

La logística del dragón asiático

Continuación de la Pág. 1, Col. 3

en infraestructuras y el aumento explosivo de la fabricación de equipamientos para la actividad.

En 2004, el valor total de la industria logística china alcanzó los 3,693 billones de dólares, un 27% más que el período anterior, con un crecimiento sustancialmente mayor al del PBI. Ese mismo año, siguió bajando el costo de las operaciones frente al PBI, aunque el porcentaje todavía es alto. Mientras que en 1991 esa cifra fue del 24%, en 2003 disminuyó al 21,4%; más del doble del que tienen países desarrollados como Estados Unidos y Japón, lo que quiere decir que el sector se encuentra todavía retrasado.

No obstante, esta actividad ocupa cada día un lugar más importante en la economía. En los últimos años, el valor agregado de la logística se mantuvo por encima del 20% del valor agregado de todo el ámbito de los servicios.

En 2003, el capital fijo invertido fue de 69.925 millones de dólares, un 11,3% más que en el año anterior. Ese volumen representó el 18,1% del total de inversiones y el 21,1% de los desembolsos en el sector de servicios. Den-

tro de ese monto, las inversiones se repartieron de la siguiente manera, todas con incrementos respecto de 2002: transportes, US\$ 60.762 millones (9,5% más); almacenamiento, US\$ 2012 millones (31,7% más); mayoristas, US\$ 6375 millones (25,1% más); distribución, procesamiento y embalajes, US\$ 287 millones (46,3% más).

Explosivo

Según las estadísticas del Gobierno, en 2004 el volumen de mercaderías movidas fue de 1875 millones de toneladas, 9,8% más que en 2003. Además, por el rápido crecimiento de la actividad logística, existe una gran demanda de equipamientos, lo que está llevando a las industrias locales relacionadas a un crecimiento explosivo.

Pese al crecimiento de más del 30% anual de la actividad logística en China en los últimos tres años, los especialistas consideran que la maduración de este mercado llevará entre cinco y ocho años. Como se siguió antes, en los países desarrollados los costos logísticos representan aproximadamente el 10% del PBI mientras que en China superan el 20%; las zonas de servicios están altamente concen-

tradas, pero el mercado es muy disperso, no hay empresa de servicios logísticos que tenga más del 2% del mercado.

La infraestructura y el equipamiento ya tienen cierta dimensión. Después de años de desarrollo, China logró un crecimiento importante en este sentido, en los sectores de transportes, almacenamiento, comunicaciones informáticas, embalajes y movimiento, entre otras cosas, edificando una base sólida para el desarrollo de la actividad. El país construyó un sistema integral de transporte integrado por ferrocarriles, rutas terrestres, acuáticas, aéreas y una red informática -principalmente de fibra óptica- apoyada por microondas y comunicación satelital, que permite una comunicación digital de alta capacidad. La aplicación masiva de modernas técnicas de embalaje y maquinarias, y tecnologías automatizadas de avanzada en manipuladores de mercaderías ha mejorado mucho respecto del desorden y los métodos manuales empleados años atrás.

Con el proyecto estatal de desarrollo de la zona nordeste, las estrategias de promoción del sudeste, las Olimpiadas de Pekín en 2006, la Expon mundial Shanghai 2010 y demás encuentros importantes, la actividad logística del país va a entrar en un período de rápido desarrollo.

Y detrás llegará la corriente de fusiones y alianzas, y será inevitable una nueva era de reorganizaciones y adquisiciones. Por un lado, habrá divisiones y reunificaciones, las empresas de poca capacidad económica



En China, los servicios a medida se encuentran en etapa de gestación

enfrentarán la quiebra o serán absorbidos por otras, y las compañías fuertes "arrasarán con todo". Por otro lado, el mercado estará más dividido y especializado, sólo quedarán bien parados las que encuentren un nicho específico acorde con sus características.

Sin embargo, las especialidades no están suficientemente clasificadas. Las técnicas y equipamientos en las líneas de producción todavía son ideadas por estudios de diseño industrial tradicionales, con muy poca participación de diseñadores especializados en logística. Esto se ve

reflejado en muchas líneas de producción con diagramaciones deficientes al conjunto funcional, en la falta de flexibilidad y lógica en los equipamientos, de fluidez en la ruta de movimientos de productos, y en cuellos de botella creados por problemas de superficie física.

A partir de estos últimos años, con la formación del mercado comprador las empresas nacionales tienen grandes esperanzas en mejorar la administración de la logística interna y bajar los costos. Por un lado, las firmas multinacionales con fábricas en

Porque los negocios siempre se piensan en grande.



Vehículos Comerciales Mercedes-Benz. La mejor opción para tu negocio.



► Sentir el respaldo de un líder donde sea que vayas, con la cobertura de red más amplia del país. Sentir la libertad de poder elegir cualquier camino, porque antes pudiste elegir entre la línea más completa de Camiones y Sprinter. Sentir que la tecnología avanza para que avances vos, con la mejor performance y el menor costo operacional. Sentir todo el confort y la seguridad Mercedes-Benz. Sentir que llegaste.



Para cualquier consulta, llame al 0-800-66-MERENZ (62369) www.mercedes-benz.com.ar



Mercedes-Benz



China manifiestan grandes necesidades de servicios eficaces y especializados y son una base importante para promover el desarrollo de la logística china. Por otro lado, con la expansión del mercado, las empresas nacionales que lograron ser competitivas sobre la base de mejoras continuas, están empezando a probar y aprovechar los servicios a medida.

