

DACHSER revista

El mundo de la logística inteligente ■

Alto rendimiento
en cualquier terreno

Gestión de logística
para el especialista de
neumáticos todoterreno
Camsó



Partículas elementales

El hidrógeno es el gas más ligero del universo y al mismo tiempo la molécula más pequeña, el elemento más común y repleto de energía. En resumen, una sustancia primaria que siempre ha incendiado la imaginación de la humanidad para una vida sin preocupaciones.

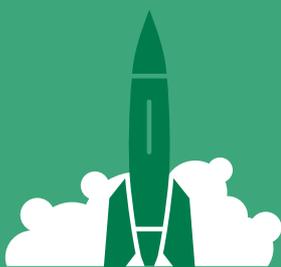
0,0899 kg por metro cúbico es la densidad del hidrógeno a una temperatura ambiente de 20 grados, que es menor que el aire que respiramos. Gracias a su baja densidad, el gas, que es combustible en combinación con el oxígeno, se volatiliza muy rápidamente. Por ello en los vehículos de pila de combustible no existe ningún riesgo de explosión si, por ejemplo, se escapa el hidrógeno de un tanque de presión.



-252,88 grados Celsius

es el punto de ebullición del hidrógeno. A esa temperatura ya cambia del estado de agregación líquido al gaseoso. En el agua pura este punto solo se alcanza a +100 grados Celsius.

120 megajulios por kilogramo es el valor energético nominal del hidrógeno. Su densidad energética triplica aproximadamente la de la gasolina y el gas natural. De todos los combustibles, el hidrógeno tiene la mayor densidad energética por masa.



29.000.000 caballos

ponen en órbita un cohete moderno. La energía para esta hazaña inimaginable se debe a una reacción química entre el hidrógeno y el oxígeno licuados a bajas temperaturas. Un cohete no es precisamente económico: Cada segundo se queman unos 250 kilos de combustible. Las 150 toneladas de combustible aproximadas son suficientes para unos diez minutos de tiempo de vuelo hasta llegar a la ingravidez.

1.000 km y más debería ser la autonomía del camión Mercedes-Benz GenH2. El hidrógeno líquido se utiliza como portador de energía en estos camiones de pila de combustible libres de emisiones. El inicio de la producción en serie está previsto para la segunda mitad de la década.



Message from the CEO



Estimada lectora, estimado lector:

La esperanza que albergábamos de que las inseguridades llegasen a su fin era engañosa. A mediados de 2022 podemos afirmarlo sin duda. Las cadenas de suministro mundiales siguen estando, igual que antes, en una situación de tremenda presión. A todo esto contribuye la ofensiva bélica de Rusia en Ucrania, que en Dachser condenamos rotundamente. La guerra provoca un sufrimiento humano inmenso y no puede justificarse con nada. Además, las sanciones mutuas tienen consecuencias en la provisión de bienes y en los precios, sobre todo de energía y combustibles.

Al mismo tiempo, la COVID-19 sigue siendo un obstáculo para el comercio mundial. Los confinamientos estrictos de los centros económicos chinos no permiten que las cadenas de suministro mundiales recuperen el equilibrio. Los equipos de Dachser trabajan con fuerzas unidas en todo el mundo, con mucha pasión y compromiso, para que podamos seguir cumpliendo con los pedidos de nuestros clientes con la calidad habitual. Este número de la revista DACHSER habla de estas cuestiones desde perspectivas muy diferentes.

En tiempos difíciles como estos, se reconoce y revaloriza la importancia de la logística. El reconocimiento deben recibirlo todas las personas que, con su dedicación, mantienen en funcionamiento las cadenas de suministro mundiales.

Les deseo una amena lectura.

Atentamente,

Burkhard Eling, CEO de Dachser



06

En portada

Lead Logistics Provider:
Uno para todo: Gestión logística para CAMSO de una mano

12

Foro

Balance anual 2021: Crecimiento récord en tiempos convulsos

14

Personas y mercados:
Encuentros en la oficina

16

Panorama: Innovaciones:
Grandes ideas en papelitos

18

Corporate Citizen+:
Dachser y terre des hommes:
Proyectos con futuro

Competencias

20

DACHSER DIY Logistics:
En su punto: Ideas de barbacoa para Char-Broil

24

Oportunidades en la logística:
La resistencia gana:
LCL Manager Carolin Choy

28

Entrevista:
hablamos con Edoardo Podestà,
COO Air & Sea Logistics

Red

30

Competencias de red:
Noticias del mundo Dachser

32

Dachser Iberia: Más servicio con entargo en España y Portugal

Buenas noticias

35

Compromiso humanitario:
Ayuda para Ucrania



Crossdocking

Enlaces con el mundo digital de Dachser

Relevo en ASL Southern Europe

Javier Villahermosa sucede a Federico Camañez como nuevo Managing Director ASL Southern Europe de Dachser después de que su antecesor haya concluido una exitosa carrera de más de 44 años en la logística.

https://bit.ly/DAmag_02_22_Javier_Villahermosa



Una SQAS para Valencia

Dachser ha renovado la evaluación SQAS de su delegación de Valencia, que demuestra el cumplimiento de los requisitos de calidad, seguridad y protección del medio ambiente que la industria química exige a sus proveedores logísticos.

https://bit.ly/DAmag_02_22_SQAS



Obras en Alicante

Dachser ha comenzado a construir una nueva delegación en el puerto de Alicante. Las nuevas instalaciones empezarán a funcionar en 2023 y estarán equipadas con la más moderna e innovadora tecnología.

https://bit.ly/DAmag_02_22_Alicante



Más servicio para DIY

Dachser Iberia ha llegado a un acuerdo de colaboración con Implementa DIY, que le permite ofrecer a sus clientes en Iberia servicios adicionales en el punto de venta y con ello una solución logística completa y totalmente integrada.

https://bit.ly/DAmag_02_22_Implementa_DIY



Editor: DACHSER SE, Thomas-Dachser-Straße 2, 87439 Kempten, Internet: dachser.com **Responsable general:** Dr. Andreas Froschmayer **Dirección de la redacción:** Christian Auchter, tel.: +49 831 5916-1426, fax: +49 831 5916 81426, e-mail: christian.auchter@dachser.com **Redacción:** Theresia Gläser, Andrea Reiter, Christian Weber **Comercialización y gestión de direcciones:** Andrea Reiter, tel.: +49 831 5916-1424, e-mail: andrea.reiter@dachser.com **Realización general:** Schick Kommunikation, Kerschensteinerstr. 25, 82166 Gräfelfing (Alemania), e-mail: info@schickkommunikation.de **Director de proyecto:** Marcus Schick **Diseño:** Ralph Zimmermann **Fotografías:** todas las fotografías Dachser, excepto Gettyimages (págs. 1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 15), Char-Broil (págs. 20, 21), Sunny Leung (págs. 24, 25, 27), Leona Goldstein/tdh Deutschland e.V. (pág. 35) **Impresión:** Holzer Druck und Medien Druckerei und Zeitungsverlag GmbH, Fridolin-Holzer-Str. 22-24, D - 88171 Weiler im Allgäu (Alemania) **Tirada:** 30.000/62. Año **Frecuencia de publicación:** trimestral **Idiomas:** Alemán, inglés, francés, español **Traducción:** Klein Wolf Peters GmbH, Múnich (Alemania). Este producto está hecho de material certificado FSC® y otras fuentes controladas.

DACHSER eLetter: Suscribirse ahora

Historias fascinantes del mundo de la logística.

Suscríbese fácilmente en:

dachser.com/eletter

(en inglés)

Lea el código QR:



Carbono neutro
Impreso
ClimatePartner.com/11886-2202-1009



Alto rendimiento en cualquier terreno

Camso tiene
neumáticos para
grandes tareas





Camso se especializa en neumáticos todoterreno, ruedas, cadenas de caucho y sistemas de suspensión para vehículos comerciales y deportes motorizados. Para llegar a sus clientes europeos de la forma más rápida y eficiente posible, la empresa ha transferido la gestión logística a Dachser como LLP, Lead Logistics Provider (proveedor logístico líder): una solución de futuro.

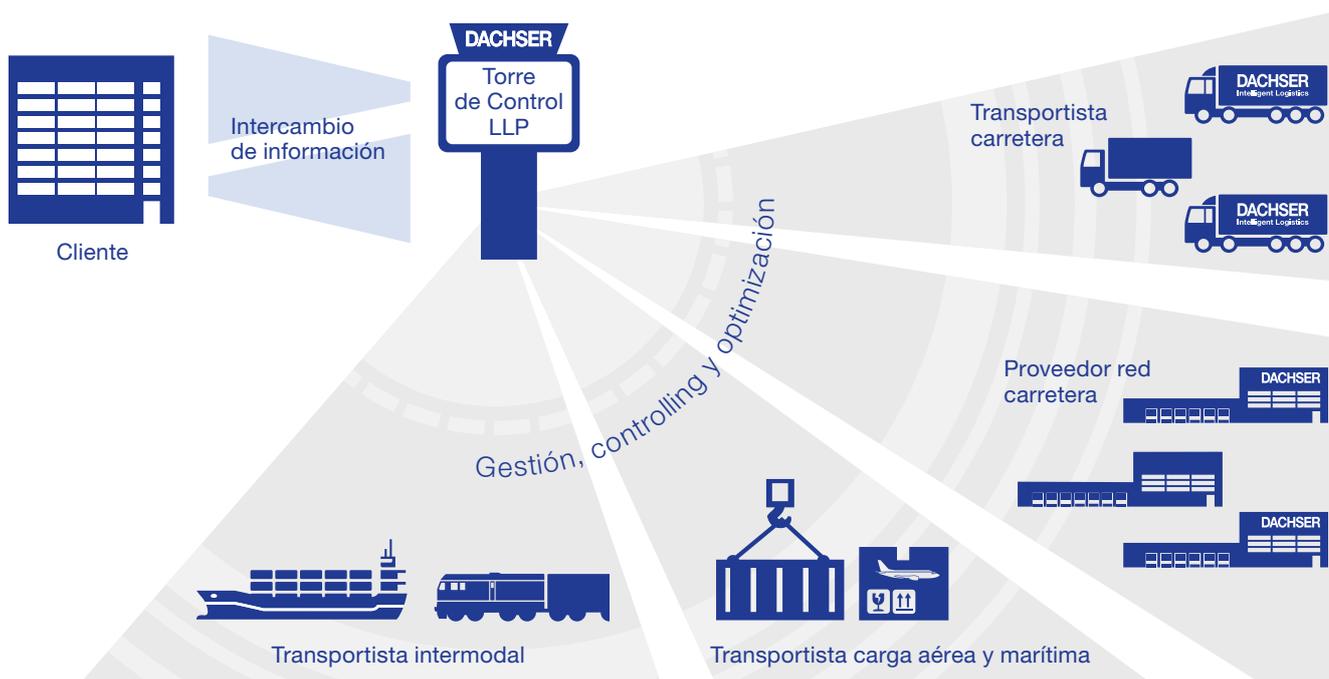
Cuando la cosa se pone resbaladiza, embarrada, rocosa o abrasiva, lo primero que cuenta son unos neumáticos gruesos, unas buenas cadenas de caucho y unas ruedas duras. Son indispensables en maquinaria de alto rendimiento para mover materiales, en la construcción, en la agricultura y canteras o en los deportes motorizados al aire libre. El mensaje es inconfundible: cuanto más exigente sea el terreno, mejor.

