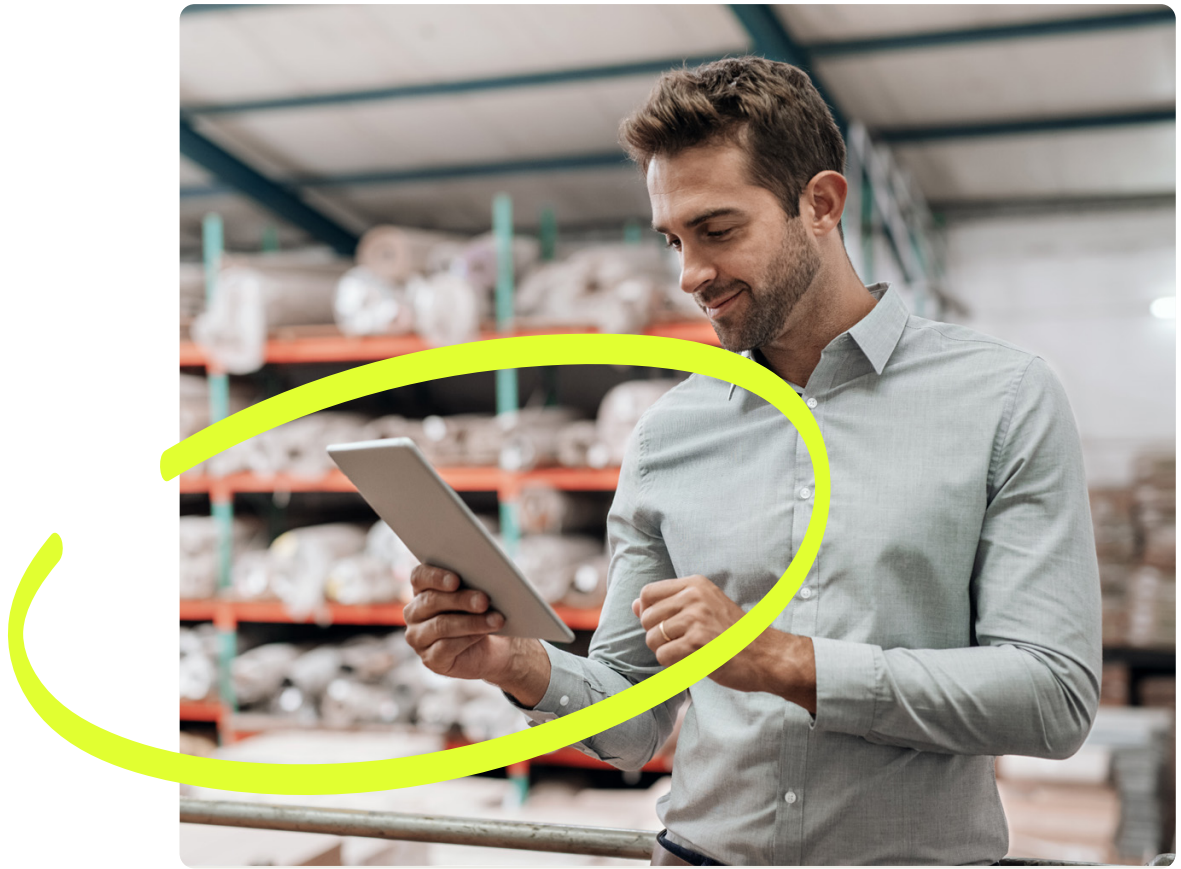


8 Tendencias que van a marcar toda estrategia del sector de la **distribución** mayorista en 2022

Whitepaper
Distribución



8 Tendencias que van a marcar toda estrategia del sector de la distribución mayorista en 2022

La transformación de la distribución mayorista avanza a una velocidad vertiginosa y la innovación está generando mejoras competitivas dentro de un sector cada vez más maduro en materia digital.

La adopción y el uso eficiente de la innovación digital será el elemento clave que establecerá las ventajas competitivas de cada empresa durante este año 2022 y ayudará a mitigar las amenazas que se ciernen sobre el sector. De este modo, la digitalización en el corto plazo puede abrir todavía más brechas competitivas a partir de las nuevas tecnologías. Veamos cuáles serán los grandes retos derivados de las tendencias que marcarán el devenir de este 2022.

