

ANÍBAL LA PUENTE: “LA LOGÍSTICA NO ADMITE MARGEN DE ERROR EN EL SECTOR MINERO. ES IMPORTANTE TRABAJAR EN LA ADAPTABILIDAD, FLEXIBILIDAD Y RESILIENCIA”



Expertos debatieron cómo la logística minera acelera su transformación digital con IA, automatización y análisis predictivo, mientras las empresas refuerzan su enfoque en la eficiencia, la resiliencia operativa y la relación estratégica con sus proveedores.

En el marco del panel de discusión “Digitalización y servicio personalizado en el proceso de compras B2B: ¿Qué importa más?”, Aníbal La Puente, subgerente de Logística y Costos de Minera Poderosa, sostuvo que su compañía podría convertirse este año en la primera productora de oro del país, gracias a la adopción masiva de tecnología de vanguardia que aumente su agilidad y eficiencia.



Entre dichas tecnologías destacan la IA para predicción de demanda en almacenes autoportantes, la robotización de almacenes y despachos con drones, y el uso de robots para compras repetitivas. “Todas estas herramientas servirán no para reemplazar personas, sino para liberar tiempo y enfocarnos en la cadena de valor con socios”, aclaró La Puente.

En su opinión, la dicotomía clásica de “tecnología vs. trato personal” en el sector industrial debe ser reemplazada por una sinergia entre ambos elementos, que mejoren el conocimiento sobre el cliente y la adaptabilidad de las empresas a las nuevas tendencias.

“Los proveedores juegan un rol fundamental en la construcción de una buena decisión de compra dentro del sector minero”, sostuvo. “Por ello, merecen un trato igualitario, utilizando las tecnologías emergentes (IA, blockchain, nube) como herramientas estratégicas para cuidar la relación humana. La logística no admite margen de error. Puedes hacer 99 cosas bien y una mal que arruina todo. Por eso es importante trabajar en la adaptabilidad, flexibilidad, resiliencia y pensar fuera de la caja”.



En tanto, Carlos Alarco, presidente regional para Latinoamérica de Bechtel, añadió que, en paralelo, es fundamental que las empresas del sector minero conozcan a fondo sus propios mercados y entablen relaciones de largo plazo a través del área de postventa (instalación, mantenimiento, entre otros servicios).

“Sugiero dimensionar el universo de clientes potenciales y segmentar: ¿quién valora calidad vs. solo precio? ¿Qué proyectos llevan 10 años anunciándose sin despegar? Enfóquense donde haya química y probabilidad real de compra en 1–2 años. Cada cotización cuesta tiempo y dinero”, indicó el representante de la empresa de ingeniería con más de 50 años de experiencia en el Perú.

La Puente coincidió con esta opinión, añadiendo que conocer el mercado implica también conocer directamente a sus clientes, sobre todo en aspectos como la generación, estilo y preferencias. “Las empresas están conformadas por personas”, afirmó. “Y en esta época en la que hasta hay que pedir permiso para llamar, la comunicación adecuada es crítica. Un mal manejo de expectativas o de tecnología puede hacer perder una oportunidad”.



A su turno, Fabiola Thorne, gerente de Supply Chain de TASA, el mayor productor y exportador de harina y aceite de pescado del mundo, sostuvo que las empresas, además de exigir cumplimiento a sus proveedores, deben buscar digitalizar procesos, puertas adentro, para enfocarse en la generación de valor.

“Estamos evaluando agentes de IA para tareas operativas: cargas de precios al ERP, análisis de propuestas (tenders de 500 páginas), cuadros comparativos, etc. Eso libera tiempo para conversaciones de valor con proveedores (híbridas/presenciales) enfocadas en necesidades reales”, añadió.

La adopción de tecnología dentro de las empresas, en su opinión, no debe ser por moda, sino que debe encajar con la cultura y el contexto local. “En supply chain debemos estar listos, con procesos digitalizados donde sí agrega valor, y con socios que acompañen en la relación de largo plazo y entiendan la industria”, afirmó.

En conjunto, los panelistas coincidieron en que la digitalización y la personalización no son caminos opuestos, sino complementarios para lograr eficiencia sin perder el valor humano en la cadena de suministro.

Energiminas

CHUNGAR
OPTA POR NUEVO
MÉTODO DE EXPLOTACIÓN
PARA PROYECTO POLIMETÁLICO