Justo en esto se ha especializado Camso, una marca del grupo Michelin. La empresa es líder mundial en el desarrollo, fabricación y venta de neumáticos industriales, ruedas y cadenas de caucho. Camso cuenta con una plantilla de más de 8.000 personas en 26 países de todo el mundo, sobre todo en Asia, Europa y Norteamérica y gestiona cuatro centros de investigación y desarrollo, 23 plantas de producción y una red de ventas internacionales en más de 100 países.

Esto es tan exigente a nivel logístico como los terrenos en los que se usan los productos Camso. Para seguir su ritmo de crecimiento y para aprovechar al máximo las posibilidades de la digitalización, hace tiempo que Camso empezó a poner a prueba su red logística global y europea. «Contar con diez centros de distribución locales en Europa que tenían que ser administrados individualmente era cosa de otro tiempo», recuerda Pierrick Bouf, Supply Chain and Logistics Director EMEA de Camso. «Hemos reorganizado nuestra red en torno a tres centros de distribución principales: uno en Gran Bretaña, uno en Alemania para cubrir la parte norte de Europa, y uno en Francia para el sur de Europa».

Un socio de confianza

El centro de distribución francés de Grans, cerca del puerto de acceso al Mediterráneo de Fos-sur-Mer, al noroeste de Marsella, es operado por Dachser. «Por localización, por capacidad logística y por su red de grupaje encajaba en nuestros planes de poder aprovisionar al mercado francés en 24 o 48 horas», indica Pierrick Bouf. Esta colaboración demostró su eficacia y llevó así a Dachser a ser incluido en el debate sobre la →



La Torre de Control LLP de Dachser

En el léxico logístico, un LLP (Lead Logistics Provider) se define como proveedor que mantiene una red global y contrata en caso necesario la solución más efectiva del mercado, para conectarla con sus propias posibilidades. LLP es la continuación del 4PL (Fourth Party Logistics) Provider, que generalmente no tiene propias capacidades de transporte y almacenamiento, sino que solo compra servicios logísticos operativos.

integración de todos los servicios logísticos de la empresa en la figura del LLP o proveedor logístico líder.

La tarea: coordinar a doce transportistas para que de media se puedan realizar 170 envíos al día de la forma más eficiente y transparente posible desde los tres almacenes centrales a los clientes europeos de la empresa. «Además de una reestructuración logística, se trataba de centralizar y estandarizar nuestros procesos para mejorar el servicio y de tener un interlocutor competente para todas las cuestiones logísticas», explica con más detalle Bouf las exigencias de Camso.

Para ello, primero era necesario poner sobre la mesa términos y conceptos: proveedor logístico líder o LLP designa a un proveedor de servicios logísticos que asume la organización de todos los procesos logísticos, o al menos de los esenciales, para los clientes de una organización desde una posición neutral, independientemente de qué proveedor se encargue de forma operativa del servicio final. Para ello, el LLP tiene que integrarse de forma profunda en los procesos (logísticos) del cliente. Después de todo, este enfoque de servicio integral no consiste solo en realizar el transporte, transbordo o almacenamiento, sino también en diseñar, implementar y organizar las cadenas de suministro, planificar de forma óptima el transporte y almacenamiento, coordinar proveedores e integrar tecnologías (de comunicación) actuales. También forman parte de las tareas del LLP los servicios específicos del cliente como despacho aduanero, gestión de embalaje o servicios de valor añadido.

La «categoría reina de la logística»

Para Stefan Hohm, Chief Development Officer (CDO) de Dachser, ser LLP es la «categoría reina de la logística»: «El concepto de LLP exige un entendimiento integral y profundo de la cadena de suministro del cliente y de todos los procesos vinculados a ella. Con nuestra competencia en redes y TI, que ha crecido durante muchos años, seguimos desarrollando el sistema. El objetivo son soluciones globales viables que respondan al modelo de negocio de nuestro cliente. Además de los envíos que se realizan a través de Dachser, se integra en nuestra cartera de servicios la transparencia y control de otros proveedores de servicios logísticos».

De ahí que Dachser fuera la elección más lógica como proveedor de servicios logísticos LLP para Camso. «Dachser había demostrado en la colaboración anterior que es capaz de organizar y distribuir el transporte exactamente como nos lo imaginamos. Tras la experiencia conjunta de gestión del centro de distribución de Camso en Francia por parte de Dachser, asumimos llevar la solución LLP a los otros dos centros de distribución de la empresa en Gran Bretaña y Alemania», informa Pierrick Bouf. «Dachser conoce nuestros productos y formas de trabajar muy bien y comprende nuestras exigencias especiales y nivel de servicio al realizar envíos a otro país».

Quien recoge el guante del proyecto Camso LLP por parte de Dachser es Martin Poost, Department Head Lead Logistics Provider. «Toda

la información de la cadena de suministro pasa por la Torre de Control LLP de Dachser», indica Poost. «Constituye el centro en el que se agrupan y monitorean todos los datos, independientemente de la empresa y la ubicación. Para ello, convertimos los procesos físicos de la cadena de suministro y los requisitos específicos del cliente en una lógica de TI y luego presentamos todos los datos relevantes en la Dachser Supply Chain Visibility Platform de manera transparente y comprensible en todo momento».

El requisito previo para que la cosa funcione es que los sistemas de Camso y Dachser se «entiendan» entre sí y que el intercambio de datos se pueda realizar en tiempo real sin pérdida de información. Un desafío exigente, según Poost, que se ha podido superar con éxito gracias a una solución cercana a la práctica desarrollada junto con Camso. Para preparar el camino, se formó un grupo de trabajo con los equipos de TI de Camso, Dachser y Siemens como socio tecnológico. «En estrecha colaboración, pudimos diseñar las interfaces y la estructura de datos de tal manera que la comunicación entre nuestro sistema ERP y la Dachser Supply Chain Visibility Platform funcione de manera fiable», aclara Pierrick Bouf.

Un plan global integrado

Camso había formulado unas expectativas claras a Dachser como proveedor de servicios logísticos LLP. Lo que se exigía era un plan integral para almacenamiento, distribución y gestión de los diferentes proveedores de transporte que debería ocuparse de los envíos de grupaje, carga parcial y completa, así como de paquetería. Dachser tenía la responsabilidad de la gestión y control de todo el transporte y proveedores, incluida la transferencia de datos de envíos a todas las partes, la impresión de etiquetas de código de barras y la gestión de los comprobantes de entrega. Y no menos importante, el LLP asume la validación de facturas. En otras palabras: toda la cartera de servicios de una gestión de cadena de suministro de alto desarrollo y ajustada a la práctica.

Al establecer conjuntamente la descripción detallada de tareas y obligaciones, el equipo de Dachser LLP que rodea a Martin Poost y sus socios de Camso tuvieron claro que Dachser podía ofrecer la organización de todos los servicios logísticos más eficiente y fiable de lo que conseguiría Camso si tuviera que desarrollar su propia estructura. →

Neumáticos para clientes en toda Europa



Adelante con confianza mutua





La colaboración estrecha con Dachser como LLP ha aligerado considerablemente nuestros procesos y aumentado nuestra capacidad de reacción en este tiempo de tantas turbulencias.

Pierrick Bouf, Supply Chain and Logistics Director EMEA de Camso

El motivo se entiende claramente cuando se observa la Torre de Control y las funcionalidades de la Dachser Supply Chain Visibility Platform. «En este caso, se agrupan en un único sistema todos los datos relevantes del transporte independientemente de la empresa y de la localización y se puede acceder a ellos para usarlos en la práctica en diferentes medios», aclara Martin Poost. «De esta manera, nosotros y el cliente podemos ver, independientemente del lugar, dónde se encuentra un envío actualmente e intervenir si es necesario». Gracias a la Dachser Supply Chain Visibility Platform propia, todas las partes implicadas en el transporte siempre tienen el mismo nivel de información y pueden intercambiar ideas directamente. Y todo ello independientemente del tipo de transporte elegido. «En este caso supervisamos tanto carga completa como parcial, además del transporte de grupaje y paquetería. Y todo ello en una única solución para la logística de aprovisionamiento y distribución», indica Poost.

Fácil manejo

Los procesos digitalizados y automatizados, como bien saben los expertos logísticos, solo tienen éxito si son útiles en la operativa diaria. «En el caso de cualquier herramienta, lo que nos interesa sobre todo es la aceptación por parte de los usuarios», enfatiza Poost. En este caso, el fácil manejo, por ejemplo mediante el teléfono, una aplicación o servicios web específicos resulta esencial.