Las empresas especializadas y los servicios diversificados lograron crecer -sobre todo en las actividades de agentes de cargas

y distribución comercial, dando inicio al desarrollo del servicio integral sistemático e inteligente; compañías logísticas internacionales están arribando a China para satisfacer la demanda, y las empresas tradicionales de transporte, almacenamiento y mayoristas exportadoras se están convirtiendo en empresas logísticas y se modernizan.

Actualmente, nuestros operadores logísticos de servicios a terceros tienen funciones únicas, con muy poco valor agregado; el 85% de sus ingresos proviene de servicios básicos como transporte y almacenamiento. Los otros, los servicios de valor agregado, de informática y servicios contables de apoyo a la actividad no alcanzan el 15%.

Hasta hace pocos años, ni siquiera existía en el idioma chino un ideograma con el significado de la palabra logística. Poco tiempo después de la adhesión del país a la Organización Mundial de Comercio (OMC), China tiene un sector logístico que crece con rapidez gracias a la apertura frente a la inversión extranjera y el impulso del Gobierno, que es consciente de la importancia que tiene esta actividad para sostener -literalmente- el crecimiento económico.

Informe de Worldwide Logistics China provisto por Outland Logistics para La Nación. Traducción: Alejandro Zhang, por gentileza de la Cámara de la Producción, la Industria y el Comercio Argentino-China, www.argentina.org

Con el impulso de las empresas mixtas

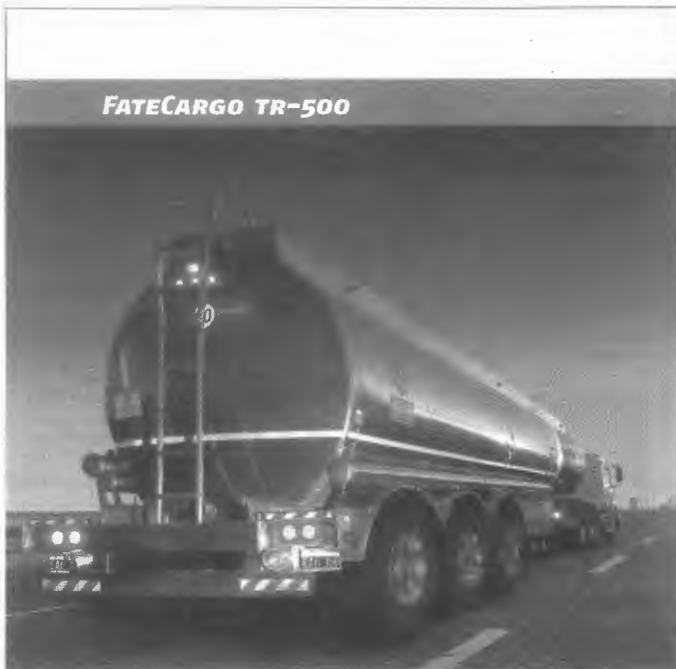
La tercerización de operaciones logísticas, que crece velozmente en los países occidentales, empieza a ser importante también en China. Este esquema consiste en delegar la parte débil de la empresa a un tercer actor para concentrarse en las áreas competitivas. Eso permite mejorar la productividad y la calidad de los productos, responder al cliente en forma más rápida y aumentar su satisfacción y fidelidad. En definitiva, la tercerización no sólo facilita aumentar las ventas, sino que también mejora la imagen institucional. Por eso, los operadores logísticos deben perfeccionarse para lograr adaptarse a las necesidades específicas de las empresas sin pretender abarcarlo todo.

En este contexto, tras el ingreso de China en la Organización Mundial de Comercio (OMC), empresas logísticas extranjeras desembarcaron fuertemente en este mercado. Al mismo tiempo que llevaron grandes competencias, también permitieron grandes oportunidades de cooperación y desarrollo. Compañías internacionales como FedEx Express, UPS, DHL y TNT, entre otras, llegaron al país asiático con modernas tecnologías y gran experiencia profesional. Las ventajas competitivas de esas multinacionales serán un gran desafío

para las aún tiernas empresas logísticas chinas.

Sin embargo, las firmas mixtas -integradas por capitales chinos y extranjeros- ya ofrecen servicios logísticos, de contenedores y el transporte entre la parte continental del país y la Región Administrativa Especial de Hong Kong. En cuanto a las participaciones en las sociedades mixtas, en general, la china es la que tiene mayor parte. Buscar un socio adecuado y realizar diversas formas de cooperación resultó ser la más realista y eficaz opción para las empresas extranjeras al momento de iniciar y desarrollar sus actividades allí.

Pero el verdadero reto no proviene de las compañías extranjeras, sino de las empresas chinas, de modo que si una firma competidora gana la oportunidad de formar una sociedad con una extranjera se consolidaría en el mercado, sumando mayor participación y transformándose en una seria amenaza para los demás jugadores. Por eso, las empresas logísticas de China deberán aprovechar las oportunidades que les dio el ingreso de su país en la OMC de buscar activamente alianzas con empresas internacionales experimentadas, para lograr un salto en el propio crecimiento.



FATECARGO TR-500

Sólo un neumático. Sólo una marca.

www.fate.com.ar



El único Super Single fabricado en la Argentina. Con tecnología alemana y un diseño a la medida de nuestros caminos.

fate 
Tecnología en neumáticos