

DATOS FRÍOS: PODEMOS ELIMINAR 85% DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Alfredo Morales, Sergio Treviño y Arnaud Verhasselt

La cadena de frío en la industria agroalimentaria tiene un gran potencial de eficientizarse, lo cual además resultaría en la posibilidad de garantizar que el alimento que llega a nuestra mesa tenga un origen totalmente verificable y seguro.

En Latinoamérica, el 85% del desperdicio de alimentos es debido a deficiencias en la cadena de frío. Aunque pudiera sonar como un asunto meramente técnico, la realidad es que actualmente hay 2 factores que sitúan el almacenamiento y distribución de alimentos al centro de discusiones estratégicas de negocio. El primero, es que el consumidor se fija cada vez más en la calidad de lo que adquiere —migra del taco de la esquina a un consumo sin riesgo de intoxicación— y el segundo, que las empresas destinan atención y recursos crecientes al manejo de la energía.

La tendencia en manejo de productos frescos está claramente orientada a incrementar la eficiencia en costo y generar un alto nivel de seguridad en alimentos, para lo cual hay cuatro pilares críticos que describimos a continuación.

1. Trazabilidad

Su objetivo central es lograr un correcto control de inocuidad con nuevas tecnologías que permiten trazabilidad integral y rápida. Hablamos, por ejemplo, de que todos los proveedores de alimentos que se venden en un supermercado estén conectados, de manera que, en caso de alguna intoxicación o contingencia, de inmediato se puedan tomar acciones correctivas respecto al proveedor problemático, mientras que el sistema permanentemente funciona en un nivel preventivo.

Hoy, la trazabilidad se ha vuelto un valor equiparable a los certificados de productos orgánicos o de trabajo justo debido a que los consumidores están dispuestos a pagar hasta 30 por ciento más por un alimento, cuya seguridad está garantizada con certificaciones como TIF, *Safe Quality Food* o *British Retail Consortium*.

Vale la pena mencionar tecnologías de rastreo como RFID, que permiten seguir en dónde ha estado el producto, así como guardar y acceder a toda su la información de ese producto en particular, una mina de oro frente al código de barras tradicional que solamente diferencia SKU y requiere mayor cercanía para leerlo.

2. Eficiencia Energética

La mayor ventaja de una buena práctica en este pilar es el aprovechamiento óptimo del espacio físico en un almacén. Quienes trabajamos en la industria de alimentos frescos/ congelados, sabemos que tiene una complejidad muy particular porque se requieren niveles de frío específicos en función del producto: cada espacio, con cierta temperatura, debe ser cerrado y no móvil.

Si pensamos en que los flujos de la demanda son muy variables, el desafío de hacer eficientes los recorridos por el almacén es de la mayor importancia. A nivel de tecnología, una herramienta cuya efectividad hemos comprobado en Sintec Consulting son las cortinas móviles para armar cámaras de frío de acuerdo con la demanda. En pocas palabras, es zonificación adecuada, dinámica y estratégica.

Esto es crítico porque en el almacén siempre tienes un *activo* a maximizar, pero no todos los productos se comportan de la misma manera así que entre más flexibilidad requieres, mayor complejidad implica. Es común ver negocios con unidades muy grandes que cuestan una gran cantidad de dinero, pero tienen niveles de utilización baja. La introducción de cortinas móviles habilitadas con tecnología permite hasta 40 por ciento más de utilización.

Otro ejemplo son los sistemas AS/RS, que permiten almacenar y recuperar producto de manera automática sin necesidad de interferencia humana. El mayor beneficio de estos sistemas es el incremento en la densidad de almacenamiento, la cual puede aumentar hasta en 40 por ciento, y con esto, tener un impacto directo en nuestro gasto energético.

3. Planeación operativa

En realidad, es un componente de toda la cadena; no se limita a un almacén, ya que se integra desde entender el requerimiento del cliente. Hablamos entonces de la planeación con pronósticos para ventas y abastos, pero a nivel de almacén de forma tal que se pueda cuadrar la actividad del día a día, la semanal que funciona de manera productiva y no reactiva, y otra que puede llegar hasta una proyección de seis meses.

