

TECNOLOGÍA

Soluciones que innovan la cadena de suministros

Los altos costos logísticos y las deficiencias de infraestructura pueden mitigarse con un enfoque sistémico, información compartida e inversiones en tecnología

Andrés Asato
PARA LA NACION

Así como el último informe del Banco Mundial señala que las economías latinoamericanas crecerán entre un 3,3 y 3,5% en 2013-2014, con más de 73 millones de personas que dejaron la pobreza y 50 millones que se unieron a la clase media en la última década, esta capacidad de sobrellevar la recesión mundial contrasta con su poca productividad.

Los costos logísticos son elevados, la infraestructura está deteriorándose y los sistemas educativos son de escasa calidad, indica el organismo internacional. La logística en América latina cuesta de dos a cuatro veces más que en los países de la OCDE y los Tigres Asiáticos.

¿Cómo revertir esta situación en la región donde resulta más compleja la distribución de productos que el costo de traer un producto de China, con barreras arancelarias y al flujo de las mercaderías que afectan la competitividad?

“La capacidad de respuesta sobre problemas de logística no alcanza a dar una solución con los modelos de organización clásicos, que trabajan más como áreas estancas, perdiendo la visión integral del negocio. Es necesario un enfoque sistémico que contemple múltiples necesidades y que pueda integrarlas en una solución”, destacó Mauro Sperperato, socio fundador de Sinapsys y ex presidente de Arlog.

Colaborativo

Para Jorge Motjé Ardavin, CEO de Miebach Consulting, se trata de compartir información y visibilidad a lo largo de la cadena de suministros para facilitar en una segunda etapa la planificación colaborativa con los proveedores o clientes (el uso inteligente de la información compartida). “Cualquier solución o iniciativa que implantemos para avanzar hacia la excelencia debe tener un elemento común subyacente: la correcta evaluación de



Cruz del Sur invirtió en herramientas web

EXPOTRADE

riesgos y la garantía de la sostenibilidad de las operaciones”, señaló.

La segmentación, junto con la planificación, son las palancas clave para la gestión de las cadenas de suministro, aunque cabe hacerse la siguiente reflexión, según Motjé: “Muchos de los costos de las cadenas de suministro actuales son el resultado del incremento continuo de la complejidad de las mismas y, posiblemente, una de las mayores oportunidades de reducción de costos se encuentre en la reducción de esta complejidad”.

Maximiliano Segal, consultor senior de Tecnológica Consultores, en la empresa, sostiene que las tendencias actuales que se ven en la

logística obligan a las empresas a implementar adaptaciones que les permitan seguir la dinámica del mercado: “Se utiliza la tercerización para capturar sinergias y solucionar el problema de escala que poseen las empresas, y que repercute fuertemente en los costos asociados a la cadena de abastecimiento”.

Así, según su observación, “surgen los operadores 3PL [o incluso 4PL], que aprovechan su experiencia y masa crítica para brindar soluciones que permitan el mantenimiento del nivel de servicio exigido por sus clientes a un costo razonable. En cuanto a la tecnología, se registra en el mercado una informatización creciente con migraciones hacia sistemas especializados de manejo de operaciones, WMS [depósitos], TMS [flotas de transporte] y ruteadores [optimización de rutas de distribución], que permiten gestionar operaciones complejas y cubrir las necesidades del mercado en términos de digitalización de la información”.

Online

Desde hace dos años, en el departamento de MKT de Cruz del Sur se viene implementando una estrategia de comunicación y desarrollo focalizada en los clientes y las herramientas web, transformando una pieza informativa en una herramienta funcional para el cliente. “Por eso hemos desarrollado la versión *mobile* del sitio, que le permite al usuario realizar cotizaciones y seguimiento de envíos *online*; solicitar retiros de cargas; consultar el buscador de sucursales y comunicarse con el centro de atención al cliente”, explicó Mariela Menghini, del área de marketing de la empresa.

Alberto Viani, responsable del marketing operativo de Cruz del Sur, destacó también que el Área Cliente funciona de una forma similar a un *home banking*: “En la sección destinada a la División Logística, el usuario tiene a disposición una serie de motores que le permiten consultar su stock en depósito y su posición dentro del mismo de forma rápida

y sencilla. Estos motores están actualizados a tiempo real, ya que toman información de nuestros sistemas de forma directa”.

Para diferenciarse no sólo alcanza con ser competitivo y reducir márgenes, y en TASA Logística apostaron a una visión más abarcadora y pusieron en marcha el Centro de Distribución Sustentable en Pilar, el primero en la región con certificación LEED. Una inversión de 120 millones de pesos, con calefacción por energía solar, almacenamiento y reutilización del agua de lluvia en los sanitarios y utilización de materiales de bajo SRI (reflexión de calor) en todo el exterior de la nave.

Marcelo Lancelotti, gerente general de TASA Logística, destacó que otro proyecto en cuanto a sustentabilidad e innovación al que están abocados es “la puesta en circulación de los llamados vehículos combinados de carga de alto rendimiento, tipo bitren. Nuestra empresa apoya la autorización a circular de estos vehículos y junto con un fabricante de remolques argentino ya hemos diseñado el modelo que podría beneficiar las operaciones de nuestros clientes, y nos hemos ofrecido a circular por corredores experimentales punto-a-punto en el caso de que se autoricen sus pruebas”.

Mauro Sperperato sostiene que la logística “es como la sangre del cuerpo, son procesos que atraviesan horizontalmente a toda la compañía y por ello las múltiples complejidades que se presentan son difíciles de resolver”. Sobre la organización de una empresa, se refirió a “la convivencia entre tantas generaciones al mismo tiempo; hoy se habla de tres, cuatro y hasta cinco generaciones que conviven, y esto requiere de un gran esfuerzo en adaptabilidad y tolerancia para todos”.

“Las nuevas generaciones ya no se comprometen con una empresa –opinó–, pero sí con un proyecto. Las necesidades de las personas son siempre las mismas, por ejemplo, el compromiso, pero se expresan de diferente manera y esto requiere una gran flexibilidad de los líderes, que si la desarrollan podrán armar equipos sinérgicos y lograr que cada uno aporte lo mejor de sí mismo.”

Como señala Jorge Motjé, “la carencia de personal calificado sumado a las barreras arancelarias que dificultan el libre flujo de las mercancías y el atraso de inversiones es tan grande que se tardarán décadas en ofrecer una infraestructura de comunicaciones competitiva”. La fuerte concentración demográfica, económica e industrial en las capitales o megaurbes de la región abre entonces un enorme reto en los próximos años para las cadenas de suministro. ●

OCA. Logística en una nueva dimensión.

OCA

0800-999-7700 - www.oca.com.ar EL PAÍS TE QUEDA CERCA.