

| ESPECTACULOS EN VIVO |

Logística antes de que comience el show

Para lograr un traslado exitoso de equipos de luz y sonido se requieren disciplina, organización y capacidad de movilización

Por Andrés Asato

Para LA NACION

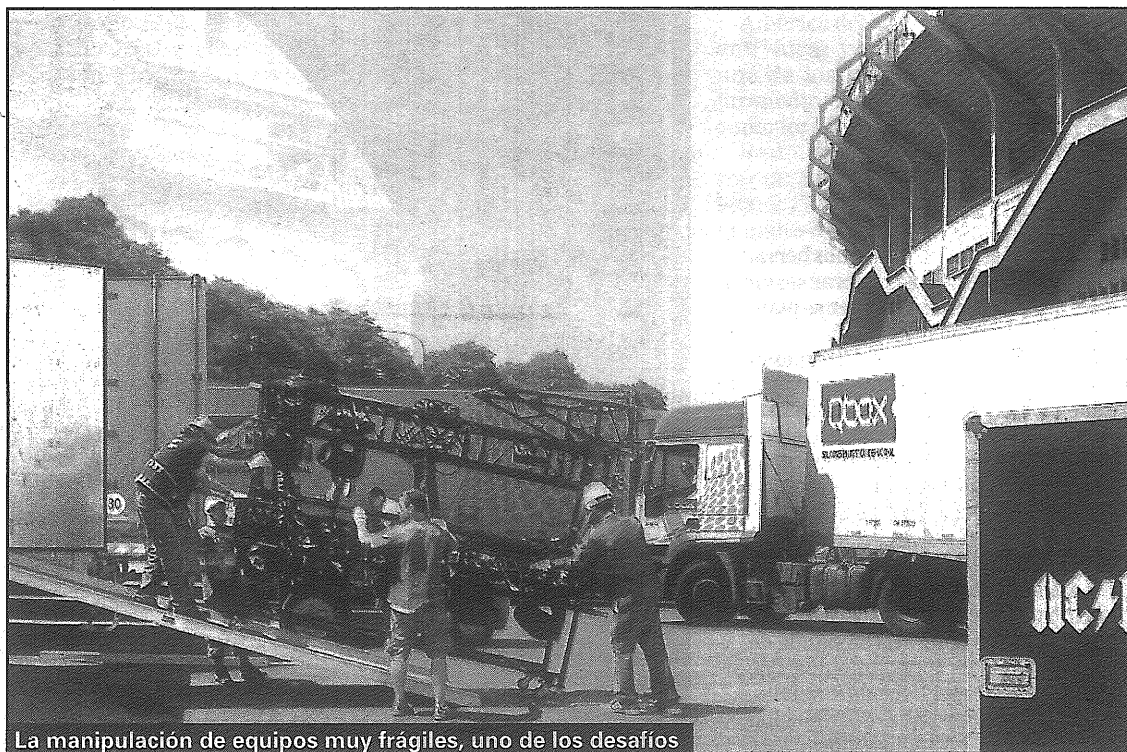
Adrenalina pura. Es la que descargan arriba del escenario los integrantes de la banda australiana AC/DC y que termina contagiando a un público que no se guarda nada. Pero antes que el show comience y la euforia se desate, la rueda mágica del entretenimiento obliga a sus organizadores a recordar las normas bíblicas del oficio que aconsejan "no correr, no desesperarse y estar siempre un paso adelante".

Qbox, una empresa de origen argentino dedicada al transporte internacional terrestre, vivió la experiencia de trasladar los equipos audiovisuales de AC/DC y The Killers, quienes en diciembre del año pasado se presentaron en Buenos Aires. Elegida por Waiver, la empresa brasileña especializada en logística para eventos, su contrapartida local movilizó más de 30 furgones exclusivos con capacidad para transportar 750 toneladas en equipos, luces y pantallas, que consumieron 30.000 litros de combustible y 480 neumáticos.

"Nosotros también, durante todo el operativo previo que implica salir de un estadio y llegar a otro lo vivimos con mucha intensidad. Pasamos el tiempo que dure el traslado pegados al celular", confía Germán Canteros, líder manager de la empresa Qbox, cuya tarea comprendió el retiro de la carga de los equipos de la banda australiana en el estadio Morumbi, de San Pablo, y la entrega en el estadio Monumental de River Plate, en un tiempo de 72 horas.

—¿Cómo ve al sector de la logística de entretenimientos y que diferencias observa con la logística en general?

—En principio me gustaría aclarar que desde nuestro lugar es mejor



La manipulación de equipos muy frágiles, uno de los desafíos

hablar de transporte de logística de espectáculo, ése es el término correcto.

Nuestra experiencia en los trabajos de AC/DC, The Killers y The Police nos permitió acercarnos a este segmento como un verdadero desafío y creo que parte de ese desafío se da en las diferencias sustanciales que tiene con el transporte de la logística de mercado en general. Los tiempos son más acotados, la preparación de los camiones es otra y la sincronización entre cada parte del equipo de trabajo es sin duda fundamental.