Si, por ejemplo, se va a enviar una cadena de caucho de Alemania a Francia, los sistemas de Camso transmiten los datos del envío a través de EDI a la Supply Chain Visibility Platform, desde la cual Camso controla y autoriza el envío. Luego, la plataforma transfiere los datos al transportista seleccionado para finalmente asumir el envío. El sistema cubre desde la expedición hacia el almacén de transbordo y los conductores. «De esta manera, todo el mundo puede ver en tiempo real dónde se encuentra la cadena en su viaje por Europa», indica Poost. Esto es más que el clásico Tracking & Tracing. «La gran ventaja de la consolidación de todos los envíos en un

único sistema consiste en que podemos planificar con el cliente y para el cliente todos los servicios de transporte con antelación. Por ejemplo, cuando se trata acordar el reparto al destinatario en una ventana de tiempo concreta». Una vez entregada la cadena en Francia, se transmite el comprobante de entrega, tras lo cual se puede realizar la evaluación final de los costes de transporte según el cálculo EDI del proveedor de servicios de transporte. «Esta gestión de transportista», comenta Poost, «está bien establecida y cuenta con el apoyo de todo el mundo».

La Torre de Control y la Dachser Supply Chain Visibility Platform también aportan ventajas tangibles en el análisis, por ejemplo, al crear informes u hojas de Excel y pronósticos para la planificación de pedidos y la disposición oportuna de contenedores y capacidades de transporte. Y, no menos importante, según Poost, la Torre de Control también garantiza la calidad. «Al evaluar los servicios acordados entre los proveedores y los transportistas, un socio LLP cualificado ofrece una ventaja profesional y tecnológica frente a las capacidades de la empresa que lo contrata al poder hacer una evaluación claramente desde la práctica y para la práctica».

Martin Poost y Pierrick Bouf hacen por ahora un balance positivo provisional de la colaboración Camso-Dachser-LLP. «Sobre todo durante la pandemia y con la crisis de Ucrania, esta colaboración estrecha con Dachser ha aligerado considerablemente nuestros procesos y aumentado nuestra capacidad de reacción en este tiempo de tantas turbulencias», concluye Bouf satisfecho. Esto también significa que a nivel personal hace tiempo que han encontrado una cooperación de confianza y reconocimiento mutuo. «Desde que comenzamos a trabajar juntos hace más de cinco años, ha habido una reunión operativa todas las semanas donde se pueden comentar los eventos de la semana anterior y planificar la semana siguiente para anticipar y abordar de manera proactiva problemas potenciales», informa Martin Poost. «Con toda la tecnología utilizada y, sobre todo, con el avance de la digitalización, la logística siempre ha sido y sigue siendo un "People Business", sobre todo en el caso de un proveedor logístico líder».

M. Schick

Los servicios LLP de Dachser ofrecen muchas posibilidades y ventajas para los clientes. Entre ellas, los servicios básicos de la Torre de Control de Dachser LLP incluyen la gestión de transporte y la Supply Chain Visibility. A partir de estos servicios básicos, se puede crear un paquete completo hecho a medida para las exigencias individuales de los clientes, y completar con servicios adicionales específicos.

La fiabilidad gana

En el año excepcional de 2021, Dachser supera por primera vez los 7 mil millones de volumen de ventas. El aumento de los volúmenes y las elevadas tarifas de flete generan un crecimiento récord.

Dachser incrementó su volumen de ventas consolidado en un 26,0 por ciento y alcanzó los 7,1 mil millones de euros en el año económico 2021. El proveedor logístico movió en total 83,6 millones de envíos con un peso de 42,8 millones de toneladas. En la presentación de las cifras de negocio del año pasado en abril, el CEO de Dachser, Burkhard Eling, pudo mostrar un balance récord. Tras el desvío del año anterior motivado por el

confinamiento, explicaba que Dachser retoma su rumbo de crecimiento dinámico. Este balance anual positivo se debe sobre todo al crecimiento orgánico de envíos y tonelaje a nivel del grupo, que pasó de un 6,3 a un 7,7 por ciento. Los altos precios de flete debido a la escasez de capacidades de carga generales de todos los modos de transporte completaron ese salto en el volumen de ventas. Sobre todo, en el transporte aéreo y marítimo. En este caso, se registró un aumento del volumen de ventas del 78,3 por ciento.

«En muchos sentidos, el año 2021 ha sido un año excepcional: hemos tenido que superar desafíos extremos», indica Burkhard Eling. «Fue este un año marcado por el Brexit, la pandemia de la COVID-19 y las cadenas de suministro mundiales al límite, lo cual produjo una gran incertidumbre entre nuestros clientes. Incluso en esta situación, hemos sido capaces de ofrecer soluciones de logística fiables, manteniendo una cali-



Incluso en tiempos desafiantes, hemos sido capaces de ofrecer soluciones de logística fiables, manteniendo una calidad y servicio de alto nivel.

Burkhard Eling, Dachser CEO

Evolución empresarial en 2021 al detalle

Ingresos por volumen de ventas netos en millones de euros	2021 (provisional)	2020	Modificación 2021 con respecto a 2020
Road Logistics	4.992	4.444	+12,3%
European Logistics	3.918	3.465	+13,1%
Food Logistics	1.074	979	+ 9,8%
Air & Sea Logistics	2.074	1.163	+78,3%
Grupo	7.066	5.608*	+26,0%

* Diferencia de redondeo

dad y servicio de alto nivel. Esto nos permitió aumentar la retención de nuestros clientes, sobre todo en el caso de los principales. Fue un logro excepcional en estas condiciones marco tan difíciles; un logro solo posible gracias a que nuestros equipos lo dieron todo».

Actuaciones estratégicas y con visión de futuro

En el año 2022, según el CEO de Dachser, vuelve a aparecer un mercado volátil y complicado. La guerra en Ucrania produce un sufrimiento humano extremo. También se verá profundamente afectada la economía mundial. A ello hay que añadirles los récords históricos de precios de energía y combustibles, un empeoramiento de la falta de conductores, así como interrupciones en las cadenas de suministro mundiales, también debidos a brotes de COVID-19, como recientemente en China y Hong Kong. «Tenemos que prepararnos para un año más en el cual se va a exigir

gestión de crisis, flexibilidad y resiliencia en cuanto a las cadenas de suministro», comenta Eling.

Sin embargo, Dachser sigue invirtiendo en instalaciones logísticas, tecnologías digitales y equipamientos para el futuro. Tras los 100 millones de euros del 2021, en 2022 se han planificado unos 200 millones de euros. «Hablamos de proyectos faro como nuestro almacén de estantes elevados automatizado en Memmingen para 52.000 palés, que empezará a funcionar en octubre», aclara Eling. «Además, invertimos de forma substancial en la digitalización, las medidas de protección ambiental y sobre todo en nuestro personal, porque la logística siempre ha sido y sigue siendo un negocio hecho por personas para personas». En el año 2021, Dachser contrató a unas 1.000 personas adicionales y unos 2.200 jóvenes están en este momento en formación con Dachser en todo el mundo.

Dachser, según continúa Eling, está bien preparada para el futuro, con solidez en todos los aspectos: «El capital social elevado de un 60 por ciento brinda un fuerte respaldo a la política de inversiones de Dachser».

Perfil de la empresa familiar: Dachser SE está representada a nivel mundial en 376 ubicaciones en 42 países y cuenta con una plantilla de unas 31.800 personas. En 2021, con 83,6 millones de envíos se transportaron 42,8 millones de toneladas de mercancía.

Personas y mercados

Plegar el tiempo

Cada cosa a su tiempo, se dicen dos investigadores de la ETH de Zúrich al reinventar la percepción del tiempo en el trabajo, por lo menos en la oficina de realidad virtual. En su proyecto de investigación sobre «realidad asincrónica» equipan su oficina con cámaras y proyectan personas y objetos en tiempo real en el entorno virtual. A diferencia de lo que ocurre en la «realidad real», las distracciones, como colegas que pasan por la oficina, objetos que llaman nuestra atención o imágenes en las paredes pueden simplemente ocultarse en un entorno de trabajo inmersivo, es decir, escenificado virtualmente. Para ello, los investigadores detienen temporalmente el tiempo para mantener la concentración alta en todo momento. Los eventos o distracciones que la persona se pierda en la realidad pueden experimentarse posteriormente en la realidad virtual en forma de hologramas. Después de todo, ni queremos ni debemos perdernos nada de lo que pasa en la oficina.

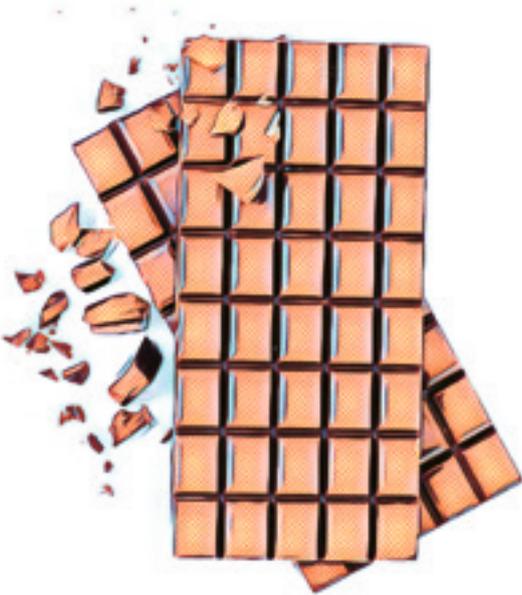


Error animal

Cuando el ordenador falla, te subes por las paredes como una araña. A menudo, la raíz es un error o «bug», traducido, un bicho. Pero ¿cómo llegó este bicho al entorno digital? Muy fácil: en los años 40, los ordenadores se instalaban en armarios que ocupaban habitaciones enteras, hasta los toques de aparatos. También era así en la Universidad de Harvard, donde la pionera de la informática estadounidense Grace Murray Hopper estaba un día persiguiendo lo que había causado la avería del macroordenador «Harvard Mark II». La culpable: una polilla que estaba atrapada en un relé. Hopper pegó el bichito en su libro de registro y anotó al respecto «first actual case of bug being found», así nació el concepto del «bug» en lenguaje informático. Buscar polillas para buscar errores o «debug» es, en la microelectrónica del presente, algo del pasado.

