



OTRA VUELTA

Logística inversa: beneficios para el medio ambiente y un espacio para nuevos negocios

A partir del aumento de la producción de bienes y su el retorno al circuito comercial, las materias primas y los desechos podrían convertirse en una importante fuente de ganancias para las firmas; un recurso que utilizaron griegos y romanos

Texto **Eduardo Pérez** Redacción Expotrade | Ilustración **Alejandro Álvarez**

La producción en masa de bienes ha venido generando una serie de desechos, cuya deposición final complica al consumidor y afectaría la ecología, pero que su administración por parte de la industria derivaría en beneficios para las empresas. Además de generar beneficios para el cuidado del medio ambiente, la aplicación de sistemas de logística inversa podría brindar a las empresas posibilidades de nuevos e importantes negocios, según explicó Judith Giacchino, directora comercial en Operaciones y Servicios globales, Telecomunicaciones y Tecnología de Brighstar, México.

A partir de la propia definición de que logística inversa o reversa es el proceso, manejo, implantación y control del flujo de materias primas y productos acabados desde el punto de consumo al punto de origen, con la intención de recuperar su valor o reutilizarlos para disminuir el impacto en el medio ambiente, Giacchino advirtió que estos sistemas brindan oportunidades de negocios tanto para las empresas como para los operadores logísticos.

La especialista argentina, radicada en el exterior en los últimos 20 años, estuvo en Buenos Aires para disertar sobre el tema en el

9° Encuentro de Cedol (Cámara Empresaria de Operadores Logísticos), donde destacó que esta herramienta es "una innovación y, sobre todo, una gran oportunidad de negocios" e hizo una reseña de las nuevas experiencias que se implementan fundamentalmente en los Estados Unidos, Europa y Asia Pacífico.

Para hablar del futuro y del presente buscó los antecedentes de esta tendencia e hizo hincapié en que "hoy la tomamos como una innovación, pero no porque sea nueva, sino por las oportunidades que ofrece, porque es tan antigua como la humanidad. La usaron los imperios: los griegos y los romanos tuvieron que utilizarla en sus conquistas".

"Después de la Revolución Industrial y la masificación de la producción que termina con esa idea de que las materias primas nos iban a durar eternamente, empieza a surgir la tendencia y en los '50 aparece una especie de preocupación ambiental, pero a principios de los '70 surge el concepto de logística inversa como tal y se afianza en los '90", explicó.

Aseguró que, a partir de la aparición de los teléfonos inteligentes en 2007, "nos cambió la vida, nos convertimos en seres 'digitales', que consumimos y necesitamos experiencias tanto físicas como

digitales. Nos hemos adaptado. Vamos cambiando las necesidades y tendencias del consumidor y este cambio también está cambiando los modelos de negocios".

Observó que esos cambios han generado cuatro megatendencias sociales relacionadas entre sí que serían que el mundo se ha convertido en un gran centro comercial, el incremento de la conectividad, la mercadotecnia personalizada y la mayor conciencia ecológica entre los consumidores.

Borrar las fronteras

Sobre la primera consideró que la globalización eliminó todas las fronteras, hoy estamos todos conectados y el mundo se volvió una gran tienda virtual. "No necesitamos salir de nuestras casas para comprar y esto genera un incremento de las ventas, que crecen 20% año tras año y exigen que pensemos, desde el punto de vista de la logística, cómo manejaremos las entregas y resolveremos las devoluciones", dijo.

También se refirió a que la mensajería instantánea creció más que las redes sociales y destacó que "estamos todos interconectados y surgen modelos de negocios. Se emplean a eliminar las barreras que existían entre las máquinas y las personas y las cosas se empiezan a co-

municar entre ellas y con la gente".

Además, los consumidores se han vuelto más exigentes y apareció la mercadotecnia personalizada. "Constantemente demandamos productos y servicios. Toda la información de lo que hacemos en el día a día aún no está siendo suficientemente utilizada. En la nube quedan las ocasiones de negocios que generamos como consumidores, por eso existe una amplia tendencia a explotarlas. Parte de eso está haciendo más masivas a varias tecnologías. Ya se imprimen en 3D desde brazos, hasta casas. Hay que pensar cuál debería ser la conquista del 3D."

Sin embargo, sumó la megatendencia de volver a los orígenes que "tiene que ver con la sustentabilidad. Nos volvimos consumidores más ecológicos. De ahí, los cambios acelerados que generan que los ciclos de los productos sean más cortos, con reducción de los tiempos de entrega, hay un aumento de las exigencias de los consumidores".