1 Automatización vertical de las organizaciones

Entendemos automatización como el acto de permitir que ciertos sistemas (ya sean IT, físicos o ambos) realicen tareas repetitivas y serviles por sí mismos. La automatización, junto con el aprendizaje automático, facilita que estas herramientas *aprendan* y se vuelvan más eficientes con el tiempo a la hora, por ejemplo, de realizar un seguimiento de los niveles de existencias con mayor precisión o viendo las órdenes de compra en los procesos de logística en tiempo real. Y todo ello sin la tediosa entrada manual de datos, etc.

Lo que hasta hace poco era considerado una utopía se ha convertido a raíz de la transformación digital en un ‘must’ para toda organización del sector de la distribución mayorista. El nivel de eficiencia, precisión y velocidad que el mercado actual exige a los distribuidores mayoristas no se puede lograr a través de sistemas heredados. **En el mundo digital actual, la automatización es fundamental para que las organizaciones den el siguiente paso de transformación y puedan mantener así su competitividad.**

No obstante, durante 2022 el reto es seguir evolucionando en el modelo de automatización, involucrando así innovaciones digitales como la robótica para realizar tareas otrora manuales, liberando al personal para que pueda concentrarse en otras actividades de valor añadido. El paradigma ha cambiado: ya no se trata únicamente de generar ahorros en tiempo y recursos a través de la automatización; el reto se encuentra en generar auténtico valor añadido a la organización.

Los principales distribuidores han comenzado a descifrar el código para crear propuestas de valor: son los mensajes que marketing, ventas y servicio articulan a los proveedores y socios para demostrar un valor particular.

2 La generación de valor añadido en el foco de las estrategias

Las propuestas de valor en el mundo de la distribución mayorista solían ser simples: el precio, la variedad y la disponibilidad eran suficientes. Los distribuidores se enfocaron en la excelencia operativa para impulsar estos diferenciadores y maximizar el volumen en negocios con márgenes estrechos. Sin embargo, las mejoras operativas tienen un estancamiento natural y las antiguas palancas de diferenciación se han convertido en predecibles apuestas en la mesa.

Por eso, los principales distribuidores han comenzado a descifrar el código para crear propuestas de valor: son los mensajes que marketing, ventas y servicio articulan a los proveedores y socios para demostrar un valor particular. Las propuestas de valor se basan en la investigación de la voz del cliente y un modelo de segmentación de ingresos que identifica las necesidades más críticas (p. ej., mitigación de riesgos, experiencia en grandes proyectos, experiencia vertical) para cada segmento.

Permitir que los recursos orientados al cliente entreguen los mensajes correctos en el momento adecuado, demuestra el conocimiento de las necesidades tanto de los proveedores como de los clientes y ayuda a consolidar el lugar del distribuidor en la cadena de valor.

El mantra es claro, ‘**Encuentra aquello en lo que eres bueno y hazlo realmente bueno**’. Esto puede proporcionar valor muy por encima de lo que un cliente puede lograr por sí mismo, colocándolo en una posición de mercado en la que todavía es más valioso para sus clientes.