En Sintec Consulting hemos colaborado con empresas líderes en productos de consumo con herramientas que pueden decir diariamente y durante los siguientes siete días, qué plantilla operativa se necesitará, lo cual maximiza la productividad laboral hasta en 50 por ciento y elimina la obsolescencia: El impacto por un mal proceso de surtido puede llegar hasta los 86 pesos por tarima almacenada.

En un almacén con un promedio de mil movimientos semanales, estos son los potenciales ahorros mensuales obtenidos:



\$1 MILLÓN

de pesos en eficiencia energética, proveniente de automatización y zonificación correcta dentro del centro de distribución.



\$500 MIL

pesos al eficientizar y/o automatizar procesos que permitan eliminar los errores en el surtido, manejo de caducidades (obsolescencia) y la mala planeación del inventario y la distribución.



\$100 MIL

pesos por eficiencia productiva enfocada gracias a tecnologías de optimización de espacios y rutas de surtimiento que permiten la mejor utilización de los recursos.

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

Ante este complejo panorama, quizá te estás preguntando por dónde habría que empezar la optimización. Lo primero para responder es entender la importancia de construir con visión del futuro. La tecnología cambia la jugada constantemente para todas las industrias, pero podemos adelantarnos con soluciones que operan en conjunto o como estrategias, y así ir optimizando desde el punto de dolor más crítico de cada negocio.

En todos, siempre se obtiene como extra un beneficio para el talento humano en términos de ergonomía y salud. Imagina cuántas afectaciones corporales produce pasar la mayor parte de una jornada laboral en un almacén a bajas temperaturas, como reumatismo y degeneración ósea. La satisfacción de mejorar las condiciones laborales y enfocar a las personas en actividades de mayor valor estratégico, como la supervisión de los procesos automatizados, puede mejorar hasta en 10 por ciento la productividad.

En conclusión, tu negocio, tu gente y tu cliente bien valen la transición hacia una cadena de frío eficiente en costos y seguridad.

Acerca de los autores



Alfredo Morales

Consultor de Estrategia de Operaciones
alfredo.morales@sintec.com

Ingeniero Industrial y de Sistemas por el Tec de Monterrey, además cuenta con una maestría en Engineering Management por la Southern Methodist University de Dallas. Su principal enfoque como consultor han sido las empresas de consumo y retail, buscando eficientizar los distintos procesos en la cadena de suministro, rediseñando procesos y complementándolos con implementaciones de herramientas tecnológicas que lleven los resultados a un siguiente nivel.



Sergio Treviño

Gerente de Estrategia de Operaciones
sergio.trevino@sintec.com

Ingeniero Industrial y de Sistemas, con Maestría en Excelencia Operacional por la Universidad de Ohio, así como la certificación de Administración de producción e inventarios por parte de APICS. Ha participado en el diseño y arranque de operaciones, implementando proyectos que abarcan toda la cadena de suministro desde el abastecimiento hasta la entrega a cliente. Especializándose en el área de operaciones trabajó en la mejora de los procesos para generar impacto en los tiempos de entrega y en la optimización inventarios. Cuenta con más de 17 años de experiencia en la industria automotriz, así como en industrias de manufactura metal mecánica, alimentos, productos eléctricos y de especialidades.



Arnaud Verhasselt

Gerente de Estrategia de Clientes
arnaud.verhasselt@sintec.com

Arnaud Verhasselt es Licenciado en Matemáticas Aplicadas a la Economía por la Universidad Claude Bernard en Lyon, Francia. Cuenta también con Maestría en Economía Cuantitativa con especialidad en estudios de investigación en estrategia y marketing en la Universidad Lumière en Lyon. Como Gerente de Consultoría ha tenido un enfoque hacia el desarrollo de proyectos con el fin de alinear las estrategias comerciales y de marketing con la ejecución en el punto de venta optimizando recursos, mejorando la experiencia con el cliente y asegurando un aumento sostenible de los ingresos en utilidad. Ha implementado múltiples proyectos cubriendo tanto la venta tradicional como el desarrollo del canal moderno en industrias de consumo, construcción, farmacéutica, manufactura y *foodservice*.