



Edgar Blanco, director de Investigaciones en el MIT Center para Logística y Transporte

GENTILEZA CARLOS SUTER

ETIQUETA

El rumbo de la innovación

En 2025, en América latina, el 85% de la población vivirá en áreas urbanas, lo que abre un enorme abanico de oportunidades y exige de nuevos paradigmas para un abastecimiento eficaz de todo lo que se mueve en las redes logísticas

Andrés Asato
PARA LA NACION

¿Hacia dónde va la logística en los mercados emergentes? La primera pista para empezar a desentrañar este mundo complejo y predecir el futuro de la logística es lograr entender lo que ha pasado en el último medio siglo desde la invención del contenedor hasta la aparición del *smartphone*. Algo está cambiando en el universo de los mercados emergentes porque ya no se busca copiar modelos exitosos como en tiempos recientes, sino que hay factores como el aumento poblacional, la diversidad en los consumidores y la evolución de la tecnología móvil, que están abriendo puentes hacia una logística más adaptable a las necesidades regionales.

¿Pero cuáles son las tendencias que van a cambiar la logística del futuro? ¿Qué innovaciones impactarán en el mercado? En la 7ª Edición del Seminario Internacional de Management Logístico, organizado por Énfasis

Logística, realizado en el Espacio Darwin del Hipódromo de San Isidro, Edgar Blanco, director de Investigaciones en el MIT Center para Logística y Transporte, y director ejecutivo de MIT Scale Network en América latina, destacó que los procesos de urbanización en la región traen como consecuencia una ruptura con los viejos esquemas logísticos que hoy cuenta con todo tipo de canales de distribución, entre ellos algunos más pequeños que aún sin una gran infraestructura circundante y mediante dispositivos tecnológicos como los celulares permiten llegar a zonas de difícil acceso.

Cuál es la forma más eficiente de transportar la mayor cantidad de productos a las zonas urbanas donde habita hoy cerca del 70% de la población en los mercados emergentes, y cómo acceder a grupos de medianos o bajos recursos que consumen lejos de las grandes cadenas de supermercados son algunos de los interrogantes que las innovaciones en la supply chain deberán responder impulsadas

por las características singulares de cada mercado emergente.

Factores como el aumento de la población, la diversidad de necesidades en los consumidores y la tecnología móvil promueven hoy

EL AUMENTO DE LA POBLACIÓN, LA DIVERSIDAD DE NECESIDADES EN LOS CONSUMIDORES Y LA TECNOLOGÍA MÓVIL PROMUEVEN UNA CADENA MÁS DINÁMICA

una cadena de suministro regida por el dinamismo y la adaptabilidad.

“Así como los tipos de tiendas y de quioscos están cambiando muy rápidamente en algunas ciudades, hay clientes que ya no piensan en obtener un producto en la tienda, y si uno

camina por el metro de Corea o de Santiago se podrá encontrar con pancartas virtuales que con sólo tomarle una foto al código de barras del producto que se anuncia luego puede hacer la compra automática desde su casa. Facilitar el acceso, la distribución y atender el componente ambiental serán claves para una logística futura y hay 78 megaciudades con más de 5 millones de habitantes para repensar esas estrategias. En 2025, en América latina el 85% de la población vivirá en ciudades”, destacó Blanco.

Casos locales

En la mesa sobre experiencias locales, el director del Posgrado de Logística Integrada del ITBA y director de TGI Argentina, Jorge Tesler, se refirió a las claves para entender las redes logísticas. Destacó la diferencia en las velocidades de los cambios en los canales comerciales locales, la presencia de clientes cada vez más exigentes y la aparición de un jugador fuerte, –el medio ambiente– que le suma al profesional de la logística un nuevo desafío. “El objetivo es conseguir una sincronización durante todo el proceso, desde el proveedor hasta el consumidor”, destacó Tesler, sin dejar de advertir que el retraso en materia de infraestructura, promueve la concentración de gente y puestos de ventas que lleva a una puja por el mismo metro cuadrado.

Hernán Zavaley, director de Supply Chain de Carrefour Argentina, se refirió al cambio de paradigma de logística por redes y al reclutamiento de personal del área que “hoy debe migrar de un perfil generalista a uno especialista, y de administrador a coordinador de la red”. Y agregó que la visión de la red tiende a eliminar barreras internas y externas de la organización.

Por su parte, Julián Sabbatté, de Molinos Río de la Plata, apuntó a una gestión al servicio de la estrategia comercial “alineada con el negocio, bien diseñada y bien operada”. Mientras que Juan Iturburu, gerente de Cabelma, empresa dedicada a la fabricación de envases, señaló que “es importante tener en cuenta las diferencias culturales, los escenarios según las demandas y la búsqueda de satisfacción por empresas”.

Sobre la necesidad de establecer una agenda logística para la Argentina y América latina, Tomás Serebrisky, del Banco Interamericano de Desarrollo, señaló: “La logística es muy importante para la integración eficiente del territorio y una visión que está ausente de la política pública es el rol de la logística para la reducción de la pobreza. Se necesita invertir más, pero discontinuando el enfoque tradicional basado en la mirada dura de la infraestructura, y apuntar a una infraestructura de servicios asociados que promueva el crecimiento sostenible e inclusivo, de impulso a la participación privada y tenga en cuenta el cambio climático, las sinergias sectoriales y la gobernanza”.

NOS AVALA MÁS DE 1.000.000 DE M2 EN OBRAS LOGÍSTICAS.



www.bautec-sa.com

www.cmpestructuras.com.ar

BAUTEC OBRAS LOGÍSTICAS “LLAVE EN MANO”

PISOS INDUSTRIALES SIN JUNTAS

OBRAS INDUSTRIALES - LOGÍSTICAS
SUPERMERCADOS - AGROPECUARIAS

CMP
ESTRUCTURAS METÁLICAS DE ALMA LLENA ESTRUCTURAS

Quito 2618, 1º piso - Beccar - Buenos Aires - Tel 54 11 4719-1000 Fax 54 11 4719-6432 - consultas@bautec-sa.com - consultas@cmpestructuras.com.ar