

DACHSER revista

El mundo de la logística inteligente

Global Groupage
Con orden y concierto



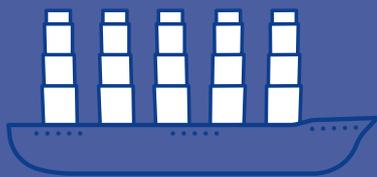
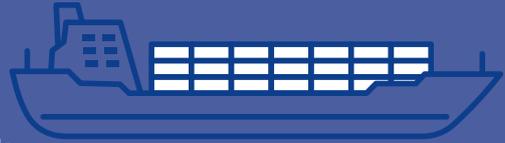
Amplios horizontes

Los transportes entre continentes marcan el pulso del comercio mundial. La carga aérea y marítima está predestinada a alcanzar superlativos y nuevos récords.

24.346

contenedores son los que surcan los océanos del mundo a bordo del MSC Irina, el MSC Michel Cappellini, el MSC Loreto y el MSC Mariella,

lo que los convierte en los buques de carga más grandes del mundo. El primer portacontenedores, un petrolero reformado denominado «Ideal X», se hizo a la mar en 1956 con 58 cajas de metal apilables. La carga del buque de contenedores pionero cabría 420 veces en los gigantes actuales.

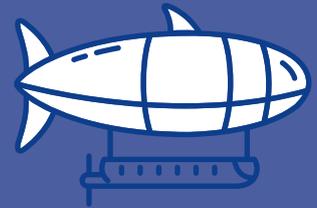


7.000

coches son los que a partir del 2027 debería transportar por el Atlántico el mayor buque de carga del mundo, el «Oceanbird», y con ello emitir un 90 por ciento menos de CO₂ que otros barcos mercantes. En vez de utilizar combustibles fósiles, su diseño incluye velas telescópicas de hasta 80 metros de altura que, según los expertos, abren una nueva era para la navegación sostenible. En caso de emergencia y durante las maniobras portuarias se utilizaría una propulsión auxiliar.

4.500 kilómetros

debe recorrer el dirigible «Pathfinder», que ha sido desarrollado por la empresa estadounidense LTA Research. El zepelín de 125 metros de largo dispone de un sistema de propulsión híbrido con dos generadores diésel de 150 kilovatios que, junto a 24 baterías, suministran electricidad a un total de doce motores eléctricos. La desventaja de tiempo (con unos 110 kilómetros por hora, un zepelín es más lento que un avión) se compensa con la enorme ventaja climática.



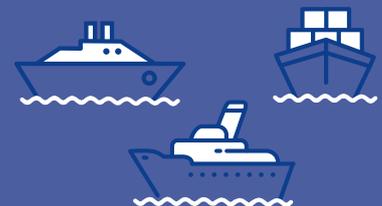
117.000.000

son las toneladas que se transportaron por vía aérea en 2022, solo una fracción del tráfico marítimo mundial que supera los diez mil millones de toneladas. Con un transbordo de 4,2 millones de toneladas de flete aéreo, Hong Kong lidera el ranking de los mayores aeropuertos de carga del mundo, seguido de Memphis/Tennessee y Anchorage/Alaska.

40 por ciento

del tráfico marítimo mundial pasa, según estimaciones, por el estrecho de Malaca.

Este estrecho une el océano Índico con el mar de la China Meridional y es la vía navegable más transitada del mundo. Cada día, entre 200 y 250 buques recorren este embudo de 800 kilómetros que en su punto más angosto solo alcanza los 2,8 kilómetros.



Message from the CEO



Estimada lectora, estimado lector:

«No importa tanto predecir el futuro como estar preparado para llegar a él». La convicción del estadista ateniense Pericles está más vigente que nunca. Sobre todo en estos tiempos de transformaciones.

Tras dos años de condiciones marco especiales en la logística por la pandemia del coronavirus y las perturbaciones de las cadenas de suministro mundiales, el pasado ejercicio económico de Dachser estuvo caracterizado por una demanda de logística baja, sobrecapacidades en el transporte aéreo y marítimo y un aumento de costes por la inflación. A pesar de un mercado en retroceso, en 2023 actuamos deliberadamente de manera anticíclica y con una visión a largo plazo para completar nuestra red europea de grupaje, reforzar significativamente nuestra posición de mercado en la logística de alimentación en el Benelux y los países nórdicos y ampliar nuestra presencia en los mercados de Sudáfrica, Japón y Australia.

El tema de nuestro reportaje de portada es cómo damos las respuestas adecuadas a las cambiantes condiciones del mercado. Se centra en cómo Dachser conectará en el futuro de forma fiable personas y mercados de todos los continentes. De este modo, queremos seguir creciendo y desarrollando una solución globalmente integrada para el transporte puerta a puerta y la logística de contratos.

Así, no solo estamos preparados para los desafíos del futuro. También tenemos el afán y el entusiasmo de asumirlo y crearlo.

Atentamente

Burkhard Eling, CEO de Dachser



Más perspectivas del CEO
en mi perfil de LinkedIn



06

En portada

06

Global Groupage:
con orden y concierto

Foro

12

Personas y mercados:
Transformaciones

14

Panorama:
Imágenes que hablan:
el poder del lenguaje figurado

Competencias

16

Food Logistics:
Ganancias frescas

20

Del laboratorio del futuro:
Camiones para una nueva era

22

Protección ambiental:
Una alianza con futuro

24

Investigación e innovación:
Maniobras con robots

26

Air & Sea: Las mejores cacerolas.
Una historia de cliente con Le Creuset

Red

30

Competencias de red:
Noticias del mundo Dachser

32

Supply Chain Management:
Conectados en la era eléctrica

Buenas noticias

35

Ciudadano Corporativo:
Ayuda a la autoayuda en Perú



32

Crossdocking

Enlaces con el mundo digital de Dachser

Crecimiento sostenible

En el mes de marzo, el CEO de Dachser, Burkhard Eling, presentó los resultados de 2023. Tras cifras récord en condiciones excepcionales ahora llega una consolidación de alto nivel.

https://bit.ly/DAmag_01_24_Cifras



Comunidad digital

Dachser recibe el premio "Citizen Development Empowerment Award", por su iniciativa de impulsar una comunidad mundial de empleados que generan sus propias aplicaciones sin conocimientos de programación.

https://bit.ly/DAmag_01_24_smapOne



Mayor red de grupaje

A inicios de año han entrado en funcionamiento dos gateways para grupaje, carga parcial y completa a Túnez y Turquía. Con ello Dachser permite un transporte por carretera más rápido y eficiente hacia y desde ambos países.

https://bit.ly/DAmag_01_24_Red_de_carga_general



Lo eléctrico avanza

Dachser amplía su parque móvil en España con dos cabezas tractoras 100% eléctricas. Desde las delegaciones de A Coruña y Zaragoza ambos vehículos recorrerán hasta 75.000 kilómetros libres de emisiones al año.

https://bit.ly/DAmag_01_24_Tractores_eléctricos



Editor: DACHSER SE, Thomas-Dachser-Straße 2, 87439 Kempten, Internet: dachser.com **Responsable general:** Christian Weber **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, Kerschensteinerstraße 25, 82166 Gräfelfing (Alemania), e-mail: info@schick-kommunikation.de **Director de proyecto:** Marcus Schick **Diseño:** Ralph Zimmermann **Fotografías:** todas las fotografías Dachser, Matthias Sienz (págs. 10, 23, 24), GettyImages (págs. 4, 12, 13, 14, 16, 17, 21, 22, 32), Le Creuset (págs. 26, 27, 28), Swoboda (pág. 34), terre des hommes (pág. 35) **Impresión:** Holzer Druck und Medien Druckerei und Zeitungsverlag GmbH, Fridolin-Holzer-Str. 22-24, 88171 Weiler im Allgäu (Alemania) **Tirada:** 24.000/64. **Año Frecuencia de publicación:** tres veces al año **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:



Global Groupage: con orden y concierto





El mundo cambia. Y con ello también los mercados. Con los cambios de poder e intereses geopolíticos y el estrés que padecen con frecuencia las cadenas de suministro se requieren nuevos planes. Para la logística esto quiere decir el mejor engranaje posible entre un transporte extremo a extremo y soluciones de logística de contratos.

Parece una paradoja: por una parte, los mercados y las personas se van acercando en un mundo cada vez más digitalizado. Por la otra, las crisis, guerras y cambios de poder e intereses geopolíticos contribuyen a que se creen nuevos bloques, al proteccionismo y al retroceso del libre comercio, que son más populares que nunca. Pero una cosa sí es cierta, las cartas se barajan cada vez con más rapidez.

Y hay diferencias considerables en el ritmo de desarrollo. Mientras que EE.UU. y Europa tenían el mismo rendimiento económico en 2008, la de EE.UU. es hoy un 80% superior. En el futuro, además, el crecimiento mundial tendrá lugar principalmente fuera de Europa. Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional, la participación de los países de Asia-Pacífico (APAC) en el producto interior bruto mundial aumentará hasta más del 40% en 2040, e incluso hasta más de la mitad en 2050. En la actualidad, nueve de los diez mayores puertos del mundo se encuentran en Asia. Un estudio reciente del McKinsey Global Institute, que profundiza en otros aspectos, se titula «Geopolitics and the Geometry of Global Trade». Los analistas de mercado examinan hasta qué punto podrían alejarse o acercarse los países y las economías en el futuro, independientemente de la distancia geográfica real. En la nueva evaluación de la «Geometría del comercio mundial», los investigadores de mercado detectaron dos vías de evolución: la primera es la «desglobalización» del mercado mundial. El alejamiento de las dos economías más importantes del mundo, la de los Estados Unidos y China, es un ejemplo de ello. Esto se manifiesta en aranceles punitivos, sanciones, denegación mutua de acceso a los mercados, la desvinculación de la investigación y desarrollo y muchas más medidas limitantes.

La unión hace la resiliencia

Por otro lado, los autores del estudio detectan una segunda opción como alternativa más razonable que consiste en una fuerte diversificación del comercio, en la que las posibilidades de colaboración compensan los altibajos geopolíticos. De ello se derivan muchas ventajas potenciales: por ejemplo, la resiliencia ante distintos tipos de interrupciones del suministro, así como posibilidades de promover un sistema de comercio y una economía más integradores. Un punto de partida para ello son la confianza mutua y un diálogo abierto y transparente. «Una red amplia y diversificada de relaciones comerciales no se consigue sin colaboración», concluye el estudio. →



Con Global Groupage, estamos desarrollando la futura solución de grupaje para nuestros clientes activos en todo el mundo.

Burkhard Eling, CEO de Dachser

Y el tiempo apremia. Especialmente para las economías europeas, que recientemente han sentido la presión de unas perspectivas económicas sombrías. «En los próximos diez años, entre el 85 y el 90 por ciento del crecimiento mundial pasará fuera de la Unión Europea», explicaba el Comisario Europeo de Comercio Valdis Dombrovskis durante la Conferencia de Seguridad en Múnich en febrero de 2024 y advertía: «Por ello debemos estar conectados si queremos mantener nuestro crecimiento y nuestro bienestar».

Conectar redes mundiales

«El mundo que nos rodea está cambiando. Los mercados están cambiando. Nuestros clientes están cambiando. También nosotros debemos cambiar», afirma el CEO de Dachser Burkhard Eling. «Si los impulsos principales para el crecimiento a largo plazo de Dachser se encuentran en Asia y América, esto tiene que reflejarse también en el diseño y calidad de nuestras redes. Para poder crear hoy las bases de los modelos de negocio del mañana y del pasado mañana, tenemos que engranar de forma más estrecha todavía el núcleo estable y extremadamente eficaz de nuestro negocio europeo de grupaje con nuestra oferta logística intercontinental. Pensar en esa dimensión a tan largo plazo es una tarea, pero también un privilegio de Dachser como empresa familiar». En el centro de todo está integrar una serie de servicios individuales en una solución global integrada, holística y coherente entre Europa y el mundo y viceversa. «Esto es lo que denominamos Global Groupage», indica el CEO de Dachser.

