

La importancia de la digitalización en la logística internacional

La digitalización en todos los quehaceres diarios se ha posicionado como algo cotidiano, no siendo ajena a ninguna actividad económica. Lo vemos en las comunicaciones, en la incorporación de artefactos inteligentes, los cuales, mediante el IoT podemos programar y utilizar a la distancia.

Un año atrás, en esta sección, presentamos al **Big Data** como una herramienta que tiene como objetivo fundamental el extraer valor de los datos y, con ello, poder procesar la información que sea útil para la toma de decisiones, sea para crear un emprendimiento o mejorarlo, dependiendo de la necesidad y el uso final que se le quiera dar a dicha información.

La industria del transporte y la logística está cambiando rápidamente y este desarrollo se da gracias a la digitalización. La **revolución digital** ha traído una serie de cambios con muchos términos, títulos y nombres nuevos. No es del todo fácil hacer un seguimiento de todas las palabras nuevas que ahora se utilizan en la industria y comprender lo que significan exactamente. Por ello, creemos necesario hacer unas precisiones sobre actividades que antes estábamos seguros de definir las adecuadamente, pero que, gracias a los **avances tecnológicos**, pueden causar algunos problemas a las personas.

Agente de carga

De acuerdo con lo señalado por la plataforma logística digital ADNAVEM, un agente de carga es una persona natural o jurídica que organiza la importación y exportación de mercancías en nombre de otros. Tradicionalmente, las reservas de servicios de transporte y logística han implicado llamadas telefónicas y correos electrónicos a un agente de carga.

Así, una reserva podría significar cotizaciones de precios de varios días (en especial en la época de la pandemia, en la que muchas veces los embarcadores no conseguían que les respondieran por cotizaciones para el transporte de mercancías).

El agente de carga actúa en calidad de intermediario entre el embarcador o remitente de la carga y el transportista, representando al primero en los tratos con el transportista inmediato de la carga, mientras que es responsable de emitir el documento de transporte (Conocimiento de Embarque en la vía marítima) hacia el embarcador y también, de ser el caso, al consignatario de la carga.

Agente de carga digital

Realiza las mismas funciones que un agente de carga tradicional, pero principalmente difiere en la forma en que presta sus servicios.

El primero de los nombrados utilizaba el teléfono, fax, correo y correos electrónicos, mientras que el agente de carga

digital usa varias tecnología digitales para organizar las importaciones y exportaciones de bienes, desarrollando servicios de cotización, comunicarse con los clientes, construir plataformas digitales para los clientes, digitalizar datos operativos de transporte, integrar sistemas financieros, utilizar el Big Data para el análisis de información, conectar portales de clientes y sistemas operativos e integrar sistemas operativos de terceros.

Plataforma digital

La plataforma digital para el transporte de mercancías es una herramienta de colaboración automatizada, a través de la cual los compradores de transporte se conectan directamente con sus proveedores y empresas de transporte (navieras, transportistas y agentes de aduanas), eliminando todo tipo de intermediarios.

El propósito de una plataforma digital es automatizar gran parte del proceso de envío y brindar al comprador del transporte mayor control y flexibilidad, así como crear una cadena logística optimizada que también se pueda adaptar a las necesidades del cliente.

Transport Intelligence, compañía especializada en la investigación y análisis de los sectores de transporte internacional, logística y transporte expreso, llevó a cabo, entre marzo y mayo del presente año, la encuesta Global Freight Forwarding survey, la misma que está diseñada para proveer información sobre la utilización de plataformas/mercados de reserva de carga digitales y agentes de carga digitales. Los participantes de la referida encuesta provienen de los cinco continentes, siendo en su mayoría

embarcadores de carga.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el uso de los servicios de separación de carga en línea y de los agentes de carga digital crece rápidamente, siendo altamente utilizados por los embarcadores y los proveedores de servicios logísticos (LPS).

Esto se explica por varios factores, entre ellos, los efectos de la pandemia que obligaron a tomar medidas de distanciamiento social, el aumento repentino del comercio en línea y la necesidad de reducir costos operativos y reducción del impacto en la huella de carbono que las grandes empresas han empezado a tomar en consideración.

Inversión y beneficios

De otro lado, de acuerdo con lo señalado en el blog Saloodo, en el reporte Digital Technology's Importance in the Logistics Industry, se espera que para el año 2023, las empresas alrededor del mundo inviertan cerca de US\$ 2,3 miles de millones en tecnologías y servicios que permitan avanzar en la digitalización.

En ese sentido, se espera que las empresas del sector logístico obtengan como beneficios a estas inversiones, la mejora en la eficiencia de sus labores. Para ello, muchas compañías están recurriendo al uso de software en la nube para digitalizar su cadena de suministros, a fin de centralizar la

información.

De otro lado, las principales navieras se están uniendo a las soluciones de envío digital habilitadas para **blockchain** (conjunto de tecnologías que permiten llevar un registro seguro descentralizado, sincronizado y distribuido de las operaciones digitales, sin la necesidad de intermediación de terceros). Esto constituye un paso importante hacia la promoción del avance tecnológico en cada aspecto de sus operaciones.

Digitalización

La digitalización también hace posible que los clientes puedan hacer el seguimiento de sus órdenes, desde el origen hasta el final, lo que permite a las partes involucradas ahorrar tiempo y dinero, al final. Esto ayuda a la creación de confianza entre los proveedores logísticos y sus clientes, retirando la incertidumbre de las operaciones.

El procesamiento de la información aplicada a la logística se ha convertido ya en una necesidad, aun en países en vías de desarrollo como el nuestro. Por ello, podemos observar que cada vez hay más requerimiento de personal con conocimiento de herramientas de inteligencia de negocios y análisis de datos avanzados.

La computación cognitiva y las **tecnologías digitales habilitadas para IA** permiten que la industria de la logística

supere desafíos como la optimización de procesos, la comunicación de extremo a extremo, la gestión de la cadena de suministro, la mejora de la experiencia del cliente y el control de costos.

Como puede verse, **la digitalización en la logística es una ventaja competitiva hoy y una necesidad para los almacenes del futuro. En ese sentido, la digitalización de todos los sectores de una empresa es una tendencia que se prolongará en el futuro y que poco a poco va penetrando en todos los grandes sectores económicos, aunque a un ritmo desigual.**

Con el aumento de la competencia, el precio y la calidad de los productos se han nivelado y el consumidor elige el tiempo de entrega como factor diferenciador en su decisión de compra.