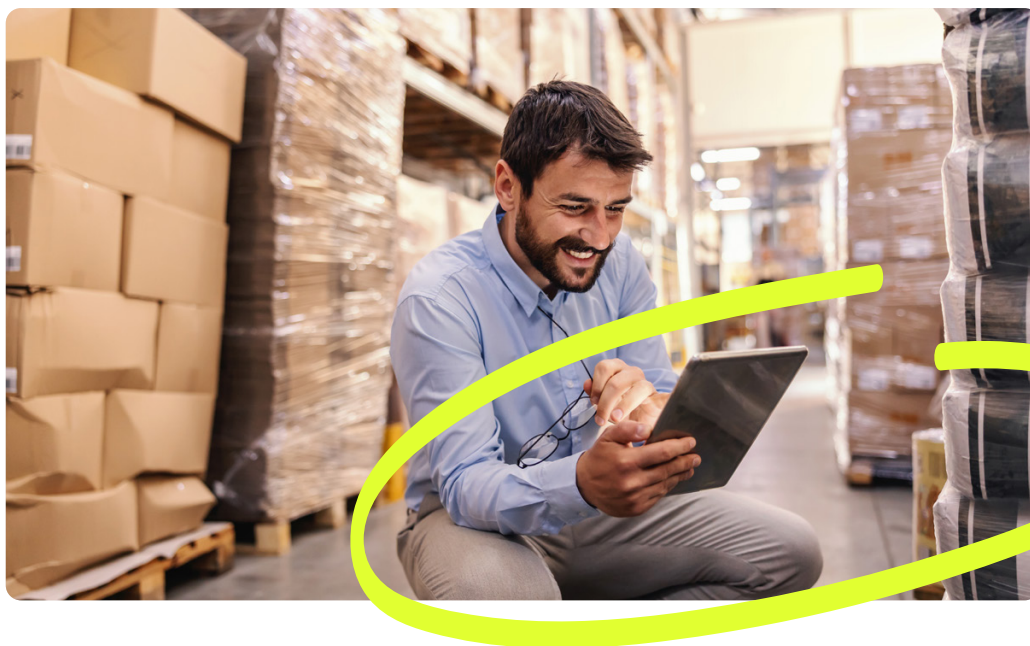


3 Hacia la Omnicanalidad

En un futuro cercano el consumidor y el mercado van a ser completamente distintos. La forma de buscar opciones de compra del potencial cliente y su forma de hacer la compra han cambiado. Por ello, el proceso entero de compra-venta se ha modificado también. Obviamente, todo ello afecta igualmente a los mayoristas, que se han visto forzados a adoptar estos cambios disruptivos si quieren que los negocios sobrevivan.

Si bien el distribuidor mayorista puede centrarse en el cliente B2B, ese comprador está cada vez más impulsado por su propia capacidad como consumidor final para interactuar con las marcas en línea y a través de dispositivos móviles. **El comprador de hoy se siente cada vez más cómodo interactuando con proveedores a través de una variedad de medios omnicanal** y, a menudo, no está limitado por un horario de 9h a 17h. Esto está impulsando a los mayoristas a aumentar su capacidad de participar las 24 horas del día, los 7 días de la semana, habitualmente en un modo de comercio electrónico B2B. Por lo tanto, el objetivo principal de implementar una estrategia de cumplimiento omnicanal es mejorar la satisfacción del cliente y, al mismo tiempo, aumentar la eficiencia de la distribución y reducir los costes.

Para lograr esto, se deben conectar todos los aspectos de la operación de distribución con una única solución empresarial, que brinde una vista única de todo el inventario, las opciones de tránsito, los pedidos, las interacciones con los clientes y las entregas. Gracias a la omnicanalidad y al crecimiento del número de empresas similares en modelo de negocio al de Alibaba, todos estos cambios ya comienzan a ser visibles. **Estos nuevos modelos de negocio, donde el consumidor le compra directamente al productor, sin un intermediario, pueden generar ahorros para los distintos agentes del ecosistema wholesale, ya que la minimización de la intermediación no solo simplifica todo el proceso sino que reduce significativamente los costes.**



4 Gestión como respuesta a la inestabilidad internacional

La falta de materias primas y las rupturas en las cadenas de suministro han puesto durante los últimos meses en jaque la economía global y están obligando a las empresas a repensar su estrategia de producción, proveedores, compras y almacenaje. Además es uno de los motivos, junto al incremento del precio de la energía, por los que la inflación se ha disparado... Ante este escenario el sector de la distribución mayorista se ha visto obligada a replantear la estrategia y la manera en cómo opera para asegurar la continuidad del negocio.

El sector de la distribución mayorista se ha visto obligada a replantear la estrategia y la manera en cómo opera para asegurar la continuidad del negocio.