El punto de partida para este engranaje integral de todos los mercados de logística, transporte aéreo y marítimo lo ofrece la red de grupaje de Dachser Road Logistics. Ha ido creciendo y madurando durante décadas para llegar a ser una de las mayores y más eficaces redes de toda Europa. «Al unir todavía más y de forma más estrecha nuestras dos redes, European Logistics y Air & Sea Logistics, tanto a nivel físico como de sistemas, podremos ofrecer a los clientes internacionales un nuevo enfoque integrado y un acceso a mercados totalmente nuevo desde y hacia Europa», enfatiza Tobias Burger, COO Dachser Air & Sea Logistics. «Esto es algo que, a nivel mundial, solo pueden conseguir empresas como Dachser que cuentan con la madurez de red necesaria y, sobre todo, con una colaboración en todo el mundo orientada al servicio de todo su personal».

En Dachser, la idea de que los servicios logísticos no se reducen solo a transportar cosas de A a B, sino a poder ofrecerlos a los clientes con redes muy interconectadas como un servicio logístico que puede integrarse tan profundamente como se desee, es asunto bien rodado. «Al crear y ampliar de forma sistemática la red de Road Logistics siempre hemos

seguido el principio de ofrecer una calidad que nos diferencie de la competencia como el proveedor logístico más integrado», explica Alexander Tonn, COO Road Logistics de Dachser. «Es la evolución de la conexión entre activos, personas, informaciones y tecnologías la que hace especiales las redes Dachser».

Tonn también añade que, al incorporar esta experiencia de European Logistics a la expansión del negocio de transporte aéreo y marítimo, Dachser puede combinar lo mejor de ambos mundos, Road Logistics y Air & Sea Logistics, de manera transversal. «De este modo, ampliamos gradualmente nuestras soluciones mundiales de transporte extremo a extremo y de logística de contratos», afirma Dr. Tobias Burger.

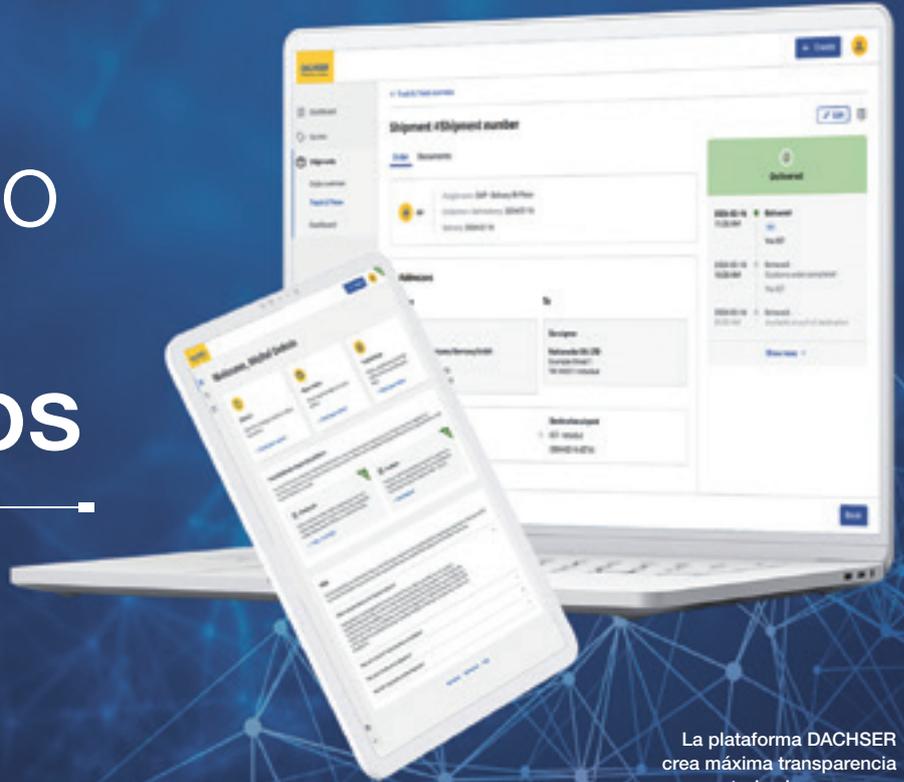
En el número 3/2023, la revista DACHSER informaba de cómo gestiona Dachser toda la cadena de suministro para sus clientes, desde el abastecimiento en Asia hasta la entrega a clientes de todo el mundo, tomando como ejemplo a un cliente del sector tecnológico. ifm electronic aprovecha la perfecta integración de las redes globales de Dachser en Air & Sea y European Logistics. Dachser Air & Sea Logistics organiza el transporte de componentes de Asia en contenedores marítimos de Hong Kong a Europa. Desde Hamburgo, los contenedores pueden trasladarse directamente por ferrocarril al sur de Alemania. Después se descargan en Dachser en Langenau, cerca de Ulm, desde donde se reparten los productos por camión al centro de desarrollo y producción más grande de ifm, en Tettngang, y luego a los principales mercados europeos de Francia, la República Checa y Polonia. El resultado es: transparencia total y control de calidad óptimo en toda la cadena de suministro al tiempo que se reducen significativamente los plazos de entrega.

Un itinerario de soluciones para los clientes

Los economistas, como los autores del estudio McKinsey, recomiendan a las empresas mundiales que se replanteen las cosas: «En el actual clima de incertidumbre, es esencial que las direcciones empresariales se preparen para una serie de posibles cambios en la geometría del comercio». Se trata de tener una estrategia apropiada para un mundo en constante evolución. «Con Global Groupage, estamos desarrollando la futura solución de grupaje para nuestros clientes activos en todo el mundo», explica Burkhard Eling. «Esto está claramente en línea con la misión de Dachser de crear la combinación e integración más inteligente del mundo de la experiencia en redes logísticas y optimizar así el balance logístico de nuestros clientes. Esto tiene futuro, especialmente en tiempos difíciles».

M. Schick

Un mundo de datos para todos



La plataforma DACHSER crea máxima transparencia en todos los procesos

Cuando las redes de Road Logistics y Air & Sea Logistics de Dachser llevan a una solución logística mundial de gestión conjunta, se requiere un alto estándar de transparencia para los clientes. El camino para llegar ahí es la nueva plataforma DACHSER.

Dachser se acerca cada vez más a su objetivo de ser el proveedor logístico más digitalizado del mundo: «Con una nueva interfaz moderna y de fácil uso, la plataforma DACHSER reúne los Business Fields Road Logistics y Air & Sea Logistics y ofrece a los usuarios innovaciones líderes como el seguimiento extremo a extremo en todas las rutas de tráfico», explica Lars Relitz, Head of Corporate Digital Innovation & Development de Dachser. «En combinación con nuestras redes mundiales conseguimos la solución de ventanilla única más inteligente de la logística».

La primera versión de este extenso proyecto vio la luz en abril de 2023 para clientes piloto del sector aéreo. «Podían trabajar con el software de forma productiva, mientras que nosotros recibíamos un feedback completo para seguir desarrollando la plataforma en los siguientes meses», explica Lars Relitz para describir el proceso de desarrollo iterativo y centrado en el cliente. «Nuestra meta es ofrecer una plataforma digital transversal orientada al cliente y que responda a las exigencias del mercado usando tecnología puntera».

En las fases intensivas de desarrollo y prueba, el equipo del proyecto examinó repetidamente las necesidades de los usuarios y obtuvieron comentarios sobre los diseños de producto. «De esta manera adquirimos importantes conocimientos sobre cómo facilitar el uso, cómo diseñar y qué funciones introducir en la plataforma en uso real. Esto nos ayudó a optimizar aún más la oferta de la plataforma de forma más específica y

a adaptar los flujos de trabajo donde fuera necesario», comenta Cornelius Kubik, Department Head DACHSER platform.

Poco a poco, más y más clientes obtuvieron acceso a la plataforma DACHSER, lo que permitió a los desarrolladores recibir comentarios constantes de los usuarios y optimizar la plataforma en función de los datos. Un proceso ideal, como indica Cornelius Kubik: «Cada día aprendemos algo, aunque todavía queda mucho para la plataforma final. Sin embargo, el feedback positivo de nuestros usuarios de prueba nos ha demostrado que estamos en el camino correcto».

Aspectos útiles de la plataforma DACHSER según sus usuarios

■ Todo en un único lugar

Road y Air & Sea integrados en una única plataforma: Se puede acceder, gestionar y hacer seguimiento de todos los envíos.

■ Comparativa de precios extremo a extremo

Es posible mostrar las solicitudes de precios en diferentes rutas y comparar ofertas.

■ Panorámica de track & trace

Se muestran los envíos por todas las rutas en una panorámica en forma de lista.

■ Seguimiento de envíos sin fisuras

Se pueden ver todos los envíos extremo a extremo en todas las fases.

■ Comunicación

En el futuro, los clientes pueden ponerse en contacto mediante la plataforma con sus interlocutores en las delegaciones.

■ Subir documentos

Los documentos de envío se suben en la panorámica de envíos y quedan recopilados ahí.



«Perseguimos un **objetivo claro**»

Desde el 1 de enero de 2024, Tobias Burger es COO Air & Sea Logistics de Dachser. Este doctor en administración de empresas de 46 años confía para el futuro en una organización de ASL fuerte y en el potencial de los servicios de transporte y logística de contratos integrados en todo el mundo: Global Groupage.

Señor Burger, tiene usted un doctorado en administración de empresas. ¿Preveía ya un futuro en la logística cuando estaba en la universidad?

Tobias Burger: No, en aquel momento para nada. Pero lo que sí siempre me han gustado son las redes complejas y las empresas en proceso de cambio. Cuando se trata de dominar la complejidad con estándares y de optimizar procesos en un

contexto global, entonces la logística es la disciplina reina. Esto es lo que me entusiasma de este sector.

¿Cómo entró en contacto con Dachser?

La conexión me llegó por Dieter Truxius, el antiguo CFO (Chief Financial Officer) de Dachser. Él me puso en contacto con Bernhard Simon, el actual Chairman of the Supervisory Board y entonces CEO de Dachser. Desde el principio me motivó la orientación a largo plazo de la empresa porque me gusta trabajar con un objetivo estratégico. La segunda gran ventaja es el trato, basado en valores y orientado a las personas. Eso ya me gustaba entonces y hasta hoy es una de las características principales que hacen única a Dachser. Y por último, pero no por ello menos importante, el potencial de crecimiento y desarrollo de Dachser ya me atraía entonces. Esto se confirmó en los años siguientes. Cuando me incorporé, Dachser tenía entre 17.000 y 18.000 empleados; hoy son alrededor de 34.000.

¿Qué es para usted lo más singular de la logística?

La complejidad, porque en una cadena de suministro siempre se implican muchos actores diferentes. Un ejemplo: transportar

Ahora tenemos ante nosotros la transición de nuestros Business Fields hacia un enfoque integral orientado a la red.

Dr. Tobias Burger, COO Air & Sea Logistics de Dachser

un palé de Hong Kong a Kempten es tremendamente complejo. Si además debemos tener en cuenta las cadenas de suministro del cliente que quiere recibir la mercancía en el momento correcto, la cosa se hace todavía más desafiante.

Además está el aspecto internacional. En particular, el transporte aéreo y marítimo pasa por todo el mundo y afecta a muchos países, economías y culturas. Digamos que la logística es la arteria que nos conecta con todo lo que pasa en el mundo. Lo hemos visto con el COVID: cuando las cadenas de suministro se vienen abajo, de repente el supermercado se queda vacío. De un día para otro hay cosas que no están disponibles tan fácilmente, se paran las líneas de producción, lo cual tiene efectos en la economía. Todo esto demostró la importancia de una logística funcional. El desafío de la logística es combinar la complejidad, el carácter internacional y las dificultades con procesos lo más estandarizados y sin fisuras posibles.

