



A. ALVAREZ

se ajusta todos los meses, buscando la mayor exactitud posible. A partir de eso, se estima la capacidad a nivel logístico, que se traduce en tres frentes: volumen, el personal que se va a demandar, entre el fijo y el contratado, y el transporte para distribuir", consignó.

Controles

Productos refrigerados, jugos frescos o embutidos también marcan durante el verano. Según Carlos Rewerski, director Comercial de la División de Refrigerados & Co-Packing de iFLOW, "los desafíos tienen que ver con una correcta trazabilidad, tracking permanente de temperatura y calidad de servicio, cumplimiento de plazos y horarios en un entorno complejo de tránsito y avatares propios de la entrega en ciudades grandes".

"Un aspecto importante es el manejo o no de temperatura. El estrés de temperatura es un factor fundamental del verano, lo que nos obliga a redoblar esfuerzos tanto en las tareas de los centros de distribución

como en el transporte, el cual es monitoreado en forma permanente", agregó Germán Morales, coordinador comercial de iFLOW.

La firma, que opera una variada gama de productos en estacionalidades diferentes en cada rubro, posee "una distribución capilar amplia en Área Metropolitana de Buenos Aires, llegando a más de 700 bocas de supermercados y mayoristas, por lo menos dos veces por semana y a más de 9000 clientes minoristas una vez por semana".

Rewerski especificó que la organización de la logística requiere "de un estudio de Ingeniería sobre los recursos a aplicar. Entre los temas a revisar está la estacionalidad. Depende de cada operación, pero en general se trabaja con algo de capacidad ociosa el resto del año de tal manera de tener los recursos necesarios y capacitados en el pico de la actividad". A su vez, aclaró que, ante necesidades adicionales a las planificadas, ya tiene a mano planes alternativos para cumplir con los objetivos. ●

BUENAS PRÁCTICAS

FORMACIÓN Y CONTROL: MENOS ACCIDENTES

"La industria del juicio se dio de una manera muy importante en este último período. Desde 2011 estamos trabajando fuertemente desde nuestra cámara, también a través de la Federación Argentina de Entidades Empresarias de Autotransporte de Cargas, y junto a la Superintendencia de Riesgos de Trabajo, para crear políticas de control y de capacitación para los trabajadores", dijo Juan Aguilar, presidente de la Cámara Empresaria de Autotransporte de Bebidas (Cedab). "De esta manera -agregó- buscamos tener un mejor contexto laboral en relación con los accidentes de trabajo." Luego señaló que la Cedab creó un manual de buenas prácticas. "Todas las empresas agrupadas tienen acceso a este manual para que trabajemos de una manera equitativa y estandarizada. Con estas acciones con la superintendencia, más el trabajo que hizo cada empresa internamente, se logró bajar el nivel de accidentología". Aguilar añadió: "Hemos mejorado nuestra política de seguridad en el trabajo y detectado los focos donde se generaba esta industria del juicio, que denunciamos a las autoridades correspondientes". Y destacó que gracias a esa iniciativa conjunta entre distintas entidades y empresas se logró "bajar el ausentismo haciendo una gran tarea con el sector gremial. Los juicios laborales no siempre son causados por accidentes de trabajo". La Cedab, con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, está conformada por 16 empresas y agrupa aproximadamente a 6000 trabajadores. Cuando faltan pocos días para que la cámara cumpla 11 años, Aguilar sostuvo que, además de la pérdida de volúmenes transportados, existe un "costo laboral excesivamente alto" para el rubro. ●

TEMPORADA ALTA

LA LLEGADA DEL VERANO RECALIENTA LOS CIRCUITOS DEL HELADO



Los camiones recorren más de 200 millones de km al año HELACOR

Alejandro Busquetz, gerente de Compras y Abastecimiento de Helacor, propietaria de Grido, enfatizó que "durante el verano el principal cambio es que todo lo que se venía almacenando en las cámaras tiene que salir a distribución a las franquicias. Hay menos viajes punto a punto de planta a cámaras y mayores viajes cortos, de cámaras a franquicias. En ese período, el porcentaje en personal y vehículos de distribución crece en la empresa entre un 30 y 40 por ciento. Para hacer frente a su infraestructura de producción, la fábrica cuenta con más de 500 trabajadores, mientras que se ocupan indirectamente cuatro personas por cada franquicia -que suman alrededor de 1400-, además de 500 proveedores aproximadamente. En total, se estima que da trabajo a 8000 personas. Por lo pronto, las expectativas de ventas acompañan a la empresa. Recientemente, indicó Busquetz, la firma cerró su "segundo cuatrimestre con un cumplimiento del plan 100%, lo que significa un mayor crecimiento con respecto a la temporada anterior". La historia de Grido puede remontarse a una heladería. El local era atendido por Lucas Santiago, que de forma continua buscaba estrategias para desarrollar la industria del helado y fomentar el consumo de ese producto. Ahí surgió la idea de comenzar con las franquicias, que fue el

modelo de negocios que eligió la empresa para desarrollarse. Inició sus operaciones en 2001, con 10 heladerías y una producción anual de 100.000 kg de helados. Según cuenta Sebastián Santiago, gerente comercial de la empresa, el objetivo de alcanzar las 50 heladerías se cumplió en el término de dos años y no tardó en llegar a las 500 franquicias. Su primera planta industrial fue de 100 m², luego pasó a otra de 1000 m², y ahora está en una de 12.000 m². Dado las cifras actuales de la firma y el alza del mercado local, todo indica que la producción seguirá creciendo. Hoy, Helacor, a través de su marca Grido tiene presencia en 600 localidades. Es considerado el principal productor de helados del país y encabeza la cadena de heladerías en América Latina. Son 37 los camiones diarios que salen de la fábrica con destino a las franquicias, que recorren más de 200 millones de kilómetros al año. A través de una flota de vehículos tercerizada y operadores logísticos, se transportan 36 sabores helado a granel, además de postres, bombones, palitos y tortas. Según Sebastián Santiago, uno de los ejes clave para su despegue fue apostar a comercios de barrios, atendidos por sus propios dueños, "con un producto de calidad a precios accesibles". La franquicia más austral está ubicada en Ushuaia, a 4000 km de la de Tilcara, en Jujuy. ●



EXPO TRANSPORTE
CAMIONES - BUSES - UTILITARIOS
11ª Exposición Internacional de equipamiento y tecnología del autotransporte de carga y pasajeros



EXPO LOGISTI-K
13ª Exposición Internacional de Equipamiento, Tecnología y Soluciones para la Logística, el Flujo de Información y la Cadena de Abastecimiento

Planifique su participación : sùmese

18 al 21 - Septiembre de 2018 - La Rural Predio Ferial de Buenos Aires

patrocinado por



FADEEAC
El Transporte de Carga

auspiciado por



ARLOG

auspiciado por



MHI

auspiciado por



UNLATA CARGAS