La digitalización de la cadena de suministro ha escalado posiciones hasta situarse en lo más alto de prioridades de las empresas ya que permite obtener nuevas cotas de eficiencia y así asegurar la competitividad de la empresa. La gran cantidad de innovaciones tecnológicas que están surgiendo presagian un formato de cadenas de suministro menos lineal y más interconectado. La digitalización puede ayudar a compradores y proveedores a interconectarse y colaborar con mayor eficiencia a la hora de tomar decisiones mejor fundamentadas o de romper el aislamiento funcional que hasta ahora ha impedido el uso compartido de datos.

Además, a nivel interno la digitalización permite reducir y/o eliminar las tareas que carecen de valor añadido en la gestión diaria y facilita a las empresas la entrega de sus productos y servicios de manera más rápida, más eficiente, a un menor coste, con más calidad y mejor nivel de servicio. Una correcta digitalización añadirá valor al negocio mediante una planificación y ejecución de las operaciones fluidas, obteniendo la máxima rentabilidad de cada actividad.

5 Las plataformas de comercio electrónico B2B permiten la transformación

Cada vez más el sector de la distribución mayorista está adoptando modelos digitales similares a los que habitualmente son usados en el sector retail. Por ejemplo, tecnología, como las **plataformas de dropshipping, los creadores de sitios web de comercio electrónico y el auge del comercio social, es decir, vender directamente en plataformas de redes sociales ha facilitado que los distribuidores se conecten con los consumidores/empresas sin la misma carga de configurar la logística y el comercio minorista tradicionales**. Esto implica un cambio en el tradicional rol del distribuidor mayorista.

El viaje del comprador B2B moderno es complejo y no lineal, y según un estudio de la consultora tecnología Gartner los clientes que percibían que la información que recibían de los proveedores era útil tenían tres veces más probabilidades de cerrar un trato más importante sin arrepentirse más tarde.

No obstante, estas plataformas, además de acelerar significativamente el proceso de venta, obligan a transformar la organización verticalmente. **Los líderes del sector buscan el poder entregar la compra entre 30 y 40 minutos tras hacer el pedido, además de ofrecer servicio las 24 horas al día y siete días a la semana**. Este hecho hace que en el medio plazo los distribuidores se vean obligados a evolucionar su sistema de aprovisionamiento para poder dar respuesta a estos nuevos requerimientos por parte de los clientes.

Los clientes que percibían que la información que recibían de los proveedores era útil tenían tres veces más probabilidades de cerrar un trato más importante sin arrepentirse más tarde.



La digitalización focalizada en la gestión de inventario es uno de esos sistemas que se está volviendo cada vez más popular entre las organizaciones con un almacén o almacenes para ejecutar, es decir, una plataforma tecnológica dedicada que ayuda a rastrear y optimizar el inventario.

6 Digitalizar la gestión del inventario para obtener almacenes inteligentes

La digitalización focalizada en la gestión de inventario es uno de esos sistemas que se está volviendo cada vez más popular entre las organizaciones con un almacén o almacenes para ejecutar, es decir, una plataforma tecnológica dedicada que ayuda a rastrear y optimizar el inventario, con características que incluyen:

- Seguimiento de lotes y números de serie
- Montaje automático de kits y paquetes
- Visibilidad sobre los costes de los bienes vendidos y otras finanzas
- Información de proveedores centralizada
- Infraestructura basada en la nube, por lo que se puede acceder al software en cualquier momento, en cualquier lugar y en cualquier dispositivo

No obstante, la tecnología ha ido un paso más allá. La inteligencia aplicada a todo el inventario, los objetos tendrán integrados un tag RFID y un sensor para medir datos. El sensor puede capturar fluctuaciones en la temperatura del entorno, cambios en las cantidades, u otro tipo de información.