Mejor en la oficina

El nuevo alcalde de Nueva York, Eric Adams, está preocupado por la ciudad que nunca duerme. El motivo: las oficinas desérticas por la tendencia del teletrabajo que se ha instaurado desde la pandemia. Los investigadores han calculado que, de media, el gasto anual que el personal de oficina de Nueva York realiza en las inmediaciones de las mismas, se ha reducido a la mitad. Esta es la mayor caída entre todas las grandes urbes estadounidenses estudiadas. Las principales afectadas son las cafeterías, restaurantes, tintorerías o servicios de otras pequeñas empresas que se beneficiaban de la gente que se desplazaba al trabajo. Por ello, el alcalde Adams promueve el regreso a las oficinas: «¡Salgan, conversen e interactúen con otras personas! Somos seres sociales y debemos establecer contactos para generar la energía que necesitamos como ciudad».



Los 10 mejores picoteos para la pausa

El picoteo se ha ganado mala fama en nuestro entorno laboral como potencial causante poco saludable del aumento de peso y del cansancio. Pero ¿es esto cierto? El instituto de investigación estadounidense Nielsen realizó una encuesta entre 30.000 personas empleadas en 60 países sobre sus refrigerios preferidos. El resultado sorprende solo en parte:

1. Chocolate 64%
2. Fruta 62%
3. Verduras 52%
4. Galletas 51%
5. Bocadillo 50%
6. Yogur 50%
7. Queso 46%
8. Patatas fritas 44%
9. Frutos secos 41%
10. Chicle 33%

La caligrafía ha muerto, ¡larga vida a la caligrafía!

En la era digital, la comunicación la garantizan teclear, deslizar y órdenes de voz. Son malos tiempos para escribir a mano. Un equipo de investigación del KIT, el Instituto de Tecnología de Karlsruhe y la Université de Bretagne Sud contrarresta la tendencia con un bolígrafo inteligente. El «Kaligo-based Intelligent Handwriting Teacher» debería no solo ayudar a las niñas y niños que aprenden a escribir, sino también aliviar sus familias y docentes. Para ello, el bolígrafo tiene un sensor especial con el que se pueden registrar los cambios más pequeños en la posición de sujeción en tres ejes. El equipo de investigación ve ventajas esenciales en ello: «Los estudios muestran una y otra vez que, al escribir a mano, el resultado es de calidad mayor que cuando se teclea un texto. Es decir que, si se deja de escribir a mano, una sociedad del conocimiento se pierde una de sus herramientas más potentes».





Grandes ideas en papelitos

El camino entre un destello creativo y el desarrollo del producto: el inicio de muchas invenciones innovadoras es la idea brillante de un inventor individual, pero para convertirla en productos innovadores se necesita coraje empresarial y trabajo creativo específico.



La cosa es pegar como locos: cuando el rotafolio se queda pequeño, incluso podemos seguir con la ventana. Cuando en una empresa se quiere hacer uso de la creatividad, aumenta la demanda de las notas adhesivas de color. En las notitas, o esa es la esperanza, se materializan pensamientos fugaces: se pueden agrupar fácilmente ideas relacionadas o hacer pelotitas de las que no encajan. Sorprendentemente, la digitalización no ha afectado negativamente a la economía de las notitas de papel pues ahora las hay también en formato digital. Eso sí, cuando se trata de lluvias de ideas en presencial, hasta las empresas de tecnología echan mano de las notas de colorines.

Resulta irónico que precisamente los post-it formen parte de los materiales básicos de cualquier taller de innovación, porque las notitas no nacieron precisamente de una sesión de lluvia de ideas, sino inicialmente de lo que parecía más bien un experimento fallido. A decir verdad, la empresa estadounidense 3M le había encargado a su empleado, el investigador Spencer Silver, desarrollar un adhesivo especialmente fuerte. En 1968, el resultado fue una masa que se adhería bien, pero que en seguida se despegaba. Una decepción. La idea de utilizar el material para notas reutilizables la tuvo más tarde un compañero... en el coro de la iglesia: Art Fry siempre usaba trozos de papel para marcar sus entradas en el libro de música. Cuando los papelitos se desprendieron nuevamente durante un ensayo, se le ocurrió pensar en el adhesivo fallido de Silver.

Que los errores y coincidencias produzcan grandes ideas no es algo aislado. De la penicilina al chicle pasando por el microondas: muchos inventos rompedores aparecieron cuando un investigador, de hecho, tenía algo diferente en mente. Y llama la atención que los destellos decisivos de inspiración a menudo no ocurren en el lugar de trabajo, sino en un entorno completamente diferente. Esto ha sido la base de magníficas anécdotas: Por ejemplo, se dice que el gran erudito griego Arquímedes llegó a la solución de cómo medir el volumen y la densidad mientras se bañaba. Para anotar sus ideas lo más rápido posible, según la leyenda, se apresuró a llegar a su escritorio atravesando Siracusa desnudo. En el caso de Isaac Newton, fue la manzana al caer la que le dio la idea al físcico para las leyes de la gravedad durante su pausa para almorzar.

Hacer algo nuevo de lo viejo

Si los directivos de las empresas piensan que los post-it pueden generar momentos como estos, van algo desencaminados. Pero los talleres creativos definitivamente están justificados, porque las grandes ideas no aparecen solo cuando las neuronas de una única persona se reconectan, sino que es por lo menos igualmente relevante la interconexión entre pensamientos que germinan en diferentes mentes. No en vano, los espacios urbanos en los que se reunieron muchas personas han sido focos de progreso en la historia de la cultura. También suele ser habitual que muchos artículos académicos o nuevos descubrimientos sean resultado de trabajo en equipo.

Para desarrollar un producto innovador ni siquiera se necesitan invenciones revolucionarias. En sentido literal, «innovación» es «algo recién creado», aunque sabemos, como descubrió Joseph Schumpeter a inicios del siglo XX, que se produce

por la combinación de elementos ya existentes. Este economista austríaco entendió el rendimiento empresarial como «establecer nuevas combinaciones»: es decir, se trata de transformar el uso de cosas conocidas para ponerlas a funcionar de forma inteligente con fines más productivos. Ejemplos de ello son muchas empresas que hoy en día vemos como faros de la innovación. Apple no descubrió ni el teléfono inteligente ni la pantalla táctil, sino que, con el iPhone, combinó ambas cosas en un aparato fácil de usar. Con una receta parecida le dio Tesla un nuevo impulso a los coches eléctricos.

El hecho de que algunas empresas sean más innovadoras que otras no reside en que hayan podido comprarse las mentes más brillantes. De hecho, esto lo entienden pequeñas start-ups, que con recursos limitados son capaces de revolucionar sectores enteros. Lo decisivo sobre todo es poner en duda procesos habituales, experimentar y no preocuparse todo el tiempo por si al final será un fracaso. Las grandes organizaciones tienen problemas en ese sentido, sobre todo si sus raíces son antiguas. Mientras que en la era industrial todo giraba en torno a la eficiencia y a la optimización, en la sociedad del conocimiento actual es necesario salir de la rutina: a quien siempre va por la vía conocida, pocas veces se le va a ocurrir algo nuevo.

El nuevo impulso de la IA

Las condiciones marco para simplemente probar cosas nunca fueron tan buenas como hoy en día. Las novedades que dejan indiferente en el lugar donde se producen pueden encontrar clientes emocionados en la otra punta del mundo. En el espacio digital se puede llegar directamente a miles de millones de personas. Poner a prueba la versión mínima de una aplicación y mejorarla gracias al feedback de los usuarios no necesita inversiones millonarias.

Las posibilidades que surgen de la digitalización están lejos de agotarse: algunos economistas creen que estamos solo al comienzo de una nueva era. El profesor de Standford Erik Brynjolfsson espera una «segunda era de las máquinas», con respecto a la cual las transformaciones de la industrialización nos parecerán un juego de niños. El motor: la inteligencia artificial. Técnicamente ya se ha desarrollado tanto que puede dar buen respaldo a las personas, por ejemplo, cuando se trata de identificar el contenido de una foto. Los algoritmos incluso asumen el trabajo creativo: los investigadores han desarrollado así una red neuronal que puede producir retratos engañosamente reales... de personas que no existen.

Según Brynjolfsson, el hecho de que todavía se note poco la revolución de la IA en la vida cotidiana se debe a que los procesos de innovación están rezagados con respecto al desarrollo tecnológico. También entre la invención de la máquina de vapor y su producción en masa pasaron muchos años de transformación. Lo que es seguro es que, en este mismo momento, en algún lugar del mundo, seguro que hay personas inteligentes reunidas alrededor de un rotafolio reflexionando sobre cómo puede ayudar la inteligencia artificial a su empresa a crear nuevos productos. Y quizás algún post-it contenga ya la idea decisiva que cambiará todo un sector. **S. Ermisch**



«Colaborando podemos hacer grandes cosas»

Desde 2005 Dachser y terre des hommes mantienen una colaboración estrecha y de confianza. Una asociación con muchas perspectivas y conexiones: hablamos con Joshua Hofert, que como Director de Comunicación de terre des hommes en Alemania dirige los proyectos de Dachser.

Señor Hofert, ¿qué relación existe entre los derechos de la infancia, el medioambiente y la economía?

Joshua Hofert: Los derechos de la infancia, el medio ambiente y la economía son indivisibles. En cierta medida, constituyen un triángulo mágico que se puede desequilibrar con mucha facilidad. Cuando las niñas y niños crecen en situación de pobreza y tienen que contribuir de forma muy temprana a la economía familiar, sus derechos -por ejemplo, a la educación o al desarrollo saludable- se ven coartados de

manera estructural. Lo mismo ocurre con los temas ecológicos, como por ejemplo el acceso a agua limpia, aire puro y alimentos saludables.

¿Cómo se expresa todo esto en la práctica de los proyectos?

Por ejemplo, nuestro proyecto «Trash4cash» se sitúa en el «triángulo mágico», que desarrollamos en Zambia junto con Dachser: la gente joven puede generar ingresos recogiendo basura y procesándola en sus instalaciones de reciclaje auto-gestionadas. Esto es beneficioso para todas las partes: para el medioambiente y para quien vende la basura, en vez de dejarla por ahí; para las jóvenes emprendedoras y emprendedores que pueden desarrollar así un modelo de negocio sostenible y con ello apoyar económicamente a sus familias; y finalmente por el efecto llamada en otras zonas del país, que reconocen que la implicación de la juventud tiene mucho potencial para su futuro.