Tras diferentes puestos en Dachser en la división de finanzas, estrategia y luego en la de Corporate Governance, ¿cuándo le quedó claro que el camino lo llevaba a ASL?

En el marco de la gestión temática para la Executive Board entré a fondo en algunos proyectos prioritarios. Uno de ellos era seguir desarrollando y transformando el negocio aéreo y marítimo a partir de 2015. Por el cargo que tenía en ese momento apoyé en la estandarización de procesos y el desarrollo de un modelo comercial para ASL. Me familiaricé entonces con los procesos y con el modelo de negocio general de ASL.

Ha dicho usted en algún momento que si se trabaja de forma operativa no se pueden evitar los errores. ¿Cómo se enfrenta usted a esto?

Lo más importante, como cualquier cosa en la vida, es aprender de los errores y sacar las conclusiones correctas. Un ejemplo: Empecé como Managing Director ASL EMEA durante la pandemia de COVID-19. En aquella época, teníamos que evaluar y decidir cosas de un día para otro, a veces incluso de una hora para otra. Las condiciones marco del negocio iban cambiando con mucha rapidez. Y, por supuesto, a veces se toman decisiones erróneas. Lo bueno de un negocio diario tan ágil es que rápidamente también nos podemos corregir. Podemos evitar fallos si

calibramos siempre bien y nos preguntamos cuál es nuestro objetivo a largo plazo y con qué medidas a corto plazo vamos a llegar a él. Aprender de los errores forma para mí parte de este proceso de evolución continua.

¿Qué expectativas tiene usted para ASL?

ASL está pasando por una gran transformación y sabemos que se encuentra en una situación complicada. En este momento, su enfoque basado en el trading y centrado en los beneficios está alcanzando los límites naturales de su modelo de negocio. Ahora tenemos ante nosotros la transición de nuestros Business Fields hacia un enfoque integral orientado a la red, que es la idea base del Global Groupage integral. Esto está asociado a expectativas positivas ya que es el siguiente paso en la expansión de nuestro modelo de negocio. Engranamos nuestro tráfico intercontinental con nuestro eficiente transporte terrestre europeo y así llegamos a una solución de ventanilla única para el grupaje mundial. Para ello hay una gran apertura y voluntad de cambio.

¿El Global Groupage requiere un cambio de mentalidad de los clientes?

Hay diferentes clientes: algunos todavía piensan en procesos individuales y esto empieza en el aprovisionamiento. Hay clientes que tienen un aprovisionamiento diferente para transporte aéreo, transporte marítimo, por carretera y para almacenamiento porque de forma consciente no se lo quieren dar todo al mismo proveedor. Tenemos que convencer a estos clientes y mostrarles el valor de un enfoque integrado en cuanto a costes, tiempos de entrega y ahorro de CO₂. Una buena manera de hacerlo es con análisis cuantitativos de la cadena de suministro.

Por cierto, son precisamente los clientes en ultramar los que muestran mayor entusiasmo por un servicio integral, transversal y fiable de exportación e importación entre Asia y América, así como a Alemania o Europa con tiempos de entrega vinculantes y compromisos de calidad. Estos clientes también dicen que hay muy pocas empresas de logística mundiales que puedan poner en práctica tal rendimiento. Ese es el punto de inicio a partir del cual como Dachser podremos generar un valor añadido único para nuestros clientes en el futuro.

Tobias Burger comenzó su carrera profesional como consultor estratégico en Siemens Management Consulting, antes de incorporarse a Dachser en 2009. Después de ocupar puestos en Controlling y en desarrollo estratégico, fue nombrado Director de Corporate Governance. A partir de 2019, fue Deputy Director Air & Sea Logistics como adjunto de Edoardo Podestà. Al mismo tiempo, trabajó como Sales Manager global de la carga aérea y marítima. En los años 2021 y 2022 Burger fue Managing Director de la Business Unit operativa ASL EMEA con gran éxito.

Personas y mercados

La búsqueda del valor añadido

¿Estaremos todos dentro de poco moviéndonos por mundos virtuales en el llamado «Metaverso»? Pocas tendencias permanecen tan firmes, sin conseguir su éxito en la vida diaria. Ya en el año 1938 el poeta francés Antonin Artaud hablaba de la realidad virtual, en particular en relación con el arte dramático, en su colección de ensayos «El teatro y su Doble». Unos 70 años más tarde, gentes de todo el mundo (o, más bien, sus avatares) se reunieron en un escenario online en 3D. No obstante, este mundo feliz que se llamaba «Second Life» nunca llegó a las masas. El metaverso industrial, que ahora entra en una nueva fase, es bastante diferente. En su caso, los gemelos digitales, las simulaciones espaciales, los entornos de trabajo interactivos mejorados y los espacios digitales para una colaboración efectiva aportan un auténtico valor añadido a las empresas. El mensaje de este mundo virtual es que la era en la que los humanos y la inteligencia artificial colaboran en tiempo real para resolver problemas tangibles cuenta con una larga historia, pero probablemente apenas esté comenzando.



Renace el vinilo

Todo se vuelve digital. O casi todo. En la música, los servicios de streaming son el lugar principal indiscutible en el que los artistas reclutan a sus seguidores y entusiasman con sus nuevos trabajos. Pero cuando se trata de ganar dinero, los medios físicos también tienen su demanda. Así, en la semana anterior a la Navidad, se vendieron más de dos millones de álbumes en vinilo en los Estados Unidos. A la cabeza: la superestrella Taylor Swift. Con 194.000 vinilos vendidos en una semana, marca un récord también en la tendencia de la música retro analógica.

Rápido que vuelan

El auge del comercio electrónico ha cambiado nuestra manera de comprar. Las dos empresas chinas Temu y Shein se han sumado a la llamada «fast fashion»: moda que se produce de forma extremadamente barata y que llega a toda velocidad al mercado. Como informaba la Süddeutsche Zeitung, todo esto ha llevado a un aumento reciente del transporte aéreo mundial y con ello de las tarifas de flete. Shein y Temu envían diariamente en este momento 600.000 paquetes a los EE. UU. En Alemania, la cifra de paquetes se calcula que está en los 400.000 diarios. Esto quiere decir que tienen que despegar cada día más de cien aviones de carga tipo Boeing 777. No hay ni intermediarios ni centros logísticos ni almacenes. Esto es posible cuando los productos llegan directamente de la China a la puerta del cliente en Berlín, Nueva York o Rio de Janeiro. Las devoluciones simplemente se destruyen. Los defensores del medioambiente y de los consumidores critican una moda rápida así entendida. Representa lo contrario de la sostenibilidad, es decir, una catástrofe.



Identidad bot

Hace tiempo que ChatGPT llegó a nuestro día a día. Y sigue superando fronteras, como, por ejemplo, si se le «alimenta» adecuadamente, no solo sabe investigar y escribir, sino también componer. El guitarrista y compositor Adrian Sieber, junto con Jakob Haas, chelista de la Orquesta Sinfónica de Múnich, ha estrenado por primera vez una composición propia de ChatGPT. «Muy moderna e inesperada», describía Haas el resultado de tonos a veces un poco extraños. «Puede ponerse interesante la cosa».

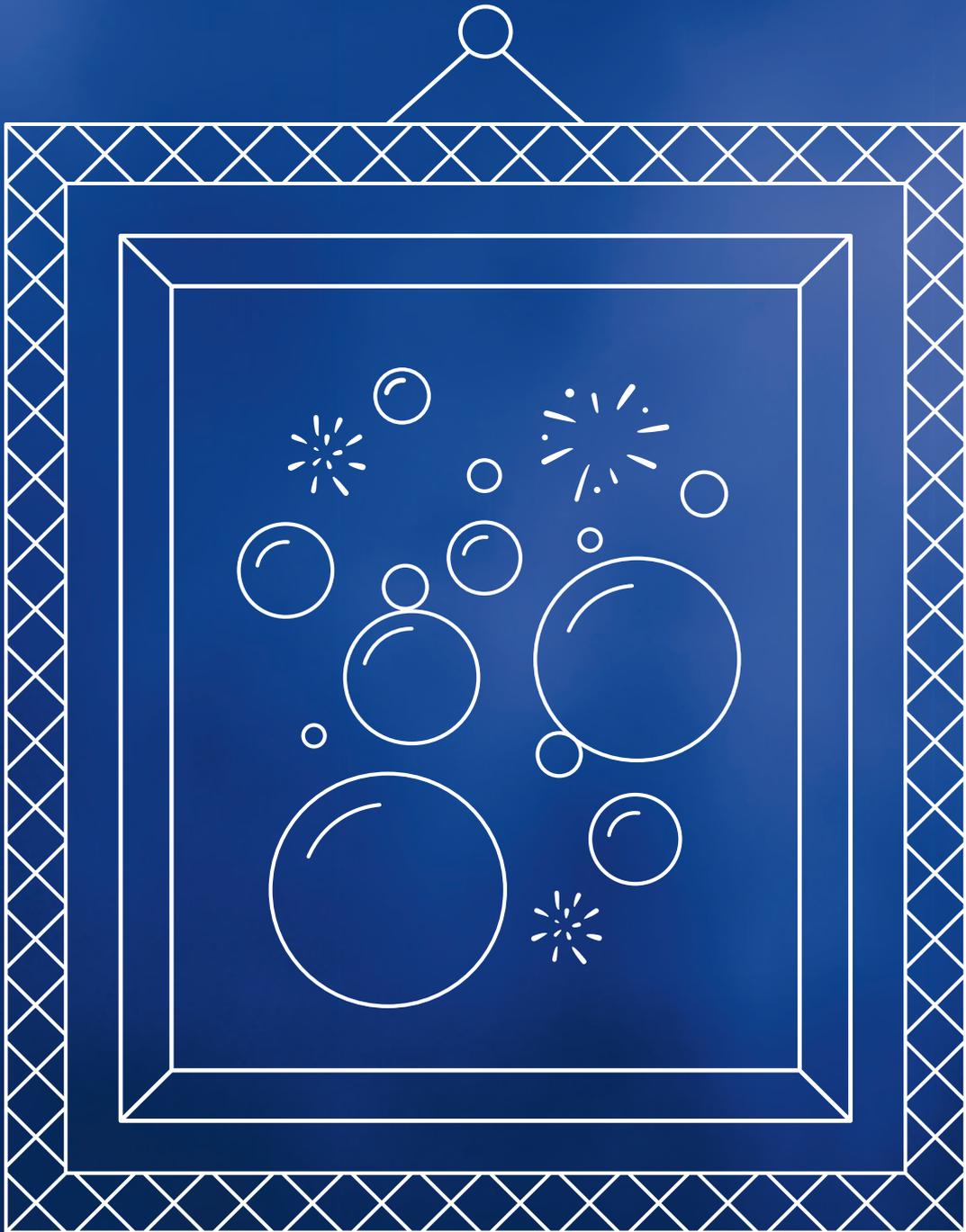
Perritos preciosos

¿Cómo se pasa de la figurita de un perrito que mueve la cabeza a una obra de arte virtual? El 21 de junio de 2023, Día Mundial del Perro, Mercedes Benz se unió al diseñador estadounidense Superplastic para reinventar su famoso «Dackel» en una versión de madera de 28 centímetros. Este año se dará un paso más en el Consumer Electronics Show de Las Vegas. Se hará una edición limitada de 1.000 piezas del «Superdackel» como obra de arte puramente virtual. Su valor para coleccionistas se deriva del certificado de autenticidad NFT (Non-Fungible-Token). A mayores, Mercedes va a poner en línea modelos icónicos de su flota histórica, y ya está lista una experiencia emocional innovadora en el mundo virtual entre el cliente y el famoso perrito.