Tiene que haber un trabajo en conjunto muy fuerte entre la empresa organizadora (Waiver en este caso) y la de transporte. Para eso se necesitan varios días previos de reuniones para pulir cada parte del traslado. Se trata de operaciones grandes, complejas y precisas. Lo fundamental es contar con la cantidad de camiones disponibles y la posibilidad de prepararlos para las características específicas que tienen los equipos que se transportan



Germán Canteros, de Qbox

Estas operaciones son grandes, complejas y exigen mucha precisión; es clave la disponibilidad de camiones apropiados

en estos casos. Es importante manejar los tiempos de salida entre camiones así como contar con un importante seguro.

—¿Dónde se encuentran las mayores limitaciones o dificultades en este tipo de operaciones?

—Al igual que en el transporte logístico en general, sin duda el estado de las rutas es clave en el transporte de logística para espectáculos. En esta última experiencia de AC/DC hemos notado que la realización de la doble mano en algunos tramos de las rutas nos ha facilitado realmente la tarea. Siendo que la conexión terrestre con Brasil, de donde vienen muchos de los shows, es la ruta 14, los trabajos que actualmente se están haciendo para convertirla en autopista van a ayudar mucho, no solo en este rubro sino para todo el comercio.

—¿Cómo planificaron la hoja de ruta para el traslado de los equipos?

—La experiencia de AC/DC arrancó con el primer día llevando los 30 camiones al Estadio Morumbi de San Pablo. Una vez terminado el show hicimos la carga de los furgones, que llevó aproximadamente 5 horas. A medida que los camiones estaban cargados se les realizó el

primer abastecimiento y, por un tema de seguridad y logístico, se fueron liberando en grupos de 4 o 5 camiones. De las grandes ciudades salieron con custodias para mayor seguridad. Se realizaron monitoreos online las 24 horas a través de nuestro sistema satelital, con reportes cada 2 horas.

El cruce de frontera se realizó por el puente que une la ciudad de San Borja, Brasil, y Santo Tomé, Argentina, y una vez que arribaron a las respectivas aduanas y realizaron los trámites correspondientes, se les hizo en nuestra planta de Paso de los Libres el segundo abastecimiento. Luego continuaron el viaje para Buenos Aires.

Los camiones fueron siempre con una distancia de 45 minutos a 1 hora, para seguir las normas de seguridad que nos aconseja la Gendarmería. Cinco de los furgones fueron adaptados con suspensión neumática para el traslado de los productos frágiles. Ya en Buenos Aires, gente de nuestra empresa acompañó el ingreso al estadio de River.

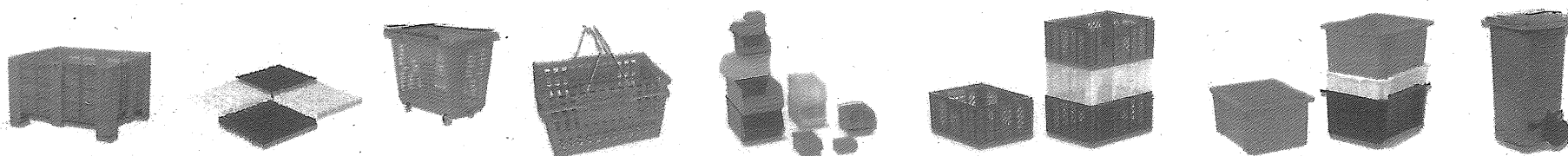
—¿Cuáles son las perspectivas del sector logístico para 2010 y de este rubro en particular?

—Sin dudas, el sector logístico y de transporte va a seguir marcando una tendencia en crecimiento en los próximos períodos. Los altibajos de la crisis mundial quedaron atrás y se está empezando a sentir una lenta recuperación del sector.

Ante la alta demanda —Qbox se hará cargo próximamente del traslado de los equipos del Cirque du Soleil—, creemos que a futuro lo importante es seguir incorporando servicios. Siempre pensando en poder brindar algo más, superarnos en nuestras propias expectativas. Con esta idea es que venimos sumando algunas divisiones a las del transporte clásico.

Una es esta de transporte y logística para espectáculos y otra es la de transporte consolidado, lanzada el año pasado. En dicha área ofrecemos un servicio de Transit Time de 72 horas y la posibilidad de cotizar y reservar online el servicio. La idea a futuro es poder seguir ampliando nuestras ofertas al cliente, con nuevas alternativas y comodidades acordes a la competencia del mercado.

Gelhorn
Fortaleza plástica



www.gelhornplasticos.com

Av. Triunvirato 2999 - (1427) Cap. Fed. Tel. 4553-5262 mail.: ventas@gelhornplasticos.com.ar