¿Qué papel desempeña el pensamiento en red en este compromiso con la infancia y la juventud?

La gente joven hoy en día se relaciona en redes y encuentra en ellas a sus iguales, porque en todo el mundo la juventud



La capacidad y alegría de conectar a las personas y sus mundos es nexo de unión entre la gente joven, terre des hommes y Dachser.

Joshua Hofert, Director de Comunicación de terre des hommes Deutschland e.V.

se preocupa por temas semejantes. A partir de ahí se pueden generar movimientos mundiales. «Fridays for Future», el movimiento de justicia climática de escolares y estudiantes mundial es el mejor ejemplo de ello.

¿Cómo ha notado usted esta cuestión en su trabajo de proyectos?

Hay mucha gente joven de los proyectos de terre des hommes en África, Asia y América que se participa en Fridays for Future. La capacidad y alegría de conectar a las personas y sus mundos es nexo de unión entre la gente joven, terre des hommes y Dachser y eso se refleja en los proyectos: para provocar cambios en la sociedad se necesita una gran base de personas con ideas afines que puedan levantar su voz con la protección de la red y así conseguir algo colectivamente.

¿Qué significa esto para cada persona individual?

Una persona sola puede conseguir algo, pero la gente joven y sus familias experimentan directamente que colaborando en red se pueden hacer grandes cosas. La juventud ve esto cada vez más como su fortaleza. Están en situación de dejar a un lado las divisiones religiosas, culturales y socioeconómicas y establecer puentes entre la tradición y nuevas formas de convivir de manera respetuosa y sostenible.

¿Por qué es importante para terre des hommes la colaboración con Dachser?

El desarrollo sostenible necesita tiempo y continuidad a largo plazo. No ocurre de la noche a la mañana. La colaboración entre Dachser y terre



India: la meta de los programas es ayuda a la autoayuda

des hommes se caracteriza por la confianza y un intercambio de ideas abierto. Esto fue especialmente importante durante la pandemia, cuando la vida se detuvo en países como India o Nepal y aquí en Alemania nos quedábamos literalmente sin aire viendo las imágenes de personas agonizando en la calle. Cuando se cerraron las escuelas y otras instituciones sociales, seguimos trabajando en la medida de lo posible para mantener el contacto con los proyectos individuales y para seguir apoyando a la infancia y juventud.

Joshua Hofert es el Director de Comunicación de terre des hommes en Alemania. Este experto en derechos de la infancia de 26 años trabajó anteriormente como Director del Departamento de Política y Programas. Antes fue varios años miembro de la Presidencia honorífica de la organización, el Consejo de Supervisión de la entidad.

¿Qué lo animaba a usted en todo esto?

Fue muy impresionante ver como, por ejemplo, en Nepal o en la India, la distribución de productos de emergencia y equipos de protección se hacía a través de las redes de jóvenes. La gente joven iba casa por casa y también sensibilizaba con respecto a la vacunación y a las medidas de higiene. Se enfrentaron en conversaciones no siempre fáciles a los mitos relativos a los efectos secundarios de la vacunación y disiparon el miedo de la gente que pensaba que las calles estaban contaminadas y que por ello no se podía salir de casa. Los ejemplos de compromiso social activo de la juventud como estos los encontramos en otras áreas, sean las relativas al medio ambiente, la educación o la autodeterminación. De todo ello queda claro que estamos en buen camino y que colaborando en nuestras redes fuertes podemos hacer grandes cosas.



Creatividad como herramienta para el cambio social en Brasil



Fiestas en el jardín: inicio de la temporada de las barbacoas



En su punto

En cuanto sale un rayo de sol, se encienden las barbacoas. En punto para iniciar la temporada deben de llegar también los productos del fabricante de barbacoas Char-Broil a las tiendas de bricolaje o directamente a sus clientes. Un desafío logístico que los equipos de Dachser en Malsch y los de DACHSER DIY Logistics asumen de forma conjunta.

La pregunta del millón en cuanto a barbacoas es: gas o carbón. Con el gas la cosa es pan comido y necesita menos preparación. Además, la parrilla se limpia con mayor facilidad. Pero solo si se usa carbón de leña se obtiene el aroma que tanto valoran muchos amantes de la brasa. «Gracias a nuestra Char-Broil Gas2Coal los clientes reciben ambas cosas. Esta barbacoa híbrida es nuestra superventas en Alemania», comenta Gerrit Gabert, Head of Logistics Europe de la empresa estadounidense de Georgia. En 1948, Char-Broil sacó al mercado la primera barbacoa de carbón de hierro fundido. Hoy en día su oferta incluye parrillas a gas, a carbón de leña, eléctricas y hornos de ahumado.

El «muro de las parrillas» de Malsch

La barbacoa es un negocio estacional. «Estoy seguro de que no somos un cliente fácil para nuestros socios logísticos», admite abiertamente Gabert. Más del 80 por ciento del movimiento de mercancías se da en los primeros seis meses del año. Al inicio del año llegan los productos de Asia a Europa por vía marítima. En el almacén de Dachser en Malsch, →



El «muro de las parrillas»
en el almacén de Dachser

cerca de Karlsruhe, se revisan las mercancías y se apilan luego en el almacén de bloques. Un apilador de abrazadera toma las cajas de parrillas y coloca hasta diez unas encima de las otras. En Malsch se le llama internamente a esta torre de forma cariñosa el «muro de las parrillas». Al inicio de la temporada se almacenan allí hasta 60.000 parrillas. A ello hay que añadirle complementos como piedras para pizzas, asadores y utensilios de limpieza. Estos productos se clasifican y almacenan en palés. En total, en Malsch se encuentran unos 250.000 artículos de Char-Broil. Pero como muy tarde a principios de marzo estos productos deben de estar en las tiendas. «Siempre depende mucho la cosa del tiempo, pero a más tardar en Semana Santa empieza para nosotros la temporada alta», indica Gabert.

Perfil

Char-Broil es la marca más antigua de parrillas de Estados Unidos. Desde su fundación en 1948, la empresa ha introducido una gran cantidad de innovaciones en el mercado de la cocina y la parrilla: el abanico abarca desde la primera barbacoa de carbón de hierro fundido hasta las tecnologías actuales de barbacoas de gas. Desde 2011 la empresa tiene actividad en Europa. charbroil.com

Experiencia en el sector del bricolaje

El almacén de Malsch fue escogido precisamente porque está en el centro del área de ventas europea. Las barbacoas se distribuyen a clientes de 16 países, sobre todo en Alemania, Francia, Italia, España y Polonia. Los socios prioritarios de Char-Broil son las tiendas de bricolaje y jardín, pero también la venta por Internet tiene un peso importante. «Nos decidimos por Dachser por dos razones», comenta Gabert. Menciona como la primera de ellas la combinación de almacén y transporte. Además, les convenció la experiencia específica que Dachser reúne en su solución sectorial DACHSER DIY Logistics. Con el nombre DIY (Do-it-Yourself) o «Home Improvement» se describen los comercios especializados, así como las tiendas de bricolaje y jardín.

«La combinación de un servicio estandarizado con soluciones logísticas específicas, así como nuestro conocimiento del sector nos ofrece una ventaja competitiva ante nuestros clientes», indica Jens Wollmann, Head of Corporate Solutions de Dachser. «Nuestro personal especializado está presente en muchos países y mantiene un contacto estrecho con las tiendas y proveedores locales, a quien asesoran exhaustivamente sobre las posibilidades desde el punto de vista de los proveedores y del comercio minorista». Con la DACHSER DIY Logistics Pipeline se ofrecen soluciones completas específicas para el sector. Los elementos de rendimiento constituyen una cadena de servicios sin fisuras desde los proveedores hasta el punto de venta, así como hasta el consumidor y controlan así un flujo de mercancías continuo a los mercados.



Tenemos en marcha planes de crecimiento ambiciosos. Por ello hemos cerrado un contrato a largo plazo con Dachser.

Gerrit Gabert, Head of Logistics Europe de Char-Broil

«La experiencia del sector es útil para el día a día de la logística», añade Steven Croissant, Sales Manager de Dachser en Malsch. «Por ejemplo, en la entrega en las tiendas de bricolaje, que normalmente tienen especificaciones muy estrictas». No solo son muy precisas las ventanas temporales. Dachser también entrega, según las diferentes relaciones con sus clientes, diferentes productos a la tienda en un único reparto. Al año, se realizan 8,4 millones de envíos a más de 18.000 tiendas de bricolaje. A ello hay que añadirle otros formatos comerciales, por ejemplo, las tiendas profesionales. Esto reduce la circulación en las instalaciones de cada tienda de bricolaje y el personal tiene que dedicar menos tiempo a ordenar las entregas. La gestión de la tienda está informada gracias a listas de entrega electrónicas estandarizadas, que se transfieren directamente al propio sistema informático de la empresa. Al mismo tiempo, Dachser ofrece los planes apropiados para la logística en tienda gracias a su solución sectorial establecida hace más de 20 años. En ese caso, los productos deben organizarse en las estanterías y se cargan o se retiran los expositores al final de la temporada. Estos servicios también se organizan para Char-Broil.

Los BBQ Brothers abren boca

«Entre nuestros servicios también se incluyen los llamados "Drop-Shipments"», comenta Florian Steinbrunn, Contract Logistics Manager de Dachser en Malsch. Si un cliente pide su barbacoa por Internet en la web de una tienda, se envía directamente el pedido desde el almacén de Dachser al cliente. Lo mismo ocurre con los pedidos de Amazon. Char-Broil tiene una clientela joven y habituada a Internet. Tanto su página web como Instagram son canales publicitarios muy importantes. Los exitosos youtuberos «BBQ Brothers» actúan como embajadores de la marca. En sus vídeos, utilizan los productos de la empresa estadounidense. «Además, también apostamos por la formación del personal en las tiendas», añade Gabert. El personal muchas veces es el primer contacto de la clientela con la marca. Para una puesta en escena correcta en los mercados de jardín y bricolaje, Dachser envía los ex-

positores y materiales publicitarios, así como catálogos correspondientes. Por ejemplo, en Alemania, donde el mercado de las barbacoas recibe productos y servicios tanto de una marca grande como de múltiples pequeñas, la cuota de mercado de Char-Broil es de un cuatro por ciento. «Pero tenemos en marcha planes de crecimiento muy ambiciosos. Por ello hemos cerrado un contrato a largo plazo con Dachser», desvela Gabert. Valora la flexibilidad de sus contactos en la empresa y apuesta por un crecimiento conjunto.