Panorama

Imágenes que hablan



En tiempos complejos se necesitan ideas que marquen el camino de la economía y del comercio. Los economistas siempre han confiado en el poder del lenguaje figurado.

Cuando las empresas de Internet producen coches, las plataformas de comercio electrónico gestionan centros de cálculo de Big Data y el jefe de un fabricante de coches se gasta miles de millones en lanzar a la humanidad a Marte, algunos quedan sorprendidos. Otros se sienten reafirmados en que hoy en día nada es seguro, excepto que el mundo cada vez parece girar más rápidamente y renovar de forma más vertiginosa sus normas. Para resumirlo, se ha acuñado el acrónimo «VUCA», que significa volatilidad, incertidumbre (del inglés «uncertainty»), complejidad y ambigüedad.

Hacer frente a la falta de claridad del mundo es una necesidad básica del «Homo oeconomicus». Y esto no solo se traduce en acrónimos abstractos sino que incluso los pensadores de la economía han echado mano del lenguaje figurado desde la Antigüedad. El propio término economía parte de «oikos», griego para casa, que no se refería a la casa como construcción, sino a todas las personas que habitaban un hogar con todas las actividades y bienes que contribuyen a que este funcione como un todo. La relación entre varón y mujer, padres e hijos, señores y criados en la casa en la Antigüedad y la Edad Media era un símbolo de la organización de lo común y de las unidades económicas. A lo que se añadían las expectativas de jerarquías y dependencias «dadas por Dios».

Mano invisible

En su obra fundamental «La riqueza de las naciones», el filósofo y pensador ilustrado escocés Adam Smith (1723 – 1790) trajo a colación la imagen de la «mano invisible» que continúa usándose hasta hoy. Este concepto se presentaba como una parte esencial de la economía nacional. Como por arte de esa mano invisible, cuando el individuo, dentro de los límites que determina la sociedad, intenta aumentar su felicidad personal, maximiza al mismo tiempo la felicidad social

general. Una tal economía siempre encuentra una especie de equilibrio natural.

De esto también departía John Maynard Keynes (1883 – 1946). El economista, político y matemático británico buscaba las raíces de los ciclos de económicos durante la «Gran Depresión» de los años treinta. Keynes dejó atrás la imagen que se usaba para entender las oscilaciones de los tipos de interés como un «movimiento pendular» semejante al de las fuerzas de la naturaleza, es decir, como algo natural. Al contrario, a él debemos la imagen de la «elasticidad de los intereses». Un término muy flexible que se deriva, entre otras cosas, de la interacción entre las expectativas y confianza humanas y las acciones individuales que de ellas se deducen. Según Keynes, para el Estado esto quiere decir que, en la fase de recesión hay que gastar más para estabilizar la economía y para estimular la demanda de bienes y servicios. Para que los ciudadanos y los contribuyentes que no tienen formación científica puedan entender las cosas, los políticos también recurren con frecuencia al lenguaje metafórico para aclarar asuntos diversos. Por ejemplo, cuando se manejan los flujos financieros se dice que los bancos centrales «bombean» dinero al mercado. Los ciclos económicos deben alimentarse de tal manera que el «barómetro» se mantenga a un nivel elevado y no se desplome. En tiempos de crisis Keynes todavía tiene coyuntura mundial, si bien sigue dividiendo la opinión pública tanto antes como ahora.

Burbujas tentadoras

Pero tampoco parece cierto que por contar con imágenes populares para comunicar las previsiones y sentido de la economía ya está todo decidido. Un argumento en su contra son las muchas experiencias que ha habido de burbujas, que crecen y crecen, adquieren colores cada vez más vivos... hasta que explotan. El motivo: las falsas expectativas con respecto a los rendimientos de las empresas de Internet, bienes inmobiliarios, metales preciosos, valores o bonos. Quien venda en el momento correcto, antes de que estalle la burbuja, ganará mucho dinero, es verdad. Pero quien llegue tarde se quedará literalmente con los bolsillos vacíos y, en el peor de los casos, con un saco de deudas. El ensayista escocés Thomas Carlyle usó una imagen sin par para describir la situación: «La experiencia es la mejor maestra. El problema es pagar la matrícula.» M. Schick

Hay que reconocerlo: aunque los valores con los que hacen malabares cada día sean muy abstractos, los agentes de bolsa crean las imágenes más bellas y rompedoras del sector económico. El toro orgulloso con sus magníficos cuernos para el alza a largo plazo, el oso agazapado con la cabeza gacha para la cuesta hacia abajo duradera. El indicador se mueve, en el mejor de los casos, entre una atmósfera de champán y en el peor una de pánico. Cuando el hielo es quebradizo, solo queda por esperar que la marea pronto levante todos los barcos. En realidad, es bastante simple, ¿no?



Ganancias frescas

La logística de alimentos es un factor de crecimiento en Europa. Dachser ha seguido ampliando su red con adquisiciones rompedoras y ha invertido en protección ambiental y digitalización. De esto se benefician los socios de red del continente.

La Business Unit Food Logistics ha sido una de las áreas de crecimiento de Dachser durante años. Esta tendencia también se refleja en los datos estadísticos del mercado alimentario. Los analistas de Statista Market Insights calculan que en el año 2024 el volumen de ventas del mercado de alimentos europeo alcanzará los 1.936 mil millones de euros. En 2028 el volumen debería haber alcanzado los 2.424 mil millones de euros, lo cual se corresponde con una tasa de crecimiento anual del 5,78 por ciento. Los investigadores del mercado pronostican que en el año 2024 se consumirán de media 533,1 kilos de alimentos por persona.

A pesar de las crisis como la de la pandemia del COVID-19 o la de la invasión rusa de Ucrania con su consiguiente escasez de cereales, el área de Food Logistics se ha mantenido relativamente estable. El aumento de precios por la inflación también ha dejado aquí su huella, si bien con menor intensidad que en otros sectores de la economía.

«Para el 2024, Dachser Food Logistics espera un crecimiento de volúmenes moderado. El flojo desarrollo económico sigue debilitando los ánimos en el país, pero el aumento de la inflación, que según nuestros cálculos fue el mayor freno para el mercado de la alimentación el año pasado, empieza a retroceder lento pero seguro. Esperamos un impulso de crecimiento a mayores gracias a grandes eventos deportivos como la Eurocopa 2024 y la gastronomía de eventos que requiere en el propio país», comenta Alexander Tonn, COO Dachser Road Logistics, que a principios de año asumió la dirección de Food Logistics. A final del año pasado se jubiló el experimentado Managing Director de Dachser Food Logistics, Alfred Miller.

Dachser Food Logistics siempre ha tenido en mente un servicio logístico transfronterizo e internacional. Así, por ejemplo, Alemania es el tercer mayor exportador de alimentos del →

Alimentos frescos son bienes muy demandados

En la despedida del Managing Director de Dachser Food Logistics de muchos años tras jubilarse, el CEO de Dachser Burkhard Eling reconoció los méritos específicos de Alfred Miller: «Ha llevado la Business Unit Food Logistics a otro nivel gracias a su gran empeño. Desde hace muchos años, ha sido usted un factor de estabilidad y un motor de crecimiento para Dachser y ha hecho una importante contribución al desarrollo empresarial dinámico y sostenible de toda la empresa».

mundo. Se exportan sobre todo carne, productos de confitería, productos lácteos y platos preparados. Sobre un 70 por ciento de las exportaciones encuentran sus destinatarios en países de la Unión Europea, sobre todo en los Países Bajos, Francia e Italia.

Hacer historia en Europa

Esta creación de redes europeas se refleja sobre todo en la historia de éxito de la European Food Network. En 2013, varias empresas logísticas de toda Europa acordaron unirse y sincronizar sus servicios bajo el liderazgo del sistema de Dachser. Hasta ahora, 23 miembros de la red conectan los mercados de 34 países. En 2016 se alcanzó un hito con la puesta en marcha del hub europeo para alimentación de Dachser en la delegación de Erlensee, cerca de Frankfurt del Meno. Gracias a su ubicación central en la zona del Rin-Meno y con transbordos de lunes a sábado, el hub se ha convertido en uno de los nodos más importantes para los envíos de alimentos transeuropeos. De esta manera se optimizan los tiempos de tránsito y las mercancías pasan de media un día menos de transporte, un ahorro de tiempo importante para productos frescos.

En los últimos años Dachser también ha ampliado su red internacional de logística de alimentación propia. A principios de 2023 se completó la adquisición del líder de mercado holandés Müller Fresh Food Logistics. Desde el 1 de enero de 2024, la filial de Dachser también es socia de la European Food Network. Una ganancia para todas las partes. En el pasado, Müller generaba sobre el 80 por ciento de su volumen de ventas en los Países Bajos. El 20 por ciento restante se lo repartían otros países del Benelux y

Gran Bretaña. «Bajo el paraguas de Dachser nos hemos convertido en un actor europeo y juntos hemos conseguido dar un gran salto en la profesionalización», indica satisfecho Jan-Peter Müller, Director General de Müller Fresh Food Logistics.

Una integración de este tipo consigue muchas sinergias, refuerza la red y ofrece ventajas para los clientes. Por ejemplo, en tecnologías de la información. «Sin duda, tenemos una TI eficiente, pero los sistemas TI de Dachser están a otro nivel», indica Jan-Peter Müller. De esta manera, en el futuro la empresa podrá ofrecer a sus clientes exportadores de los Países Bajos los servicios del Portal Dachser eLogistics, con informaciones globales de seguimiento y localización y comprobantes de entrega digitales. «Esto es un hito en el ámbito de los servicios logísticos», indica Müller.

Además de la conexión de los sistemas TI y la sincronización de procesos, se valora sobre todo la integración del personal en la familia Dachser. En esto ayuda que ambas empresas mantienen una cultura de mediana empresa que pone énfasis en valores como la confianza y la fiabilidad, así como en las operaciones a largo plazo, indica Müller. «La cultura empresarial compartida facilita mucho la integración», subraya Müller.

Entrada en el mercado escandinavo

Y ya se ha dado el siguiente paso. Con la adquisición de la sueca Frigoscandia AB a principios de año, Dachser ha ampliado su red propia europea de logística de alimentos a Suecia, Noruega y Finlandia. «Con nuestras adquisiciones en los Países Bajos y en Escandinavia reforzamos nuestra posición como una de las empresas de logística de alimentos líder en Europa», explica Alexander Tonn. Frigoscandia es el proveedor líder de logística de temperatura controlada de Suecia, Noruega y Finlandia con sus aproximadamente 300 millones de euros de volumen de ventas y desde 2019 es socio de la European Food Network.

«Esto facilita la integración, ya que no hay estructuras duplicadas y todos los empleados de Frigoscandia pueden ser asumidos por Dachser», añade Tonn. La adquisición se completó en marzo de 2024 y se inició la plena integración de Frigoscandia. «El año pasado invertimos mucho en la ampliación de la red de Food Logistics», indica Tonn. Sin embargo, la internacionalización es solo uno de los desafíos de todo el ramo de la alimentación. Hay que añadirle los retos del mercado y la legislación que exige cada vez más un diseño de las cadenas de suministro sostenible y respetuoso con el medioambiente.



Cerca de las necesidades de los clientes finales



Una red para toda Europa



Con nuestras recientes adquisiciones en los Países Bajos y en Escandinavia reforzamos nuestra posición como una de las empresas de logística de alimentos líder en Europa.