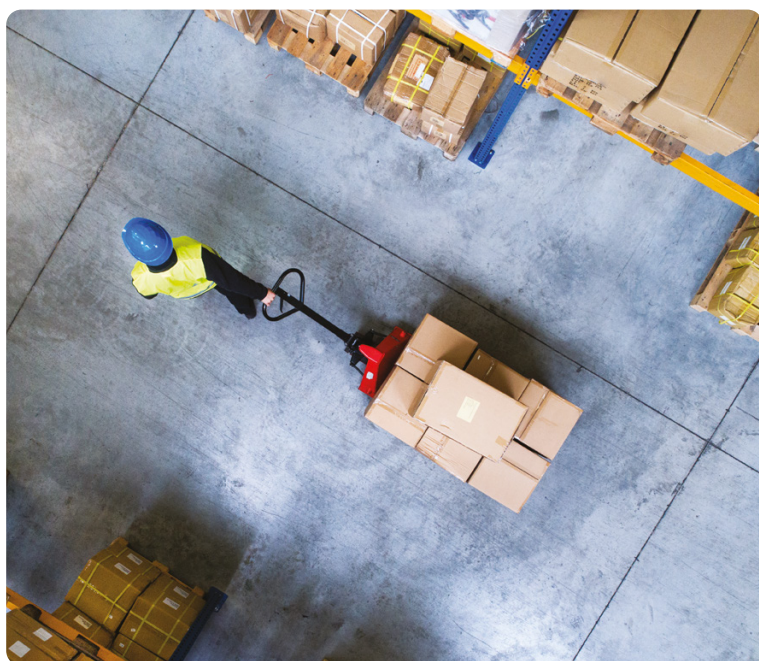
Esta información se almacenará en la memoria del tag y el lector RFID tendrá la capacidad de leerlo para poder enviar la información a la base de datos. **Esto implica un cambio de paradigma en la gestión del stock de nuestros productos. Este nivel de precisión también facilita el trabajo a los empleados de la tienda**, por ejemplo, durante la preparación de un pedido, ya que el sistema les puede indicar la posición exacta del artículo en la tienda. Esto no solo permite entregar su pedido al cliente más rápidamente, sino que también reduce los costes generales del distribuidor.

7 Desembarco de la tecnología blockchain en el sector de la distribución

Los negocios continúan volviéndose cada vez más globales. Por ello es importante optimizar cada proceso de la cadena de suministro donde la distribución mayorista juega un papel clave varias veces a lo largo de la cadena de valor total de extremo a extremo. **En este punto es donde entra la tecnología blockchain, la cual la podemos entender como un libro mayor distribuido donde las transacciones (los bloques) se cifran y siempre se asocian con su transacción anterior.** Esta es la razón por la cual Blockchain también es un tipo de lo que llamamos tecnología de registro de distribución (DLT). Blockchain puede ser público o privado, en este último solo pueden ingresar miembros aprobados. Luego también está el consorcio que es privado pero con múltiples propietarios.

No obstante, dado que la distribución mayorista se involucra con múltiples partes interesadas: proveedores, transporte de entrada, aduanas, seguros, empaquetadores, transporte de salida, bancos, etc.; todas ellas representan una especie de ecosistema que es la base de un entorno de cadena de bloques privado. **Eso permitirá que los siguientes bloques sean compartidos y gestionados mediante la red blockchain a través de smart contracts: contratos, pedidos, entregas, movimiento de existencias, facturas, pagos, devoluciones, notas de crédito...** Estos actúan como un espejo en la cadena de suministro entrante con los proveedores para estar todos inscritos en el mismo libro mayor privado distribuido.

Como se trata de una actividad auditable, esta es una prueba de procedencia que garantizará contra productos falsificados. **Al mismo tiempo, habiendo registrado cada tramo de la cadena de suministro, este también es un sistema completo de seguimiento y localización.** Esta capacidad está disponible por naturaleza para los niveles relevantes en todos los subsegmentos de la distribución mayorista, como alimentos y productos farmacéuticos, pero también para los segmentos industriales y de alta tecnología donde la falsificación es un riesgo real.





8 Apostando por una Green Supply Chain

El debate sobre el papel de las empresas y la sostenibilidad medioambiental se ha vuelto más fuerte a medida que las consecuencias del cambio climático se han manifestado más rápido de lo previsto. Adoptar una cadena de suministro medioambientalmente responsable se considera cada vez más como un requisito previo para el éxito comercial. La adopción de métodos de suministro sostenibles es una excelente manera para que las empresas elaboren su imagen como líderes en la batalla para proteger el entorno y, dado que es una gran preocupación del público comprador, tal medida es un atractivo para los compradores conscientes del medio ambiente.