Un vistazo a la historia común muestra de dónde proviene esta confianza mutua. Char-Broil empezó a vender sus productos en Europa hace más de una década. En 2016 abrieron su primera delegación en Alemania. Antes, el negocio se enviaba desde Dancook, en Dinamarca, que fue adquirida por Char-Broil. Dachser ya trabajaba con Dancook en Dinamarca. Así se dio el primer contacto y una impresión positiva duradera. A partir de 2019 empezó a hablarse de una colaboración más amplia en Europa, primero solo en el transporte, luego también en el almacenamiento. «Trabajando juntos, optimizamos el balance logístico de nuestros clientes al mantener un alto nivel de calidad de servicio a través de nuestra combinación de varios servicios de logística, nuestra TI y de nuestro personal Dachser», indica Bernd Großmann, General Manager de Dachser en Malsch. Con unos 15.000 envíos al año, Char-Broil es uno de los clientes más grandes de esta delegación en Baden-Wurtemberg.

Carne de calidad y más verduras

Cuando se le pregunta por las tendencias que vienen en parrillas, Gabert menciona la parrilla eléctrica: «En los Estados Unidos es ya un tema importante y pronto llegará a Europa». En cuanto a los alimentos, la tendencia en barbacoas es ir a productos de alto valor. «Las salchichas baratas de saldistas cada vez se usan menos», observa Gabert. Además de carne de alta calidad, cada vez se ponen sobre la parrilla más verduras y otras alternativas. Gabert también admite ser flexivegetariano, con un bajo consumo de carne: «Tiendo a poner a la brasa brécol, calabacines o una pizza vegetal: una delicia». **D. Kunde**

La rareza de la brasa, aunque sin corona, proviene de Argentina. El asado es la comida de fiesta en la que tradicionalmente se ponen a la brasa animales enteros en cruces de hierro sobre una hoguera. Con esta euforia de la brasa no es de sorprender que la ciudad argentina General Pico entrase en el libro Guinness de los récords por la mayor barbacoa del mundo. En este caso, 90 maestros parrilleros alimentaron a unos 20.000 comensales con grandes cantidades de carne de vacuno preparada al estilo tradicional.

Oportunidades en la logística

Experta en transporte
marítimo: Carolin Choy

DACHSER
intelligent Logistics

La resistencia gana

La pandemia ha hecho que todos los procesos de gestión logística se vuelvan más complejos, sobre todo en el transporte marítimo. Sin embargo, gracias a una de sus aficiones, Carolin Choy, Ocean Freight LCL Manager Asia Pacific, ve el desafío como oportunidad.

A Carolin Choy le apasiona correr. En un buen día, necesita poco más de una hora para recorrer los ocho kilómetros de su ruta favorita por Hong Kong. «Correr es muy bueno para el cuerpo y despeja la cabeza para el trabajo», comenta. Por supuesto, las carreras de resistencia con su esposo también la mantienen en forma. Todo ello ayuda a la Ocean Freight LCL Manager de Dachser en tiempos convulsos como los que dominan el transporte marítimo actual, porque la pandemia y los cambios relacionados con ella han puesto patas arriba el trabajo de Carolin Choy. Las cadenas de suministro se interrumpen sin cesar, los puertos se cierran temporalmente, los costes de transporte suben permanentemente. Y en lugar del contacto personal directo, las reuniones virtuales dominan su trabajo. «En este momento estamos en una fase difícil. Nuestros clientes nos exigen la mayor flexibilidad y fiabilidad para poder tener éxito en sus negocios», informa esta experta en transporte marítimo. →

Perfil: Servicios LCL

«Less than Container Load», LCL, equivale en Dachser Air & Sea Logistics a soluciones logísticas eficaces para el transporte marítimo de grupaje mundial. Los clientes se benefician de salidas regulares y fiables, una ejecución eficiente y plena transparencia. La oferta de conexiones mundiales se amplía constantemente y se ha formulado como una alternativa rodada y económica al transporte aéreo. Otras ventajas tienen que ver con la estrecha colaboración de los Business Fields Dachser Air & Sea Logistics y Dachser Road Logistics. Así, los clientes se benefician de soluciones logísticas integrales de transporte, almacenamiento y servicios de valor añadido en todo el mundo.



El transporte marítimo conecta
Asia con el mundo

Pero puede aferrarse a un equipo fuerte y sacar el mejor partido de su actitud positiva ante la vida: «Siempre digo: se parte de la solución, no del problema. Para cada problema hay muchas soluciones. Y gracias a nuestro espíritu de equipo extraordinario casi siempre logramos encontrar la mejor solución».

El área de responsabilidad de Carolin Choy incluye más de diez países asiáticos de gran volumen como China o el subcontinente indio. «Todos estos países se diferencian muchísimo en cuanto a cultura, estructura de precios, comportamiento del cliente e infraestructura de transporte. Por eso debemos mantener siempre la flexibilidad e innovación».

Asumir responsabilidades

Fue un desafío lo que la impulsó hace tres años a asumir el cargo de Ocean Freight LCL Manager en Dachser. Carolin Choy ya trabajaba desde 1998 en la industria logística y había acumulado una amplia experiencia, desde las Ventas pasando por el Key Account Management hasta la dirección operativa. Hong

Kong como nodo internacional con muchas conexiones a todo el mundo, se convirtió en el punto de partida de muchas ideas emocionantes para esta apasionada experta logística. «Al gestionar grandes clientes siempre me pasaba mucho tiempo en ruta, así que no solo llegué a conocer diferentes segmentos de mercado sino también diferentes culturas en mis viajes a Europa, Asia y América», señala. A ello también había que añadirle capacidades de gestión. Carolin Choy se iba a beneficiar mucho de experiencias como estas en Dachser.

En la empresa familiar se siente como en casa. «Dachser me ha dado la oportunidad de seguir desarrollando mis conocimientos y capacidades y me ha hecho lo que soy hoy. Por así decirlo, hoy llevo yo el timón y puedo garantizar que se dan cambios reales.» Un vistazo a las cifras de negocio actuales la motiva todavía más. La región Asia-Pacífico registró un crecimiento reseñable del volumen de exportaciones LCL en 2021: un 34%. Lo importante para Carolin en su trabajo es poder intercambiar ideas frecuentemente con sus colegas y clientes específicamente sobre las prácticas establecidas en el día a día logístico. «Me lo paso siempre de maravilla».

La división LCL es un segmento del transporte marítimo atractivo que se está volviendo cada vez más popular, especialmente entre pequeños y medianos clientes. La abreviatura LCL significa Less than Container Load, es decir una carga de contenedor parcial. Los contenedores marítimos se llenan con productos de diferentes clientes. Dachser comercializa las llamadas «consol boxes» en las que los clientes solo pagan por el espacio que realmente van a ocupar en los contenedores. Este servicio se ha denominado «grupaje marítimo» y ha sido muy bien recibido por los clientes. Entre las tareas de Carolin se incluye ampliar el servicio LCL. En este momento Dachser ofrece sus propias «consol boxes» en más de 100 corredores comerciales y la tendencia va en aumento.

La sostenibilidad también tiene su lugar. «La protección ambiental es un gran tema logístico. Las capacidades no utilizadas producen emisiones innecesarias y además no son rentables porque son a expensas del volumen de exportación», añade. «Con LCL podemos contribuir a una logística más sostenible, porque nuestro objetivo es

aprovechar al máximo el contenedor». Esto siempre es un desafío, sobre todo en los últimos dos años. Sin embargo, su equipo siempre ha conseguido mantener las cosas en marcha. «Somos flexibles y podemos contar con nuestra robusta red mundial para que nuestros clientes puedan mantener su negocio con éxito también en tiempos difíciles», indica Choy.

Carolin Choy cubre desde su puesto una gran cantidad de tareas de responsabilidad. Así, por ejemplo, es responsable de la gestión de ingresos, desarrollo de volúmenes y de productos. «Dachser tiene contratos a largo plazo con transportistas que garantizan un alto nivel de calidad del servicio y estabilidad de precios. De ello nos beneficiamos en este momento y con ello también nuestros clientes», relata Choy.

Es esa gran variedad de temas lo que fascina tanto a Carolin Choy con respecto a su trabajo en Dachser: «Superar desafíos es algo que me produce una enorme satisfacción. Nuestro trabajo en la logística en estos tiempos difíciles es como una carrera de fondo. Con la actitud correcta, pasión y trabajo duro se consigue casi todo». **L. Becker**



Soluciones nuevas para un tiempo nuevo

Edoardo Podestà, nacido en 1962, es desde octubre de 2019 el COO (Chief Operations Officer) del Business Field Dachser Air & Sea Logistics, al tiempo que mantiene la dirección de la Business Unit ASL Asia Pacific, que lleva liderando ocho años. Hablamos con él de la logística mundial en tiempos turbulentos.

Señor Podestà, hablamos por videoconferencia al encontrarse usted en Hong Kong, donde vive y trabaja. ¿Ha recuperado ya el ritmo frecuente de viajes de negocio?

Edoardo Podestà: Debido a la pandemia y durante mucho tiempo, los viajes de negocio desaparecieron totalmente del día a día laboral y siguen siendo un desafío. Por ejemplo, cuando tuve que hacer cuarentena al regresar de Europa en la primavera. Durante una semana no se me permitió dejar la habitación del hotel de Hong Kong y tenía que hacer tests todos los días. Solo cuando todos dieron negativo pude moverme nuevamente con libertad. La pandemia no ha terminado y las medidas de seguridad siguen siendo elevadas y de cumplimiento estricto en Hong Kong y China. Vivimos tiempos particulares.