Alexander Tonn, COO Road Logistics y Managing Director Food Logistics de Dachser

Con tecnología innovadora

Para apoyar a los clientes en su camino hacia una mayor sostenibilidad, Dachser pone a prueba semirremolques frigoríficos libres de emisiones. En los almacenes de reparto de Erlensee, Hamburgo y Langenau se utilizan cuatro tráileres de batería eléctrica de Krone. «Queremos poner a prueba la tecnología a pleno rendimiento en el día a día», indica Tobias Ritter, Department Head Production and Network Processes de Dachser Food Logistics. Es importante que la refrigeración funcione de forma fiable incluso en largos trayectos o en atascos. Una batería llena refrigera el semirremolque sin fuente externa durante cinco o seis horas.

Los tráileres se cargan directamente en el muelle de carga o mediante un eje generador, que es parecido a la dinamo de una bicicleta y que a partir de 20 kilómetros hora suministra suficiente electricidad para refrigerar y cargar la batería. Los primeros resultados son prometedores. Los tráileres eléctricos no solo pueden mejorar el balance climático del transporte de alimentos, sino que también son mucho más silenciosos que

los grupos refrigeradores diésel. «En el futuro queremos introducir más equipos de este tipo para fomentar nuestros objetivos climáticos», indica Christian Schütz, Department Head Technics/Technical Purchase de Dachser.

Además del aspecto ambiental y de protección climática, la industria ve la digitalización como otro desafío más. «En Dachser, incluimos la digitalización de forma temprana en nuestras prioridades», dice Tonn. La inteligencia artificial en el procesamiento de imágenes y las tecnologías de la automatización en el transbordo de grupaje se unen al gemelo digital @ILO. El proyecto crea una reproducción digital de todas las mercancías, activos y procesos de una terminal de tránsito y proporciona datos en tiempo real. «Esto contribuye a hacer frente a las exigencias complejas del cliente con alta calidad y, al mismo tiempo, dar respuesta a las limitaciones de espacio y a la escasez de personal cualificado», aclara Tonn. Tras una fase piloto exitosa en Unterschleißheim, cerca de Múnich, así como en Öhringen, cerca de Heilbronn, este galardonado gemelo digital se introdujo también a principios de año en la importante delegación de Erlensee de Dachser Food Logistics. **A. Heintze**

Del laboratorio del futuro

El futuro del camión empieza ahora

El vehículo de cero emisiones sale definitivamente del laboratorio del futuro. Sin embargo, para llegar a ser una tecnología cotidiana práctica, a los nuevos camiones les quedan algunos desafíos por delante.

La Unión Europea ha decretado el final definitivo de los motores de combustibles fósiles (diésel, GNL, GNC) en camiones. A principios de año se aprobó la actualización del Reglamento UE 2019/1242 que obliga a los fabricantes de vehículos comerciales a reducir la media de emisiones de CO₂ en camiones de nueva matriculación en un 90 por ciento tomando como base el año 2019 antes del 2040.

En solo dos décadas, el sector de la logística tendrá que pasar por lo que será la mayor transformación del transporte de mercancías por carretera desde el paso de vehículos tirados por caballos al vehículo propulsado por motor. De la tecnología del futuro de los vehículos de cero emisiones o ZEV, del inglés Zero Emission Vehicle, debe pasarse a un camión apto para la práctica que pueda cumplir su promesa de rendimiento de forma fiable en distintas modalidades de transporte.

Sin embargo, el camino hacia el ZEV no es nuevo. La transformación empezó hace cinco años con la adopción del Reglamento UE 2019/1242. Desde entonces, los fabricantes de vehículos comerciales están obligados a reducir las emisiones medias de las primeras matriculaciones en un 15 por ciento a partir de 2025 y en un 30 por ciento a partir de 2030 (ahora aumentado a un 45 por ciento). Lo que se espera de los ZEV también lo recogen otras normativas. Por ejemplo, en el 2022

empezaron a aplicarse en todos los Estados Miembro las nuevas cinco categorías de CO₂ para los sistemas de peaje de camiones. A principios de años, esta nueva clasificación ya se aplicó en Alemania y en Austria.

A raíz de todo esto, los OEM han ajustado sus estrategias. El líder del mercado, Daimler Trucks, informó ya en otoño de 2019 de que en un plazo de dos décadas iba a pasar toda su producción a vehículos eléctricos de baterías (BEV) y eléctricos de pila de hidrógeno (FCEV). Y no solo en la UE, porque hay otros países que también han decidido romper con el motor de combustión clásico. En Noruega y en el estado estadounidense de California, por ejemplo, se introducirá el abandono de la propulsión de combustión clásica en los camiones cinco años antes que en la UE.

La transición ha empezado

En todo el mundo, los OEM establecidos han realizado las inversiones correspondientes en nuevas plantas y redes de proveedores, pero también siguieron este proceso algunas start-ups y empresas de otros ámbitos. En el centro del debate para los fabricantes lo principal es la electrificación del tren motriz, así como la producción y adquisición de baterías de tracción y pilas de mayor rendimiento.

Ya están disponibles los primeros modelos de serie de camiones tanto para el transporte de corta como de larga distancia con baterías eléctricas con una autonomía de 300 km que pronto llegará a los 500. Sin embargo, los camiones FCEV de serie con una autonomía de más de 700 kilómetros no se espera que estén disponibles antes del final de la década. Según los parámetros fijados por la UE, los ZEV son camiones con propulsión de hidrógeno y línea eléctrica aérea. Dado que no existen ofertas prácticas ni planes de expansión de infraestructura para ambas tecnologías, estos sistemas de propulsión libres de emisiones no se utilizarán de manera generalizada en Europa en el futuro próximo o incluso nunca.

Lo mismo ocurre con los combustibles sintéticos. Los camiones de combustión con biocombustibles o E-Fuels no están incluidos como vehículos de cero emisiones en el Reglamento de la UE actualizado. En el futuro tampoco van a tener ventajas en cuanto a peajes. Solo los vehículos que funcionan exclusivamente con combustibles ecológicos basados en electricidad podrán seguir registrándose como clase de «E-Fuels only» después de 2040. Pero faltan todos los detalles legales.

Los E-Fuels entre interrogantes

También es dudosa la voluntad política. Acaba de acordarse a nivel europeo que se considere el uso de los E-Fuels en el futuro. Lo que no podemos predecir es si esto algún día se convertirá en un requisito legal mayoritario y, por lo tanto, vinculante. Debido a las limitadas capacidades de producción de estos combustibles, tampoco van a ser una solución fiable para las OEM a la hora de conseguir los objetivos de su parque móvil. Este camino tecnológico tampoco puede reducir las emisiones de contaminantes atmosféricos (óxidos de nitrógeno, partículas,



La infraestructura de carga es un desafío

etc.) a cero emisiones. Este vuelve a ser un punto importante, sobre todo para las ciudades y regiones metropolitanas.

Con la actualización del UE 2019/1242 el marco legal y las opciones tecnológicas están claras. Pero para alcanzar una idoneidad, debe trabajarse urgentemente en los siguientes puntos:

- **Infraestructura pública de carga de camiones:** Rápida implementación del Reglamento de la UE para el desarrollo de puntos de carga rápida para 2030 con la directiva AFIR, que prescriba al menos cada 60 kilómetros en las autopistas más importantes, cada 100 kilómetros en toda la red transeuropea de transporte así como en los nodos urbanos.
- **Redes energéticas a nivel municipal:** creación y aplicación rápida de planes de expansión del suministro a zonas industriales.
- **Normas y estándares legales:** revisión rápida de la normativa relativa al uso de vehículos de emisiones cero y energías renovables, p.e. normas técnicas sobre protección contra incendios, mercancías peligrosas, etc. También es necesario adaptar pronto las directrices de financiación y reglamentos sociales, sobre todo para las PYME.
- **Seguridad de las inversiones:** La fiabilidad y la previsibilidad legal son la base para activar las inversiones privadas necesarias.

- Lo más importante es una actuación constructiva de todas las partes implicadas. Es importante una colaboración orientada a soluciones y a la aplicación.

En el marco de su estrategia de sostenibilidad y protección ambiental Dachser se prepara para una transición gradual hacia los vehículos de cero emisiones y energías renovables. En concreto esto significa que el número de camiones BEV y más tarde FCEV, tanto para el transporte de corta como de larga distancia aumentará dependiendo de su rendimiento, infraestructura de carga y rentabilidad.

Es igualmente importante, mediante una elevada eficiencia de procesos y energética seguir evitando kilómetros de transporte innecesarios que requieren mucha energía. Esto significa seguir utilizando camiones diésel Euro 6 modernos con ahorro de combustible en los próximos años, aprovechar aún más el transporte con personal bien capacitado y nuevos sistemas digitales de asistencia, además de planificar las rutas todavía mejor.

Lo que está claro es que la base para una logística inteligente del futuro son los vehículos de emisiones cero en combinación con una alta eficiencia.

Andre Kranke, Head of Corporate Research & Development de Dachser

En el marco de la serie «Del laboratorio del futuro», se presentan resultados del área de Corporate Research & Development que han surgido de la estrecha colaboración con diversos departamentos, delegaciones y el DACHSER Enterprise Lab en el Fraunhofer IML, así como con otros socios científicos y tecnológicos.



Proteger el medioambiente, posibilitar el futuro

Dachser, la organización ambiental myclimate y la organización de protección de la infancia terre des hommes han llegado a un acuerdo de colaboración a largo plazo. Juntas quieren lanzar nuevos proyectos de protección ambiental en todo el mundo o ampliar iniciativas existentes.

Les une el afán de proteger el medioambiente: Dachser y las organizaciones sin ánimo de lucro myclimate y terre des hommes firmaron un acuerdo de cooperación al respecto en diciembre de 2023. La colaboración de seis años inicialmente prevista incluye dos campos de actuación relacionados: el desarrollo de proyectos de protección climática myclimate certificados según estándares reconocidos en Sudamérica, África, Asia y Europa, así como proyectos de protección ambiental en colaboración con terre des hommes que se centran en el apoyo a la infancia y a la juventud en países emergentes o en vías de desarrollo. La selección de proyectos y gestión de programas cuentan con el apoyo de un Steering Committee formado por representantes de Dachser, myclimate y terre des hommes.

Todos los socios aportan su experiencia práctica de años de trabajo en proyectos de sostenibilidad. La organización de protección de la infancia terre des hommes, que es socia de Dachser desde el 2005, acumula con sus contrapartes locales un exitoso trabajo de años con la infancia y la juventud que se moviliza por su derecho a un medioambiente saludable. La organización ambiental myclimate promueve con sus proyectos la protección climática y el desarrollo sostenible en todo el mundo.

«Queremos hacer una contribución seria y significativa a la protección ambiental y climática», afirma Bernhard Simon, Chairman of the Supervisory Board de Dachser y miembro del Steering Committee de la cooperación ambiental. «Como proveedor logístico nos centramos en reducir de forma activa las emisiones mediante la eficiencia energética y de procesos, así como mediante investigación y desarrollo. Pero también nos comprometemos más allá de las fronteras de la empresa. El acuerdo con myclimate y terre des hommes proporciona un marco sostenible a estas actividades». En particular, la colaboración de largos años con terre des hommes es una base importante para esta iniciativa y la distingue de otras iniciativas climáticas. «El cambio climático afecta especialmente a las personas de los países emergentes y en vías de desarrollo. Nos gustaría implicarnos sobre el terreno para mantener y mejorar las condiciones de vida de la infancia y la juventud», continúa Bernhard Simon.

Stefan Hohm, Chief Development Officer (CDO) de Dachser, añade: «No solo vamos a hacer una contribución económica, sino que nos implicaremos en el diseño del proyecto. Para nosotros, la atención no se centra en los créditos de CO₂. Tampoco está previsto que el efecto positivo sobre el clima que se derive de los proyectos esté orientado a objetivos de compensación, a palabras vacías como «neutral al clima» ni mucho menos a traspasos a terceros. Queremos impulsar la protección ambiental con iniciativas específicas y a largo plazo. En myclimate hemos encontrado un socio con mucha experiencia y esperamos poder hacer realidad nuestras altas expectativas».

