

Conclusiones de Debates ICIL por Solbyte

Resumen de las mesas de debates según la perspectiva de Solbyte Servicios Informáticos.

El pasado jueves 17 de noviembre tuvo lugar en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, la 7ª edición de los DEBATES ICIL, el punto de encuentro más importante del sector logístico gracias a la participación de más de 300 profesionales logísticos que permitió conocer las últimas tendencias en supply chain.

[Solbyte](#) no quiso perderse este evento para recoger las opiniones e ideas de importantes profesionales del sector e inspirarse para tomar nuevas iniciativas, directrices en [Novatrans](#), conocer gente, y en general, pasar un buen rato en un evento de lo más satisfactorio.

En las cuatro mesas de debate, organizadas en torno al ferrocarril, la servucción, el comercio electrónico y la competitividad colaborativa, participaron profesionales de empresas e instituciones como: Ministerio de Fomento, Nutrexa, Alfil Logistics, Luis Simoes, Lorry Rail, Eulen Servicios Logísticos, Logifrio, Toolsgroup, MRW Logística, Fundación ValenciaPort, Maersk Line, Privalia, Eroski Online, TXT, Instituto Cerdà, DHL Express Iberia, CTC Externalización, Affinity Petcare, Mango, Chep, Ceva Logistics y Conway.

En esta séptima edición hubo una gran intercomunicación con el público dado que en todos los paneles se plantearon preguntas a los asistentes que, mediante votación electrónica, emitían su opinión y valoraban las cuestiones ideadas por los organizadores de los Debates.

CONCLUSIONES

MESA 1 - Para pequeños cargadores ¿El futuro está en el tren?

Las empresas quieren trabajar con el ferrocarril, pero preocupa cómo acceder a este modo de transporte y que llegue a ser un sistema con una gestión óptima del coste y del plazo.

Las infraestructuras ferroviarias van a llegar, pero antes de que estén terminadas hay que buscar las fórmulas para que la gestión sea acorde a las expectativas y necesidades que las empresas han depositado en el ferrocarril.

Si queremos evitar encontrarnos con unas infraestructuras poco utilizadas, pero que a su vez han requerido un nivel de inversión altísimo, hay que trabajar desde ahora para que la flexibilidad y el potencial del ferrocarril sea una realidad.

MESA 2 - La Servucción, la gestión de operaciones en las empresas de servicios, ¿es una realidad operativa?

Las operaciones en las empresas de servicios no son tan tangibles como las que van asociadas al producto. Y al ser poco visibles se les da poca importancia. Las operaciones en las empresas de servicios puede ser una herramienta de mucha valía para crear mayor valor en las actividades y en el producto. A diferencia de los productos, los servicios no pueden valorarse hasta que no se han producido. Por ello, la gestión de operaciones en empresas de servicios es crucial para cumplir con las expectativas previas depositadas en los servicios. Dentro de cualquier compañía hay un apartado de gestión de servicios que también hace falta evaluar, porque el contacto directo con los consumidores requiere de unas operaciones muy perfectas y así cubrir con éxito las expectativas del cliente.

MESA 3 - ¿Estamos preparados para el desarrollo exponencial del comercio electrónico (B2C)?

La tecnología abre la puerta a un nuevo espacio lleno de potencialidades y con unas enormes expectativas. Pero existen ciertas restricciones en la capacidad de hacer ejecutiva operaciones de e-commerce.

El crecimiento del B2C que auguran los expertos implica cambios de modelos en los negocios que, a su vez, van a generar unas necesidades muy altas.

Los cambios no deben sólo hacerlos las compañías y los profesionales, sino que las administraciones también deben aportar soluciones para la viabilidad del e-commerce en el futuro.

MESA 4 - ¿Es necesaria hoy la Competitividad Colaborativa?

Es preocupante ver la poca disponibilidad, facilidad o accesibilidad a la cooperación.

La no cooperación genera despilfarro, por tanto las empresas deben tender hacia la colaboración.

La colaboración tiene, sin duda, limitaciones porque el mercado es complejo y las interacciones en este mercado son muy variables, pero hay que buscar soluciones colaborativas.

La colaboración entre empresas debe tener siempre en cuenta al consumidor porque un proceso logístico no se termina hasta que no se produce el consumo.