La pandemia es solo uno de los muchos desafíos actuales. A ella se suman la guerra en Ucrania, las interrupciones y la congestión de rutas comerciales centrales, los altos precios de combustibles y numerosos cuellos de botella adicionales. La irrupción de la pandemia hace dos años y medio cambió las previsiones de un modo sin precedentes. El mundo es hoy totalmente distinto. En la logística se puede comprobar claramente: los confinamientos en la China, las cadenas de suministro estancadas y escasez de capacidades y personal con una carga de trabajo tremenda... a lo que ahora hay que añadirle la guerra en Ucrania, con grandes efectos en el comercio mundial. Son muchas cosas al mismo tiempo. Pero también se dice que cada crisis implica también una oportunidad. Ser capaz de posicionarse en tales situaciones es lo que hace que una empresa sea sólida.

¿Qué significan todas estas evoluciones para la logística?

En el mundo empresarial en general, la logística tendía a ser secundaria con respecto a los productos y a la producción. Por

cierto, se pensaba que había que vigilar los costes del transporte, sobre todo para que fueran lo más bajos posibles. En la crisis, sin embargo, quedó claro para todo el mundo que las cadenas de suministro y la logística no son solo algo accesorio y un factor de costes, sino que tienen una alta relevancia e importancia para el sistema. Sobre todo, cuando los fabricantes que operan con división del trabajo tienen que combinar muchos pasos de producción y componentes en un proceso planificado de forma minuciosa y armónica. Y todo esto a menudo a través de fronteras y continentes. La logística, por lo tanto, es un elemento fundamental del modelo de negocios y nos ha puesto en el foco de atención como empresa competente a la hora de ofrecer soluciones.

Transportar productos y que lleguen justo a tiempo al destinatario no es algo nuevo. ¿Qué ha cambiado de forma exactamente?

También antes de la pandemia las capacidades del transporte aéreo y marítimo estaban ya al límite. Esto se ha agravado claramente con la crisis. Algunos puertos estuvieron totalmente paralizados durante un tiempo o funcionaban a medio gas por cuestión del coronavirus. Muchos aviones se quedaron en tierra, no pudo utilizarse durante mucho tiempo la llamada belly-freight, la carga en aviones de transporte de pasajeros. Muchas plantas en Europa y Asia redujeron su producción, se confinaron los centros económicos chinos, sobre todo el de Shanghái, que afectó a más de tres millones de personas. Con ello aumentó la presión para obtener soluciones logísticas de alto valor con calidad. Cualquiera puede reservar un contenedor, pero poder ofrecer un servicio fiable en estas circunstancias extraordinarias es lo que marca la diferencia. Nuestro personal ha hecho un trabajo extraordinario en esta situación tan estresante, algo que también perciben nuestros clientes, que cada vez valoran más la atención y la calidad.

¿Qué consecuencias tiene la guerra en Ucrania en las cadenas de suministro mundiales?

Las vías comerciales entre el Norte de Asia y Europa se han visto afectadas gravemente por la guerra y las sanciones. Para el transporte aéreo, el cierre del espacio aéreo sobre los países en guerra implica que los vuelos duran unas dos horas y media más. Esto quiere decir que se consume más combustible, que además de estar caro ocupa con su peso espacio de carga potencial. Esto tiene un impacto correspondiente en el uso y la fijación de precios del transporte aéreo. También se ha paralizado el transporte por ferrocarril entre Asia y Europa, porque una gran parte de la ruta pasa por Rusia. Últimamente, justo esta oferta había ganado

En todo lo que hacemos -justo y sobre todo en la crisis- tratamos de buscar soluciones para nuestros clientes.

Edoardo Podestà, COO Air & Sea Logistics de Dachser

popularidad entre los clientes europeos como una alternativa al transporte marítimo. Todo esto, junto con los confinamientos de China, pone el foco en unas redes logísticas maduras como las que gestiona Dachser para el manejo de una cadena de suministro resiliente y eficaz.

¿Cómo se reflejan estos tiempos atípicos en las cifras de negocio?

En 2021 el volumen de ventas en el transporte aéreo y marítimo subió un 78,3 por ciento y pasó de 1,2 mil millones de euros a 2,1 mil millones. Las tres regiones de Dachser participaron en este crecimiento extraordinario: ASL Americas registró un aumento del volumen de ventas del 60 por ciento, la región APAC de un 74 por ciento y EMEA de un 80 por ciento. La escasez de la oferta y la alta demanda del transporte aéreo y marítimo llevaron a un aumento de precios especialmente notable en este segmento. Además, registramos un aumento significativo de las cifras de envíos. Pero crecemos no solo en cifras, sino también de forma cualitativa.

¿En qué sentido?

Son muchos los ejemplos. Destaca por ejemplo que nuestros clientes pueden beneficiarse de la integración tan estrecha entre el transporte aéreo y marítimo y el terrestre. Cuando de repente por la pandemia se perdió la mayor parte de espacio de carga disponible, pudimos organizar propios vuelos chárter y conectarlos con la red europea de Road Logistics, por ejemplo, para distribuir mascarillas y material de protección médico en toda Europa lo más rápidamente posible. En el año 2021 en total llevamos a cabo 230 vuelos chárter y creamos nuestra propia red de transporte entre Asia, Europa y Norteamérica. La demanda de nuestras conexiones chárter sigue siendo alta. Sin embargo, somos conscientes de que se trataba de un año excepcional. Tenemos que ver cómo avanza la evolución teniendo en cuenta la situación económica imprevisible actual. A largo plazo, planificamos seguir ampliando nuestras conexiones chárter en rutas seleccionadas como columna vertebral de nuevos servicios entre Asia y Europa, así como entre Asia y las Américas.

¿Es una opción para Dachser un modelo semejante en el transporte marítimo?

Un chárter marítimo es muy distinto a uno aéreo. Simplemente por cuestión de tamaño. Un buque contenedor de tamaño mediano carga unos 5.000 contenedores estándar de veinte pies en los cuales hay que vender espacio previamente. Además, trabajamos mucho con la carga parcial de los contenedores (LCL o less-than-container-load) que después transportamos extremo a extremo a su destino de diferentes maneras a través de nuestra red europea de carreteras.

¿En este caso, qué enfoque estratégico persigue Dachser ASL?

En todo lo que hacemos, especialmente en tiempos de crisis, siempre nos preocupamos por encontrar soluciones para nuestros clientes. Esto implica estar en situación de poder almacenar y transportar mercancías de ultramar en nuestra red de carreteras en toda Europa. El hecho de que nuestros engranajes aéreos, marítimos y terrestres encajen sin complicaciones es un componente importante para optimizar el balance logístico de nuestros clientes según nuestra misión.

¿Cuando echa la vista atrás al tiempo que lleva desde su nombramiento como miembro de la Executive Board de Dachser, qué balance personal hace?

Fue y sigue siendo un tiempo muy interesante para mí. Me gusta enfrentarme a los desafíos con creatividad y soluciones robustas. Precisamente en tiempos complicados como estos me hubiera gustado poder viajar más para reunirme con el personal de toda la red, con clientes y también con mis compañeros de la ejecutiva. Por desgracia, esto no pudo ser o solo con muchísimas restricciones, así que en muchos casos solo nos quedaba la videoconferencia. Espero que, en este caso, podamos recuperar la normalidad lo antes posible.

Persona práctica
y cosmopolita:
Edoardo Podestà



Competencias de red



Avanzar la logística alimentaria en Europa a partir de Bélgica

Entrada en Bélgica

Desde inicio de abril, Dachser Food Logistics cuenta con su propia organización nacional en Bélgica. Se abren así nuevas y prometedoras posibilidades para la industria alimentaria belga.

Con el establecimiento de una organización nacional propia en Bélgica, Dachser Food Logistics busca dirigirse de forma específica al mercado de la industria alimentaria belga desde Tournai, un municipio cercano a la frontera francesa. «Vemos un enorme potencial en Bélgica. Con nuestros cortos tiempos de tránsito, una cartera de productos amplia y nuestro foco en la alta calidad, podemos hacerle una oferta nueva y atractiva a la industria alimentaria belga orientada a la exportación», aclara Alfred Miller, Managing Director Dachser Food Logistics.

Tournai está a unos 90 kilómetros al sur de Bruselas, forma parte de la región transfronteriza de Lille-Kortrijk-Tournai y proporciona cobertura a la parte occidental de Bélgica. El punto central de la oferta lo constituyen las soluciones de transporte hacia Alemania y el resto de los países centroeuropeos, ade-

más de Italia, que consiguen llegar a los destinatarios en Alemania con tiempos de tránsito de 24 horas mediante tráficos diarios. La conexión directa con la European Food Network permite, además, el reparto eficiente en toda Europa con tiempos de tránsito fijos. Los 23 miembros de la EFN se encargan de cubrir un total de 34 países europeos.

El socio operativo de Dachser Food Logistics es el Grupo TDL con quien Dachser ya lleva tiempo colaborando en el área de la distribución. La empresa está entre los operadores logísticos punteros en temperatura controlada del Benelux y cuenta con una extensa red con tres instalaciones de cross-docking en Bélgica. La parte oriental de Bélgica seguirá cubierta por la delegación de Dachser de Alsdorf, en el triángulo Alemania-Bélgica-Países Bajos.

Se busca calidad en el transporte aéreo

Desde mayo de 2022 hasta abril de 2024, Dachser Air & Sea Logistics continuará con sus vuelos chárter en la ruta Shanghái-Frankfurt. Un avión de pasajeros modificado a carga hace la ruta dos veces por semana y transporta 33 toneladas entre Asia y Europa de cada vez. La red de transporte aéreo está estrechamente conectada con la red de transporte terrestre europea de Dachser, de manera que los clientes pueden sacar el mejor partido de un transporte sin fisuras para sus envíos por avión entre Asia y Europa.

Además, a finales de mayo, Dachser renovó su certificación IATA CEIV Pharma («Center of Excellence for Independent Validators in Pharmaceutical Logistics») para el transporte de productos de ciencias de la vida y la salud en sus plazas de los aeropuertos de Hyderabad y Mumbai. Como estándar del sector, la certificación CEIV Pharma cubre las exigencias específicas de los transportistas de productos farmacéuticos en cuanto a un servicio aéreo seguro, reglamentario y eficiente.