Proyectos conjuntos para más protección ambiental

A partir de ahora se trabajará en el marco de esta cooperación en proyectos en Sudamérica, África, Asia y Europa. Los programas ya rodados por myclimate se pueden ampliar o transferir a otras regiones. También se prevé la creación de iniciativas totalmente nuevas. Dachser financia los proyectos y se implica de forma activa en la selección y desarrollo. myclimate es responsable, junto con terre des hommes, de crear carteras de proyectos así como de la gestión continua del programa y de trabajar con las contrapartes. Los requisitos básicos de todos los proyectos son su sostenibilidad y visión a largo plazo, un compromiso claro con los ODS, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, así como indicadores medibles que se certifiquen por estándares reconocidos.

Stefan Baumeister, Director General de myclimate Deutschland, indica: «La cooperación a largo plazo como la que tenemos

con Dachser es la clave para proyectos efectivos que impulsen tanto la protección ambiental como el desarrollo social. Esta colaboración bien planificada y de tanto alcance va a permitir aplicar medidas de protección ambiental que se necesitan con urgencia en todo el mundo».

El foco de la cooperación son los llamados «proyectos comunitarios». Esto incluye, entre otras cosas, el acceso a fuentes de energía general y para cocinar locales y limpias, mejorar el acceso al agua potable, mejorar la agricultura y la seguridad alimentaria y la gestión de residuos, así como la movilidad eléctrica. También se consideran las medidas técnicas de reducción de CO₂.

Protección ambiental para una vida mejor

El apoyo local, sobre todo de la infancia y de la juventud, está en el centro de la colaboración con terre des hommes. myclimate asesora y apoya a la organización internacional de derechos de la infancia sobre todo en cuestiones de calidad y certificación.

Eso comenta Joshua Hofert, Director de Comunicación de terre des hommes. «La crisis climática tiene un gran impacto en la vida de las niñas y niños pobres y desfavorecidos en muchas regiones del mundo. Cada año fallecen alrededor de 1,7 millones de niños menores de cinco años de enfermedades causadas por malas condiciones ambientales. Todas las niñas y niños tienen derecho a vivir en un medioambiente saludable. Nuestra nueva cooperación con Dachser y myclimate debería contribuir a hacer realidad ese derecho de la infancia.» Dachser colabora desde 2005 con terre des hommes en procesos de autoayuda y para materializar los derechos de la infancia en todo el mundo. Distintos proyectos en el sur de Asia, en el sur de África, América Latina y Ucrania tienen el objetivo de mejorar la vida de la infancia y la juventud hoy y en el futuro.

M. Gelink



(de izq. a dcha.) B. Eling, Dachser CEO; J. Hofert, Director de Comunicación de terre des hommes; B. Simon, Chairman of the Dachser Supervisory Board; S. Baumeister, Director General de myclimate Deutschland; S. Hohm, Dachser CDO



En el laboratorio real: André Bilz con la programación de vehículos

Maniobras con robots

Los vehículos autónomos tienen un gran potencial en la logística, por ejemplo para asumir maniobras totalmente automatizadas de cajas móviles. ¿Pero cómo hacer que funcionen en los concurridos muelles de expedición de manera eficiente y segura? En la delegación de Dachser en Langenau, cerca de Ulm, se ha experimentado con su uso en condiciones reales.

El Kamag Precision Tractor recoge un semirremolque vacío del aparcamiento y emprende su camino al muelle de carga 35. La persona que está tras el volante puede relajarse, el camión se mueve de forma autónoma. Y hay algo más que llama la atención: en la cabeza tractora, localizados en los extremos y en el centro del parachoques, pueden verse tres grandes sensores redondos de los que nacen cables de color verde brillante que se conectan con el interior digital del vehículo. En el techo se divisan más sensores y antenas.

En la zona operativa de la delegación de Dachser de Langenau, en Baden-Wurtemberg, el futuro ya es realidad: con el proyecto de investigación SAFE20, cofinanciado por el Ministerio Alemán de Economía y Protección Ambiental, se pone a prueba el uso regular de vehículos totalmente automáticos en zonas de operaciones. Ambos vehículos tractores autónomos se mueven con gran velocidad. Con hasta 20 kilómetros por hora se integran perfectamente en las operaciones mixtas con vehículos pilotados y peatones. Los vehículos del especialista en parques logísticos Kamag, que acompaña solo un conductor de seguridad preparado para intervenir en caso de emergencia, deben superar numerosos atrancos como evitar obstáculos, cambiar de dirección y prestar atención a los peatones y al resto del tráfico. Un desafío para los sensores y la TI asociada. Los escáneres Lidar utilizan luz láser para capturar el entorno y crear una imagen digital. Una antena GPS en el techo transmite el posicionamiento exacto del vehículo mientras se mueve. La segunda antena recibe datos de los sensores de la infraestructura. De esta manera se transfiere la información evaluada a partir de los datos del radar y de la cámara. «Maniobrar las cajas móviles y los tráileres desde las plazas de aparcamiento hasta la carga o descarga en la nave de transbordo ofrece un potencial considerable para la automatización, sobre todo teniendo en cuenta la escasez de con-

ductoras y conductores», explica Stefan Hohm, Chief Development Officer de Dachser.

Para garantizar el complejo funcionamiento de camiones totalmente automatizados de forma segura en una central logística, el proyecto de investigación también instaló cámaras y sensores en el exterior de las terminales. Si uno de ellos detecta una persona que, por ejemplo, cruza el paso de cebra, el vehículo autónomo recibe esa información de antemano. Antes de dar una esquina y tener a la persona en ángulo de visión, puede reducir la velocidad y, en caso de ser necesario, detenerse de inmediato.

Integrado en el flujo de tráfico

«Por la actividad mixta en nuestras instalaciones es determinante que los vehículos autónomos no se conviertan en obstáculos», indica André Bilz, Team Leader Truck & Terminal Equipment en la Head Office de Dachser. Hasta ahora, teniendo en cuenta la normativa de seguridad vigente, solo era posible manejar estos vehículos a una velocidad de entre 6 y 8 km/hora. Los vehículos que se han puesto a prueba ahora, sin embargo, circulan al triple de velocidad, hasta los 20 km/hora. Tienen que integrarse en el flujo de tráfico «normal» con los conductores de vehículos de servicio, así como con el resto de vehículos y peatones del parque logístico. «En nuestras zonas operativas hay muchas tareas complicadas, como mover cajas móviles y semirremolques que se realizan de forma automatizada mediante el uso de vehículos especiales», explica André Bilz.

El proyecto estudió durante tres años y medio cómo podía funcionar todo esto en la práctica logística real. Se pusieron condiciones base importantes como, por ejemplo, un extenso plan de seguridad que se validó en condiciones reales en servicio continuado. Los resultados del proyecto se incorporarán al desarrollo de nuevas condiciones marco legalmente seguras para el transporte automatizado de mercancías en zonas de transbordo. Aparte de Dachser, en el proyecto SAFE20 participan siete socios. Entre ellos, el Instituto Fraunhofer para el flujo de materiales y la logística IML, y para sistemas de transporte e infraestructuras IVI. La empresa ZF Commercial Vehicle Systems de Hanover actúa como coordinadora del proyecto y fue la responsable principal de la transformación de la cabeza tractora Kamag PT. Los dos vehículos especiales se derivan de la tecnología del transporte de Kamag que los diferentes socios equiparon con los sensores y electrónica de a bordo correspondientes para el procesamiento de datos. La empresa especializada SICK AG suministró los sensores y ha desempeñado un papel destacado en la redacción

del plan de seguridad. Como experto en automatización, Götting suministró importantes componentes de la localización de vehículos.

Menos daños por colisión

André Bilz y Christoph Ehrhardt, Department Head Trends and Technology Research de Corporate Research & Development, sacan conclusiones positivas de todos los tests a gran escala en condiciones reales: «Todavía no tenemos una solución de serie, pero sí contamos con valiosas experiencias y datos con los que allanar el camino», dice Ehrhardt. Ahora ya se puede demostrar que ese potencial funcionamiento mixto es seguro, comenta Ehrhardt. «Además de aumentar la seguridad de los procesos, esperamos reducir de forma notable los daños por colisión», indica Bilz. Los vehículos no solo pueden mover cajas móviles, sino también semirremolques. En ambos casos hay que manejar el vehículo con precisión de centímetros. Los sensores siempre están concentrados, no se distraen y funcionan en condiciones de luz complicadas, tanto en el crepúsculo como al amanecer. «Todavía hemos tenido algunas dificultades en condiciones climáticas extremas como en una intensa nevada, pero son temas que se pueden resolver».

Un complemento valioso

En tiempos de escasez de personal de conducción, los vehículos autónomos pueden ser un apoyo útil. Sin embargo, las maniobras en los patios no pueden realizarse sin personas. Hay temas como el aseguramiento del tráiler con calzos, o abrir y cerrar las puertas, que siguen teniendo que ser manuales. Para eso, se han definido procesos. Además, también hay que dar más responsabilidades al personal de carga. Se ha instalado un sistema automático para el acoplamiento, así como para la conexión de aire comprimido para el sistema de frenado y para la corriente de iluminación. Sin embargo, más adelante todos los remolques tendrían que equiparse con un sistema de este tipo, lo que tendría un impacto negativo en la rentabilidad. Mover las cajas móviles se hace mucho más fácil así.

Identificar el potencial de mejora para futuras soluciones de mercado es un importante resultado del SAFE20. Sin embargo, lo que está claro gracias a este proyecto de investigación que marca el camino es que un manejo económico y al tiempo seguro de los vehículos autónomos en la logística en un espacio cerrado está ya al alcance de la mano.

D. Kunde

Un proyecto de investigación no solo tiene como objetivo crear una visión, sino que debe ser el inicio de tecnologías innovadoras que se puedan usar en la práctica. Por eso SAFE20 se centra en el uso posterior: Los componentes están diseñados para no solo usarse en la zona modelo, sino también en otras delegaciones o en otras empresas logísticas.



Las mejores cacerolas

Le Creuset es conocido por sus coloridas cazuelas y cacerolas de hierro fundido con superficie esmaltada. Cocineros aficionados de todo el mundo aprecian estos utensilios de tan alta calidad que, desde su origen en un pequeño pueblo del norte de Francia, emprenden el camino a los mercados mundiales gracias a Dachser.

Harry Potter y sus compañeros de Hogwarts mezclaban diversas pócimas en enormes marmitas. Esto inspiró a Le Creuset, el fabricante tradicional de utensilios de cocina, a crear una edición especial «Harry Potter». En sus cacerolas de hierro fundido esmaltadas aparece una bola de quidditch con alas como asa de la tapa. Los fans de la conocida saga espacial de la Guerra de las Galaxias cocinan con su cacerola Han Solo. Esa fuente de horno se hizo en una edición limitada de la Guerra de las Galaxias que hoy goza ya de estatus de culto entre coleccionistas.

Pese a todo, las tendencias de moda a corto plazo no son el estilo de Le Creuset. Por ello sus cazuelas (o cocottes) y cacerolas tiene garantía de por vida y se heredan de generación en generación. Al mismo tiempo, también es importante mantener la marca interesante para los clientes. Le Creuset lo consigue de tres maneras: con nuevos productos innovadores, entre los cuales destacan las ediciones especiales. El amplio espectro de color transforma utensilios de cocina prácticos en productos de estilo de vida y, además, no en vano llevan cumpliendo casi 100 años con su compromiso de alta calidad.