Estas tendencias estarían produciendo un aumento de los desechos y devoluciones. "El crecimiento del e-commerce generó un incremento de las devoluciones de 35%. Las grandes cadenas de retail en el mundo han invertido millones de dólares en devoluciones, especial-

mente en EE.UU., donde las políticas son más flexibles y amigables a la hora de los reclamos. Hay una mayor responsabilidad ambiental de los fabricantes en el servicio al cliente, somos responsables de la garantía como empresa, como fabricantes", consignó Giacchino.

La especialista se preguntó: ¿por qué implementar la logística inversa? y consideró que sería porque "los productos y materiales que se recuperan son materia prima, esto permite trabajar con mercados secundarios de otros países. Su reutilización conlleva reducción de costos, si se cotiza el producto como materia prima para hacer uno nuevo. También está la política comercial de construir una imagen verde".

Agregó que "muchas veces por estrategias comerciales la empresa prefiere que un producto que no se vende en un mercado sea traspasado a otro que permita ahorrar costos. En la cadena influye al permitir que vuelva circular y esto hace que se reduzcan costos, por ejemplo, al utilizar los mismos transportes que hacen la distribución para la recolección del retorno".

La especialista aceptó que la logística inversa "tiene sus complejidades" y mencionó que la demanda es incierta. El transporte está también más caro al tener que trasladar volúmenes inciertos y dispersados desde sitios no tan bien determinados como en la logística directa, además de la dispersión del tipo de envase o mercadería a trasladar y que los precios tampoco son uniformes.

También admitió que "los costos son mucho más altos, sin embargo existe una necesidad y en algún momento tendrá que hacerse", y detalló que el destino sería "la reutilización parcial para fabricar un nuevo producto; la reutilización directa, que es lo más aconsejable ya que los costos son menores; la reparación, esto aplica al caso de garantías y productos dañados; el reciclaje, no en productos de poco valor cuya recuperación no da beneficios económicos".

Recomendó que el transporte se haga de forma organizada, con la conexión entre diversos puntos y dijo que el almacenamiento, la clasificación y los procesos administrativos, el filtro de entrada y los



tiempos del procesos son muy importantes para la gente como para la administración de costos, dependiendo de la estrategia de la empresa, del precio del proceso a usar y las complejidades, y qué productos se recuperan para la venta y van al centro de distribución.

Giacchino advirtió sobre la existencia de dos tipos de logística inversa: una post consumo, para productos que han cumplido su vida útil y que por algún motivo vuelven al ciclo de negocio y residuos industriales, y la logística post venta, que es la más común, que trata de bienes sin uso o poco uso que regresan en la cadena de devolución, ya sea por razones comerciales, como exceso de inventario, inventarios estacionales, estrategias comerciales de promoción o técnicas como en el caso de garantías. Dependiendo del tipo de logística inversa, tendremos diferentes procesos.

En cuanto a los productos que se devuelven, observó que "en el caso del e-commerce aplica a 35% de los productos, mucho de esto se recicla. Pero hay otra parte que se devuelve a la cadena comercial. Existe una

oportunidad para quienes quieran aplicar en el inventario de productos que alguien necesite".

Para la especialista hay tres redes de logística inversa: el reciclaje -la más simple- que es reutilizar los productos; la refabricación, la industria cuando fabrica muchos equipos, son aplicados para usar partes de los componentes; y la reutilización, que es hacer acondicionamientos mínimos, como podría ser una limpieza cosmética y volver a integrar los productos al mercado, y precisó que donde más se usa es en EE.UU., Canadá, y algunos países de Europa. Reconoció que en América latina todavía estamos en pañales, lo estamos haciendo de manera incipiente en Brasil y Colombia y un poco en México.

Giacchino concluyó: "La logística inversa conlleva beneficios, tanto en la disminución del impacto ambiental como en la aparición de nuevos negocios. Es una oportunidad para generar dinero, ayuda en la relación empresa-cliente y empresa-proveedor, y genera fidelización y mayor satisfacción del cliente".

PREOCUPACIÓN

LOS COSTOS OPERATIVOS COMO CONTRAPESO DE LA COMPETITIVIDAD

La convocatoria para el último Encuentro Cedol había sido para abordar la innovación y la productividad en los procesos y para escuchar las propuestas de Judith Giacchino para generar negocios a partir de la logística inversa. Sin embargo, entre los asistentes se manifestaba preocupación por las menciones de los costos logísticos como responsables en la baja de competitividad de la economía.