Alta demanda de transporte aéreo

Continúa la ampliación de la red

Dachser ha ampliado todavía más sus capacidades de almacenamiento del centro logístico de Hannover. En Langenhagen, la delegación dispone de un nuevo almacén de 9.500 metros cuadrados con once plataformas, dos muelles de carga para furgonetas y dos a ras de suelo.

En Dettelback, cerca de Würzburg, tuvo lugar el comienzo de las obras para una nueva instalación logística de casi 10.000 metros cuadrados con unos 15.000 espacios de palés que Dachser alquilará a partir de mediados de 2023. Aquí, se gestionarían sobre todo servicios de logística de contratos para clientes del ámbito de productos industriales y alimentarios.

En Horsching, cerca de Linz, Dachser Austria ha empezado con la ampliación de su almacén de última generación. En una superficie de 5.640 metros cuadrados se crearán 10.500 espacios de palés adicionales a los 20.000 ya existentes. La puesta en marcha está prevista para noviembre de 2022.

Camiones con carga completa de China a Europa

Para poder seguir conectando los centros de producción chinos directamente con sus clientes de Europa por camión, Dachser Cargoplus gestiona el transporte de carga completa por una ruta alternativa hacia el sur. El transporte deja China por el paso fronterizo de Alashankou en dirección a Kazajistán, cruza el Mar Caspio en ferry hacia Azerbaiyán y Georgia, pasa por Turquía y de ahí llega a sus destinatarios en Europa. El tiempo de viaje está entre 26 y 30 días. Este servicio se dirige sobre todo al ramo de la moda, automoción, productos químicos, bricolaje, así como a fabricantes de aparatos y componentes electrónicos y de productos médicos.

Dachser Food Logistics: calidad certificada

La calidad tiene un papel decisivo en el sector alimentario. Dachser Food Logistics se certifica de forma regular con la DIN EN ISO 9001:2015. La DEKRA ha vuelto a certificar que la Business Unit cumple los criterios exigidos. Se certificaron las divisiones de almacenamiento, preparación de envíos, confección y distribución de alimentos con y sin control de temperatura para pequeños y grandes expedidores. El certificado reconoce que las 30 plazas y almacenes de Dachser Food Logistics en Alemania han introducido y mantenido un sistema de gestión de calidad conforme a la DIN EN ISO 9001:2015. Además de la ISO 9001:2015, la Business Unit tiene una certificación de IFS Logistics en su última versión.

Conectar continentes con el camión



Logística europea: Iberia en alza



Dachser acaba de abrir un nuevo capítulo en su historia en la Península Ibérica con la puesta en marcha de una nueva delegación en Lisboa, el inicio de la construcción de unas nuevas instalaciones en Alicante, la introducción completa de la familia estandarizada de productos de European Logistics para los clientes de España y Portugal, así como con el inicio del reparto libre de emisiones en los cascos urbanos de Oporto y Madrid.

9 de mayo de 2017: En la feria transport logistic de Múnich se está haciendo historia. En el stand de Dachser se celebra un pequeño acto con los miembros del Executive Board y el Managing Director del Business Unit EL Iberia. La noticia despierta el interés del mundo profesional: «Azkar se convierte en Dachser: Dachser ha integrado su filial en la Península Ibérica, el grupo Azkar, en su red de Road Logistics en solo cuatro años». Las organizaciones de transporte por carretera se renombraron a partir de ese momento en Dachser European Logistics Spain y Dachser European Logistics Portugal. Fue un paso importante hacia la plena integración de la Península Ibérica en una de las redes logísticas de grupaje más extensas de Europa.

Además, Dachser está presente tanto en España como en Portugal con su organización de Air & Sea Logistics, que conecta Europa con los mercados de la región de Asia-Pacífico y América.

Lo que empezó en 2007 como una colaboración en la Península Ibérica con el transportista Azkar, en 2017 culminó en el rebranding de la marca que hoy en día se celebra como la historia de éxito de Dachser Iberia con impresionantes cifras: el operador logístico saldó el 2021 con más de 2.900 personas en plantilla en 66 delegaciones de España y Portugal y un volumen de ventas de alrededor de 758 millones de euros. Además, se transportaron más de 17,1 millones de envíos, lo que se corresponde con un volumen total de unos 3,2 millones de toneladas.

Comienzo de una nueva era

Ahora se abre un nuevo capítulo en la historia de la empresa. En su proceso de ampliar su red en la península Ibérica, Dachser ha incorporado su familia de productos entargo también en los mercados nacionales de España y Portugal. El servicio de transporte estandarizado incluye las cuatro líneas de producto targo-speed, targoflex, targofix y targo on-site, a las que se asocian servicios logísticos definidos con una estructura de costes transparente y normas operativas uniformes.

«Tras una reestructuración operativa integral – que ha incluido la implementación de nuevos procesos en las terminales de tránsito y en el transporte de corta y larga distancia, así como la optimización de la gestión de la calidad interna mediante la →

Con entargo, Dachser Iberia se conecta con la red europea



El hecho de que todas las delegaciones ibéricas de Dachser hayan implementado plenamente la familia de productos estandarizada de European Logistics ofrece a los clientes claras ventajas de red.

Celestino Silva, Managing Director European Logistics Iberia de Dachser

introducción de un nuevo sistema de monitorización – ahora todas las delegaciones de la península han incorporado plenamente las mismas normas de Dachser que se aplican en toda Europa», aclara Celestino Silva, Managing Director European Logistics Iberia de Dachser. Esto ha preparado el camino para la introducción de entargo, nuestra gama de productos de transporte estandarizados en toda Europa con tiempos de tránsito y criterios de calidad predefinidos. Esta configuración solo es posible en una red integrada, respaldada por procesos logísticos uniformes que generan claras ventajas de red para los clientes».

Inversiones de futuro

Este rumbo de modernización fue acompañado por inversiones en la infraestructura existente y por la creación de nuevas capacidades. A finales de mayo entró en funcionamiento un nuevo centro de transporte en las inmediaciones de Lisboa,

en la cual se invirtieron 13 millones de euros. Además, y tras la ceremonia de colocación de la primera piedra a principios de este año, otra inversión de 14 millones de euros en Alicante, en el Levante español, está tomando forma. Desde principios de 2023, el nuevo centro situado en el puerto ofrecerá alrededor de 11.300 metros cuadrados de espacio logístico sobre una superficie total de unos 51.200 metros cuadrados. «Nuestra nueva delegación en Alicante estará equipada con la tecnología más moderna e innovadora para el transbordo de mercancías para mejorar la calidad del servicio, optimizar los tiempos de tránsito y ampliar todavía más las posibilidades de un crecimiento futuro», aclara Celestino Silva.

También hay novedades en Oporto y Madrid. En estas ciudades se ha introducido el concepto de DACHSER Emission-Free Delivery. Desde la primavera, todo el reparto de envíos en zonas de distribución definidas de los centros urbanos de ambas ciudades se está realizando libre de emisiones gracias al uso de un camión totalmente eléctrico de 7,5 toneladas modelo FUSO eCanter. Hasta finales de 2022, se espera que DACHSER Emission-Free Delivery se haya introducido en un total de once metrópolis europeas.

Además, Dachser Iberia ha puesto en funcionamiento dos combinaciones de dúo tráiler para sus servicios regulares diarios entre Madrid y Barcelona que, con una longitud total de algo más de 30 metros y una cabeza tractora pueden transportar hasta 134 palés de mercancías. «Con esta combinación de transporte optimizamos no solo nuestra operativa diaria entre los dos polos económicos españoles, sino que reducimos el número de trayectos necesarios y de vehículos utilizados», comenta Celestino Silva. Con ello se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero emitidos por kilo transportado. «Este año queremos implantar cuatro combinaciones de dúo tráiler más, así como más de 100 mega tráilers, que tienen más espacio de carga que el remolque convencional».

Para Celestino Silva, todas estas son señales muy importantes en estos tiempos convulsos: «Dachser se ha comprometido a contribuir a la protección ambiental y se implica en el tema de forma activa con una estrategia que apuesta por la eficiencia en el uso de energía y en los procesos de producción y logísticos, así como por la innovación y responsabilidad».

M. Gelink

La familia de productos entargo

- **targospeed:** las mercancías se transportan en toda la Península y Europa con tiempos de tránsito programados en función de la distancia. Este tiempo de tránsito optimizado es válido para todos los países europeos de la red Dachser European Logistics. Con targospeed 12, los clientes pueden acelerar aún más las entregas y recibir su mercancía antes de las 12 del mediodía.
- **targoflex** para envíos que no son prioritarios ni están sujetos a un tiempo de entrega específico, lo cual permite un transporte integrado y tiempos de tránsito estándares con todas las ventajas de la familia de productos entargo.
- **targofix** es el producto que permite determinar la fecha de entrega en la que la mercancía debe llegar al destinatario.
- **targo on-site** es el servicio integral de Dachser para envíos domiciliarios (B2C), con reparto por la mañana y por la tarde con cita previa en la acera del punto de entrega. Con targo on-site plus, la entrega se efectúa en el lugar de utilización.



Ayuda para Ucrania

La infancia y las familias ucranianas, tanto aquellas que se quedan en el país como las que huyen de la guerra, están en situación de extrema necesidad. Dachser Road Logistics apoya a organizaciones humanitarias en toda Europa con transportes gratuitos en la distribución de bienes de primera necesidad y alimentos. Entre otras cosas, la delegación de Berlín de Dachser apoyó a la organización de ayuda a la infancia terre des hommes con un transporte gratuito de medicamentos. Además, Dachser y terre des hommes preparan un proyecto a largo plazo para ayudar a la infancia y juventud a hacer frente a las consecuencias psicológicas de la guerra.

Totalmente integrado.

Ventajas de las soluciones de TI de DACHSER:

- Aplicaciones fáciles de usar y orientadas al cliente
- Un alto nivel de integración a través de la conectividad con los sistemas del cliente
- Intercambio seguro de datos en tiempo real
- Máxima transparencia en todas las funciones logísticas
- Procesos eficientes gracias a sistemas estables y fiables