Por mucho que en el mundo se cocine de muy diferentes maneras, Le Creuset ha ido evolucionando con el tiempo en una empresa mundial en cuanto a sus clientes, proveedores y producción. Hoy en día, esta empresa de titularidad privada emplea a 4.500 personas. Cada año se trasladan a todo el mundo unos 3.000 contenedores y uno de sus socios de transporte más importantes es Dachser. →



De alto nivel:
Artesanía para la cocina

Colaboración duradera

Todos los productos de cocina de hierro fundido esmaltado de Le Creuset se fabrican en la sede de Fresnoy-le-Grand en el norte de Francia. Los productos de gres salen principalmente de un taller propio de Tailandia, desde donde son enviados por vía marítima hacia Corea, Sudáfrica, Europa y los Estados Unidos gracias a Dachser.

Ya desde 2009, Dachser apoya a la empresa con sus servicios logísticos. La colaboración empezó en el transporte terrestre. Inicialmente, Dachser se hizo cargo del transporte entre la producción de Fresnoy-le-Grand y el almacén central europeo en Kallo, en Bélgica, próximo a Amberes. Cinco años más tarde se añadió la distribución desde el almacén central y a partir de entonces Dachser abastece desde Bélgica a los minoristas y a las tiendas Le Creuset de diferentes países europeos.

La colaboración se asentó y la confianza mutua fue en aumento con las tareas que finalmente demostraron su importancia en el año 2021. El mundo se hallaba en plena pandemia del COVID-19 y Le Creuset vivía una situación típica de este momento: la demanda iba en aumento desaforado. Como no se podía salir a comer al restaurante con facilidad, la gente de repente estaba en casa y tenían tiempo para cocinar, con lo cual, adquirirían nuevos utensilios de cocina. Pero, al mismo tiempo, se habían disparado los precios del transporte marítimo

desde y hacia Asia. El espacio de carga de los contenedores marítimos era un bien escaso. A pesar de ello era importante satisfacer la demanda.

Se necesitaban proveedores logísticos flexibles y fiables para encontrar soluciones individuales a pesar de las condiciones adversas. Fue ahí donde entró en acción el equipo de Samuel Haller, Country Manager Air & Sea Logistics Switzerland de Dachser. La colaboración con Le Creuset se amplió para incluir el transporte marítimo. «En esta fase valoramos nuevamente cada envío individual y buscamos la mejor opción posible para el cliente», explica Samuel Haller. También se examinaron puertos alternativos, que se pudieron utilizar cuando fueron necesarios. Era fundamental resolver las exigencias individuales del cliente, estar disponible como interlocutor y, a veces, hacer posible lo aparentemente imposible. Dachser pudo sacar partido de su resiliente red y personal motivado y reafirmar su perfil todavía más ante el cliente.

La situación se volvió a normalizar, pero Dachser sigue siendo uno de los socios logísticos más valorados de Le Creuset. Gracias a que la sede administrativa de la empresa está en Suiza, el equipo de Dachser Switzerland acompaña al cliente y asume la coordinación interna y el control de procesos de todas las delegaciones de Dachser implicadas. La red de transporte bien engranada en todo el mundo de Dachser vuelve a desplegar sus fortalezas para organizar de forma eficiente las

cadena de suministro mundiales. Por ejemplo, en Sudáfrica, un mercado interesante para Le Creuset: en este caso, Dachser no solo organiza y supervisa el transporte marítimo. El equipo de Dachser South Africa notifica de forma temprana a los destinatarios locales sobre la mercancía entrante, organiza el despacho aduanero y se preocupa de que se envíen de inmediato los contenedores tras la llegada del buque hasta la rampa de camiones del receptor, junto con el retorno de los contenedores vacíos.

Principal mercado: EE. UU.

En su rumbo de crecimiento, la dirección de Le Creuset se propuso ya hace tiempo conquistar más cuota de mercado en los EE.UU. Sus utensilios de cocina se venden desde finales de los años cincuenta en Norteamérica. Hoy en día los EE. UU. son uno de los mayores mercados para esta empresa de larga tradición. En la parte logística, Dachser Air & Sea Logistics, con sus capacidades marítimas fiables también contribuye a alcanzar los objetivos de crecimiento de Le Creuset en EE. UU.

En los Estados Unidos, la marca ya se ha afianzado y espera alcanzar todavía una mayor

visibilidad. Por ejemplo, cuando una actriz como Jennifer Garner con sus casi 15 millones de seguidores en Instagram muestra cómo prueba una nueva receta con sus cocottes Le Creuset, no solo se consigue un gran alcance de los grupos objetivos, sino que también genera confianza en la marca. En los últimos años, las cifras de volumen de ventas en el mercado online han ascendido significativamente. La temporada alta para Le Creuset es a finales de año, cuando las amistades y familias se reúnen para tomarse su tiempo de cocinar juntos. El punto de partida de esta fase de grandes ventas la marca el «Black Friday», a finales de noviembre. Al mismo tiempo, también es importante mantener el interés por los productos con nuevos colores y nuevas gamas de producto, como por ejemplo, la cocotte para hornear pan.

«No importa en qué grupos se fije Le Creuset en el futuro, estaremos con gusto a su lado», comenta Samuel Haller de Dachser. La fuerza empresarial une a las dos empresas, pero no es lo único: ambas tienen titularidad privada, mantienen una larga tradición y muestran un gran compromiso con la calidad, así como con el valor para innovar en sus respectivos campos. «Una buena base para una colaboración robusta y a largo plazo», indica Samuel Haller. **D. Kunde**

La receta de las legendarias cacerolas de hierro fundido: La materia prima, entre otras de hierro y acero reciclado, se funde en el horno y luego se coloca en un crisol (en francés, «Creuset»). Cuando el metal se ha enfriado, los moldes de arena se rompen para exponer los productos. Así, cada pieza de Le Creuset es única.



Por carga marítima a los mercados mundiales

Competencias de red



La entrega se realiza en el momento acordado

Entrega a tiempo con plazos fijos

Con el nuevo producto targo on-site fix, Dachser amplía su cartera de servicios para el reparto B2C. Este producto permite acordar con el vendedor una fecha de entrega fija al realizar el pedido.

Las consumidoras y consumidores son exigentes. No solo quieren comprar en cualquier lugar y en cualquier momento, sino que exigen recibir los productos en el horario apropiado en el lugar deseado. Para ofrecer soporte a los clientes con estructuras de venta omnicanal en un mercado altamente competitivo que implica igualmente al comercio minorista en tienda física, el comercio online y móvil, Dachser presenta un nuevo producto, el targo on-site fix, que permite total flexibilidad en la fecha de entrega en toda Europa.

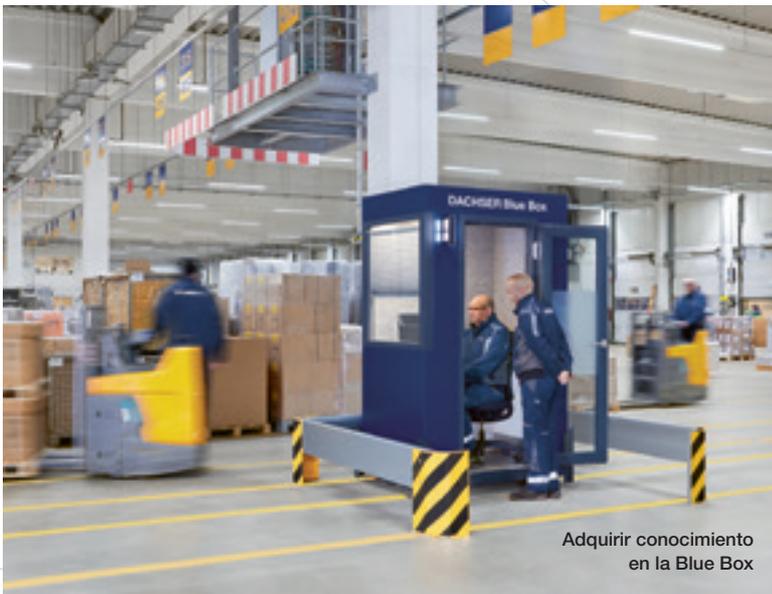
«Tanto comercios como fabricantes deben adaptarse sin ambages a los requisitos de entrega de las y los consumidores. Para nosotros, como socio logístico, esto quiere decir que

nuestros servicios y procesos de red deben adaptarse y ampliarse con soluciones más sencillas y rápidas. Esto es parte fundamental de la estrategia de crecimiento para nuestra red europea de grupaje», explica Alexander Tonn, COO Road Logistics de Dachser.

Con targo on-site fix las y los consumidores ya pueden fijar su fecha de entrega durante la compra con el vendedor y recibir los productos, por ejemplo, al regreso de sus vacaciones o en su día libre. Esta flexibilidad es muy bien recibida. Y también las empresas logísticas se benefician de menores tiempos de espera de los productos en la delegación de entrada y menos necesidad de concertar citas.

Premio para nuestro concepto de eLearning

La DACHSER Blue Box ha recibido un alto reconocimiento por su oferta de aprendizaje digital para operarios logísticos de almacén de transbordo: ha obtenido el eLearning AWARD. Lo que impresionó al jurado del Instituto de Formación Corporativa IFBB y al eLearning Journal fue el fácil acceso a la oferta de eLearning y el impacto positivo en la cultura del aprendizaje. La Blue Box es una cabina insonorizada semejante a la clásica telefónica que se sitúa en el medio del almacén de transbordo o en el de logística de contratos, ofrece al personal la posibilidad de aprendizaje autónomo en un entorno acogedor, tranquilo y semiprivado. Además, los participantes pueden escoger su formación en hasta 26 lenguas diferentes.



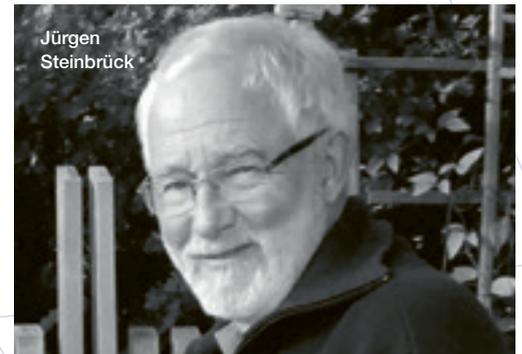
Adquirir conocimiento en la Blue Box

Traslado en Suecia

Dachser traslada sus actividades de Malmö, en Suecia, a la ciudad portuaria e industrial de Landskrona, uno de los centros logísticos más importantes del país, a unos 50 kilómetros de Malmö. Las nuevas instalaciones, que deberían estar operativas a final de año, tendrán un tamaño de unos 9.600 metros cuadrados y contarán con más de 1.100 metros cuadrados de espacio de oficinas, un almacén de 5.000 metros cuadrados con una altura interior de 14,7 metros y una terminal de cross-docking de 3.500 metros cuadrados con 30 muelles de carga. En el futuro, Dachser podrá ofrecer servicios de almacenamiento con espacio para 12.000 palés. Ya se prevén más posibilidades de ampliación.



Más capacidad en Suecia



Jürgen Steinbrück

Pesar por el fallecimiento de Jürgen Steinbrück

Dachser lamenta la pérdida de quien durante largos años dirigió la logística de contratos, Jürgen Steinbrück, quien ha fallecido a los 80 años en su lugar natal en el norte de Alemania tras una larga enfermedad. Jürgen Steinbrück llegó a Dachser en el año 1990. Hasta jubilarse, dirigió desde Kempten la división de «Consulting logístico», conocida ahora como Corporate Contract Logistics. Hoy en día, la logística de contratos se consolida como la «disciplina reina de la logística» en Dachser: se han establecido 163 almacenes propios en cinco continentes y emplea a más de 5.000 personas. Dachser honrará la memoria de Jürgen Steinbrück.