La integración de medidas financieramente prudentes comprometidas con la sostenibilidad ambiental da como resultado cambios a lo largo de la cadena de suministro. Estos se dan desde el diseño y el empaquetado del producto, hasta la recolección de recursos y los caminos seguidos en el almacenamiento y la distribución. Al adoptar un modelo de cadena de suministro sostenible las empresas pueden ayudar al planeta al reducir las huellas de carbono, pero también pueden ahorrar en elementos a lo largo de la cadena de suministro, y repercute directamente en los siguientes beneficios para tu negocio:

- Una oportunidad para que los líderes empresariales abandonen un proceso de fabricación menos eficiente en favor de un modelo que produce un mejor retorno de la inversión.
- El impulso a su imagen corporativa una vez que las ideas verdes y sostenibles de la cadena de suministro se hayan convertido en parte del mensaje de marketing.
- El beneficio final quizás no sea tan tangible desde una perspectiva comercial, pero adoptar una cadena de suministro respetuosa con el medio ambiente ofrece a la próxima generación la oportunidad de tener un planeta más saludable para heredar.

La adopción de métodos de suministro sostenibles es una excelente manera para que las empresas elaboren su imagen como líderes en la batalla para proteger el entorno.

Pero... ¿Cómo afrontar todas estas novedades y asegurar así la competitividad de tu negocio de distribución mayorista en este 2022?

Para hacer frente a todos estos cambios en la distribución mayorista el flujo de caja es importante, ya que se necesita capital para adaptarse o pivotar a las nuevas tendencias del mercado.

La creación de un flujo de caja más estable y reducir los costes ha demostrado ser una estrategia efectiva para algunos; en otras palabras, eliminar gastos innecesarios y optimizar las operaciones.

Entonces, ¿cómo puede la innovación digital y determinadas prácticas potenciar estos flujos?

- **El uso de pronósticos analíticos de la demanda.** Estos ayudan a predecir cuándo y dónde se necesitarán existencias. Esto reduce la posibilidad de desabastecimiento o de comprar demasiado inventario que no se puede vender.
- **Cambiar a un modelo de inventario justo a tiempo (JIT).** Esto reduce la cantidad de existencias que ocupan espacio en los estantes, lo que significa que hay menos efectivo inmovilizado en las existencias disponibles.
- **Reducir los costes de IT** para liberar efectivo y mano de obra vinculados a los sistemas heredados en las instalaciones. Pasar a un sistema SaaS basado en la nube es una solución. En lugar de una gran inversión inicial y continua, un sistema de IT SaaS se convierte en un gasto operativo, básicamente es solo una suscripción de software.
- **Monitorización del negocio.** Esto ayuda a deshacerse de los artículos que simplemente no se están vendiendo y a dejar de comprar productos que resultaran difícil distribuir.
- **Subcontratar actividades en las que un negocio no es eficiente.** Las empresas pueden asociarse con otros especialistas para acceder a su experiencia en estas áreas, mientras que su personal interno puede concentrarse en lo que mejor sabe hacer y brindar un valor real al cliente en esas áreas.

No obstante para integrar y maximizar el retorno de todas estas acciones será necesario que todas estas apuestas pivoten sobre un sistema de gestión adaptado a esta nueva realidad...



ERP de nueva generación para la digitalización de tu empresa de distribución mayorista

Centralización y toma de decisiones

Un ERP es una aplicación con una potencia capaz de centralizar todos los recursos de los diferentes departamentos que conforman una empresa. **El ERP en la nube permite a los usuarios de la plataforma acceder a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar.** Esta disponibilidad global repercute en la mejora y el aumento de posibilidades de negocio. **Y es que cualquier empleado autorizado puede acudir y consultar la información que se almacena en el ERP en tiempo real.** Tanto es así que **este acceso ilimitado nos ayuda a prever escenarios futuros** de forma que será fácil planificar a medio y largo plazo.