Al respecto, el presidente de la Cámara, Jorge López, aclaró que "muchos dirigentes empresarios cuando hablan de logística, en realidad, se refieren al transporte" y Hernán Sánchez, titular de la Asociación Argentina de Logística Empresarial (Arlog), destacó que "la logística en la Argentina está desarrollada con los problemas de infraestructura que tiene el país, y con los costos correspondientes a eso". "A eso se le suma los papeles, la burocracia", apuntó López y enfatizó que "no hay fuentes que sustenten las afirmaciones que responsabilizan a la logística como responsable del aumento de costos". Sánchez acotó que "en América latina, los altos costos logísticos están dados por el retraso en inversiones en infraestructura y en la demora en las tramitaciones aduaneras, certificados, documentación".

Por su parte, Carlos Musante, director técnico de Cedol, hizo hincapié en que "no hay actividad más transparente que el transporte" y, tras



Expertos del sector durante el Encuentro de Cedol EXPOTRADE

mencionar que existía una gran cantidad de empresas de autotransporte de cargas y despachantes de aduanas que ofrecen esos servicios, operadores logísticos y agentes de carga, observó que "es imposible que se hayan puesto todos de acuerdo", para aumentar los costos del transporte. Sánchez apuntó: "Supongamos que es verdad que el costo logístico es el gran problema. ¿Cuántos actores intervienen en la cadena logística de la manzana, tres, cuatro, 10 empresas? Lo hubieran arreglado en dos días. El problema no es logístico. O no saben dónde está el problema o es difícil de solucionar o de hacer el diagnóstico porque es una cadena" y afirmó que echarle la culpa a la logística "es una simplificación para salir del paso".

Agregó que la creación del Ministerio de Transporte era un reclamo del sector desde hacía mucho tiempo. "Hay que entender que parte de estos

casi dos años de gestión estuvieron abocados a (solucionar) anomalías y tratar de volver a un rumbo medianamente normal. Desde Arlog nos hubiese gustado que fuese un poquito más rápido y que los planes que entendamos que existían se vieran plasmados en alguna carpeta. Nos gustaría que lo que dicen *in voce* verlo en una carpeta, aunque después sufra correcciones", destacó. En esa línea, López indicó que desde el Ministerio fueron convocadas ambas instituciones para avanzar en la creación del Consejo Nacional de Logística. "La idea de ellos es armar unas premisas de trabajo. Estamos dando los primeros pasos. La intención es formar ese Consejo en conjunto, entre Gobierno y sectores representativos de la actividad, que juntos elaborem las políticas y planes a largo plazo. Por lo menos, ya empezamos y es alentador".

INNOVACIÓN

VALOR AGREGADO Y DIFERENCIACIÓN

La innovación y la productividad fueron los temas que un poco más de diez referentes de la logística abordaron durante el primer módulo del 9º Encuentro Cedol que se realizó a fines de abril, y que fueron desarrollado en un libro que la Cámara entregó a los asistentes.

Según los autores, en un contexto dominado por la reducción de costos, innovar

permite sumar valor agregado y es un punto diferenciador para los operadores logísticos en el mercado. En ese sentido, establecieron que "la innovación no se refiere sólo a la tecnología sino también a formas, procesos, información, interacción, etcétera. Y su objetivo es estar a la vanguardia para lograr competitividad, por lo que debe alinearse con la política

central de la logística, que es la atención al cliente". El segundo módulo estuvo a cargo de Judith Giacchino, quien explicó los alcances de la logística inversa. Además, se entregó una distinción por su Trayectoria Logística Profesional a Enrique Vitale, quien tuvo un desempeño vinculado con la aplicación de los códigos de barra en la Argentina.



**EXPO
TRANSPORTE**
CAMIONES - BUSES - UTILITARIOS
11ª Exposición Internacional de equipamiento y tecnología del autotransporte de carga y pasajeros



**EXPO
LOGISTI-K**
13ª Exposición Internacional de Equipamiento, Tecnología y Soluciones para la Logística, el Flujo de Información y la Cadena de Abastecimiento

Planifique su participación : sùmese

18 al 21 - Septiembre de 2018 - La Rural Predio Ferial de Buenos Aires