Roman Müller

Nueva dirección en Dachser Asia

Desde principios de año, Roman Müller es Managing Director para el negocio de Dachser Air & Sea Logistics (ASL) Asia Pacific. Toma el relevo de Edoardo Podestà, que tras más de 20 años de trabajo en Dachser, se ha jubilado. Desde su llegada a la empresa en 2008, Roman Müller ha ocupado diversos cargos de dirección. Entre otros, el de Managing Director de la organización nacional coreana y de Head of Sales Dachser Air & Sea Logistics APAC. Recientemente, como Deputy Director ASL APAC y adjunto de Podestà desde julio de 2021, dirigió diferentes proyectos clave, se ocupó de poner en marcha la nueva estructura estratégica de la región e impulsó la presencia de Dachser en Asia.

48
mph

Conectados en la era eléctrica

La transición hacia la movilidad eléctrica está transformando las cadenas logísticas en todo el mundo. El proveedor automovilístico Swoboda aprovecha esta oportunidad desde Allgäu. Con Dachser, la empresa reformula sus cadenas mundiales de suministro.

Algo está en marcha en el mundo de la movilidad eléctrica. Según Statista, hasta el 2028 se espera que los vehículos eléctricos experimenten un crecimiento anual de un 10 por ciento. Las ventas globales deberían de superar los 17 millones de unidades.

Incluso cuando tal vez algunos desearían un ritmo todavía más acelerando de esa transición en la movilidad, los expertos creen que no hay marcha atrás. Las mega tendencias como la movilidad eléctrica, los automóviles autónomos, la conexión y las nuevas formulaciones de la movilidad van a impulsar todavía más el paso del motor de combustión al eléctrico. Esto transformará de forma permanente e irrevocable no solo a los fabricantes y proveedores, sino también a la logística. De ello está convencido Dietmar Sirch, Head of Logistics Processes del proveedor automovilístico Swoboda, con sede en Wiggensbach, cerca de Kempten, en Allgäu. «Ahora más que nunca se espera que la logística sea más flexible, estable y veloz», asegura. La empresa familiar Swoboda, al igual que Dachser, es un actor mundial con raíces en la región alemana de Allgäu. Unas 4.000 personas desarrollan y construyen sensores, dispositivos de control y componentes de propulsión para el sector del automóvil en doce plantas instaladas en seis países en tres continentes.

La empresa está activa en segmentos de mercado que se benefician especialmente del giro tecnológico. «Hace años que acompañamos la transición a la movilidad eléctrica», afirma Stefan Walgenbach, director de logística de la planta de Swoboda en Wiggensbach. «La cartera de productos y los acuerdos de reparto vigentes con los fabricantes están cada vez más orientados a conjuntos de movilidad eléctrica. Swoboda lleva años desarrollando y produciendo sensores y componentes de propulsión que se pueden usar en vehículos y bicicletas eléctricos, bicicletas de carga y patinetes eléctricos. El objetivo es hacer que la tecnología sea más segura, cómoda y eficiente desde el punto de vista energético.

Nuevos actores en el mercado

Solo en la planta de Wiggensbach, Swoboda produce cada mes cinco millones de componentes y conjuntos de gran complejidad. Desde instrumentos de control hasta componentes más grandes y pesados. Cada día salen de las fábricas de Swoboda en todo el mundo aproximadamente un millón de componentes. No son solo las impresionantes cantidades las que suponen un desafío para un proveedor logístico.

«Por supuesto, la transformación también impulsa a las empresas logísticas a seguirse adap-

tando», reconoce Walgenbach. El mercado de la automoción siempre ha sido muy dinámico y seguirá cambiando todavía más con la movilidad eléctrica. «Aparecen nuevos actores en el mercado que están organizados de una manera totalmente diferente a la de los fabricantes establecidos», comenta Walgenbach. En el futuro todavía habrá una base de clientes más amplia y heterogénea para las piezas y componentes.

En particular el intercambio de datos va a exigir velocidad, de ello no tiene duda Sirch. «Ya hoy, antes de que la mercancía salga del almacén, nuestros clientes esperan recibir amplia información por vía digital (EDI) y no se vislumbra todavía el final de la optimización», continúa Sirch. Además, cada vez más clientes solicitarán acceso al seguimiento de los vehículos de reparto. «Quieren saber exactamente dónde está el camión en ese momento para poder planificar su producción de forma precisa», afirma Sirch. El hecho de que Dachser ya haya equipado todas sus cajas móviles y tráileres con sus correspondientes dispositivos IoT consigue una gran transparencia en toda la cadena de suministro.

Mayor flexibilidad

Y para Walgenbach, la transparencia es ahora más importante que nunca. Los pedidos cambian cada vez más a menudo y con poca antelación. La disrupción de las cadenas de transporte o los cuellos de botella en cuanto a capacidades, como se comprobó recientemente con los semiconductores del Lejano Oriente, tienen cada vez más impacto en el suministro de componentes electrónicos. Esto puede hacer que cambie rápidamente la producción. «Con frecuencia, nuestros clientes actualizan sus cantidades y plazos de un día para otro. De repente, 10 palés pasan a ser 50», comenta Sirch. En ese caso, no solo tiene que poder reaccionar Swoboda, sino también Dachser. «Este es un desafío exigente para la cadena de suministro y la optimización del inventario propio», añade Walgenbach. Como Swoboda garantiza a sus clientes la seguridad de suministro, necesita un proveedor logístico igualmente fiable y bien preparado.

La larga colaboración entre ambas empresas demuestra que Dachser cumple con estos exigentes requisitos. El proveedor logístico trabaja para Swoboda desde 2005. «La perfecta colaboración entre la empresa logística y los clientes del sector del automóvil es la clave para un flujo eficiente en la cadena de suministro. No se trata solo de mover productos, sino de generar confianza y conseguir éxito en el camino hacia la movilidad», explica Christian Fackler, Sales Manager del centro logístico Allgäu de Dachser. Si bien →

La empresa tecnológica Swoboda ha sido galardonada con el sello TOP 100 2024 para empresas medianas especialmente innovadoras. El jurado, encabezado por el investigador en innovación Prof. Dr. Nikolaus Franke, de la Universidad de Economía de Viena, evaluó más de 100 criterios de cinco categorías: Fomento de la innovación por la alta dirección, el clima de innovación, procesos y organización innovadores, orientación externa/ innovación abierta y éxito de la innovación.



Necesitamos un socio que actúe a nivel internacional, que conecte la red de Air & Sea con Road y que pueda optimizar el transporte.

Dietmar Sirch, Head of Logistics Processes de Swoboda en Wigginsbach

inicialmente el encargo se limitaba al transporte y al flete, Dachser ofrece hoy en día una gama de servicios amplia que entre otros incluye el almacenamiento y el despacho aduanero. Además, se ha ampliado la interconexión estrecha del «Interlocking» entre European Logistics y Air & Sea Logistics para que las exportaciones e importaciones de las plantas de Swoboda en China y México tengan una base sólida. «Además, ya están en marcha otros proyectos de optimización de rutas, de provisión adecuada de productos base para la producción y de la digitalización de los procesos conjuntos», comenta Fackler.

Todo esto es posible gracias a la optimización constante de las cadenas de suministro durante toda la colaboración. Los expertos en logística de Swoboda descubrieron en 2016 que los listones troquelados que producían en su planta de la República Checa se transportaban a Pforzheim para su procesamiento y luego regresaban a la República Checa. Ahí se almacenaban hasta que se necesitaban en la planta de Wigginsbach. Es un procedimiento lento y costoso. Ahora, la red Dachser ha asumido el suministro a la planta de Allgäu. «Las distancias cortas nos hacen más flexibles y, sobre todo, ayudan a reducir el impacto medioambiental», afirma Walgenbach. De hecho, más del 80 por ciento del transporte europeo de Swoboda está en manos de Dachser.

Mayor optimización de las cadenas de suministro

Para estar preparados ante cambios futuros, Swoboda quiere seguir optimizando de forma coherente las cadenas de suministro con Dachser. «En el futuro operaremos con cantidades y



La sede de la empresa en Wigginsbach

frecuencias de recogida totalmente diferentes», predice Sirch. Además, el ahorro de CO₂ en el transporte cobra cada vez más relevancia. Por ello el objetivo es procurar agrupar los envíos. «Vamos a crear sinergias entre fábricas para optimizar los flujos de materiales desde las plantas del sur de Alemania, las de Schorndorf y Fürth, a las de la República Checa y Rumanía», constata Sirch. Pero también sabe que un menor impacto ambiental junto con potenciales repartos especiales cuando un cliente necesita algo con poca antelación es un enorme desafío y exige una coordinación perfecta de los sistemas de Swoboda con los del operador logístico.

Con esta base, el proveedor automovilístico quiere reorganizar ahora sus cadenas de suministro mundiales con Dachser. Hasta ahora, cada planta tenía su propio plan de almacén e inventario. En él, las llamadas «frozen zones» desempeñaban un papel importante. Dado que los fabricantes de semiconductores asiáticos planifican su producción con mucha antelación, a veces los clientes no pueden cambiar ya su pedido medio año antes de la entrega de los componentes. Al mismo tiempo, los clientes de Swoboda a veces cambian su producción a muy corto plazo, y por ello es necesaria una solución logística correspondiente. Por ejemplo, transportando los componentes electrónicos de los proveedores asiáticos y de ultramar de forma más rápida y rentable para reducir los tiempos de entrega. «Por eso, queremos agrupar las fuentes de componentes electrónicos de Malasia, Indonesia, Japón o China», comenta Sirch. Lo que se ha planificado es una red mundial eficiente de almacenes desde la cual se pueda abastecer la producción propia y a los clientes. «Para ello necesitamos un socio que actúe a nivel internacional, que conecte la red de Air & Sea con Road y que pueda optimizar el transporte. Mucho trabajo para Dachser», indica Sirch con un guiño, para añadir de inmediato: «Porque al final lo más importante para nosotros son la calidad y la fiabilidad de las entregas».

A. Heintze

Perfil: Swoboda Technologies

Swoboda desarrolla y produce componentes y sistemas innovadores de alta precisión para la industria automovilística. Esta empresa familiar se encuentra desde hace muchos años entre los socios de desarrollo y sistemas líderes a nivel mundial de su ramo y suministra a los fabricantes de automóviles (OEM) y a proveedores de automóviles (Tier) de renombre internacional. Con sus aproximadamente 4.000 empleados en doce plantas, la empresa generó en el último ejercicio un volumen de ventas de más de 500 millones de euros.

swoboda.com



Piedras contra el cambio climático

Desde junio de 2022, Dachser y la organización de protección de la infancia terre des hommes colaboran en un proyecto de cooperación en el sur de Perú. Su objetivo es empoderar a la juventud quechua parlante de 20 comunidades para defender su tierra y sus derechos ambientales, además de desarrollar sus propias perspectivas de vida. Para enfrentarse a la falta de agua ubicua derivada del cambio climático, el proyecto apoya la construcción de lagunas para recoger agua de lluvia. La población local construye presas de barro, piedras y materiales vegetales para crear esos estanques de agua de lluvia, una práctica ancestral de la región peruana de Ayacucho que se ha redescubierto ahora.

Lo mejor de los dos mundos.

DACHSER Air & Sea Logistics



Transporte aéreo y marítimo.

Cuando se trata de enviar carga aérea o marítima, ya sean envíos de grupaje, cargas parciales o completas, DACHSER Air & Sea Logistics combina las mejores soluciones de los dos mundos.

Ofrecemos desde asesoramiento sobre el transporte internacional hasta la gestión operativa de la mercancía, por lo que nuestros clientes se benefician tanto de la calidad como de la seguridad de nuestros transportes aéreos y marítimos.

Experiencia universal.

Un mundo único: nuestros expertos en la materia dominan todos los lenguajes aduaneros y están perfectamente preparados para ayudarle a navegar por la jungla global de normativas.



**GERMAN AWARD FOR
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
2023**

dachser.com