Fluidez de información

El principal objetivo es permitir que la información fluya, reduciendo así las duplicidades que se producen cuando cada departamento cuenta con su propio sistema de información, suponiendo un enorme ahorro en tiempo y recursos. **Con un ERP tendremos una única base de datos donde se gestione la información en tiempo real.**

Flexibilidad en tu gestión

Cualquier disrupción en tu cadena de suministro puede ser minimizada mediante la pronta identificación de riesgos y dependencias en la misma. Gracias a la adaptabilidad que aportan algunos sistemas ERP, una vez identificada una amenaza en tu cadena de suministro, podrás ajustar inmediatamente la gestión de tus procesos. De esta manera se reduce el impacto que todo desperdicio trae consigo, bien sea en las áreas de inventario, producción o logística.

El ERP para asegurar la competitividad de tu negocio de distribución mayorista



- Centralización y toma de decisiones
- Fluidez de información
- Personalización, flexibilidad y adaptación
- Automatización
- Productividad
- Ahorro de costes
- Mayor seguridad de la información
- Medioambiente y movilidad



Personalización, flexibilidad y adaptación

Todas las empresas son únicas y diferentes, y sus necesidades también. **Esto hace que la gran mayoría de los ERPs no se adapten perfectamente a la coyuntura de cada organización.** Un ERP Cloud ofrece una mayor flexibilidad y personalización para aumentar o reducir la capacidad del software, ya sea en número de usuarios o de tratamiento de datos.

Automatización

La idea es que todas las tareas que realizan las personas de manera estandarizada y más o menos automáticamente pasen a no necesitar intervención humana.

Tareas como logística, finanzas, facturación, contabilidad, gestión comercial, recursos humanos, el control del stock, e-Commerce y otras muchas son generadas automáticamente por la aplicación ERP. Gracias a la automatización, también evitamos la posibilidad de caer en los errores humanos.

Productividad

El servicio en la nube permite que pequeñas y medianas empresas estén en las mismas condiciones que las grandes, potenciando un mercado más justo e igualitario en el acceso a la tecnología.

El ahorro de tiempo es enorme, de forma que la productividad aumenta exponencialmente. Esto es así porque todo ese tiempo que antes se invertía en tareas manuales, ahora **podrá dedicarse a generar ideas y estrategias de negocio.**

Ahorro de costes

El Cloud Computing está basado en un modelo de pago por uso: **pagarás solo por aquello que necesites y cuando lo necesites.** Con un ERP en la nube no es necesario construir una infraestructura propia ni contratar al personal técnico cualificado. **El Cloud no requiere adquirir nuevo hardware, y el pago se realiza de forma mensual y por uso. Por ello el coste inicial de inversión se reduce drásticamente.** Además, esto también implica reducir los tiempos de implantación y una gran optimización de costes. Para empezar a utilizar un ERP Cloud solamente es necesario crear un usuario en el sistema.

Mayor seguridad de la información

Los ERP Cloud almacenan la información de sus clientes en **centros de datos certificados que cuentan con sistemas de seguridad avanzados** para evitar la pérdida de la información o el cese del servicio. **Además, está totalmente garantizada la confidencialidad de la información de cada cliente.**

Medioambiente y movilidad

Utilizar los sistemas Cloud **reduce la huella de carbono de una empresa, ahorrar recursos en la compra de componentes informáticos y reciclar los antiguos tiene un coste mayor.** Por si no fuera poco, la virtualización puede llegar a **reducir el consumo de energía en más de un 60%.** No sólo las facturas serán más bajas, sino que será una apuesta verde. **Del mismo modo trabajar desde casa, de forma eficiente, es una herramienta importante para la conciliación familiar.**

Ekon es el líder español en soluciones de gestión empresarial en cloud para la pyme. Gracias a la adaptabilidad de su plataforma en la nube, las soluciones de Ekon proporcionan a las empresas la agilidad y flexibilidad necesarias para alcanzar la excelencia operativa en un mercado cada vez más global y cambiante.

Diariamente, más de 4.000 organizaciones de todos los sectores confían en Ekon para optimizar sus procesos, mantener su diferenciación y avanzar en su agenda digital. Desarrollado íntegramente en nuestro país, Ekon cuenta con cerca de 200 profesionales y una extensa red de partners que aportan la innovación, cercanía y confianza que la pyme busca en un socio tecnológico.

Copyright ©

Ekon Cloud Computing Solutions, S.A.U.