

VISION DE LOS EMPRESARIOS I

Para el transporte, la crisis lleva seis meses

El conflicto entre el Gobierno y el campo adelantó los efectos de la crisis en el país, aceptaron directivos del sector logístico; la creatividad, clave para superar la situación

La crisis económica internacional golpeó a la Argentina seis meses antes que al resto de los países, debido al conflicto entre el Gobierno y el sector agropecuario que se inició hace más de un año, según observaron directivos del sector logístico durante el primer desayuno del año, que convocó la Asociación Argentina de Logística Empresarial (Arlog).

El director de Supply Chain del grupo Carrefour en Argentina, Hernán Zavaley; el director de la consultora Miebach Fernando Balzarini, y el gerente general de Furlong, Martín Furlong, coincidieron en marcar la gravedad de la situación, a la que se resistieron de denominar crisis, buscando marcar diferencias con la que afectó al país en 2001.

Al respecto, Zavaley explicó que el grupo francés caracterizó la crisis financiera internacional como de "desaceleración" de la actividad económica y agregó que "respecto de la de 2001 esta es una situación bastante diferente, estamos muy lejos de llegar a aquellas condiciones".

Furlong, sin embargo, precisó que "si bien no es la crisis de 2001, la actividad ha caído 15 por ciento. Pero, insisto, en el sector automotor hace ocho años había un mercado de 90.000 unidades y hoy es de 450.000; las empresas estamos con otra solidez y tenemos menos deudas" detalló.

Con la intención de dar una explicación sobre cómo se encontraba el sector logístico, Balzarini dijo que "se ha producido una desaceleración que generó mayor disponibilidad de depósitos y transportes pero no es aquella crisis de 2002. Lo que ocurrió ahora fue que veníamos creciendo a tanta velocidad que el fre-



no puede parecer mucho mayor".

Zavaley precisó que su empresa diseñó "un escenario con 10 por ciento menos de volumen. Ahora, nos vamos a preparar para cuando esta desaceleración pare y aprovechar, entonces, este valle para el momento de despegue, cuando habrá un cliente más exigente en cuanto a calidad, disponibilidad y se dará una guerra de precios".

Explicó que "el conflicto con el campo hizo que, desde el año pasado, en Carrefour nos comenzáramos a preparar para una situación de crisis". Al respecto, Balzarini graficó que "la disputa con el agro nos dio a los argentinos seis meses de entrada en calor al costado de la cancha, antes de salir a jugar esta crisis junto con el resto del mundo".

Otra consecuencia del conflicto con el agro que observó el director de la cadena de supermercados fue

que "se está produciendo una mayor oferta de operadores vinculados con el campo para algunas rutas del interior. No deja de ser atractivo, porque llegan a bajar hasta 25% los costos, pero el riesgo es que no puedan mantener el servicio".

Presión sobre los costos

A lo que Furlong observó que "en el sector no hay márgenes de 25%. Por eso, es claro que esos transportistas se están comiendo otros costos y, con esos viajes, están subvencionando otro tipo de servicios. Pero no puede haber seguridad de que puedan dar una buena cobertura o mantener la oferta en el tiempo".

Tras indicar que "desde el punto de vista de las empresas grandes hay mucha presión sobre los costos", Zavaley relató que "para paliar la crisis redefinimos la política comercial y estamos desarrollando un nuevo for-

mato bajo la marca Carrefour Mini, con locales de 200 metros cuadrados" y agregó que "desde el punto de vista logístico, estamos profesionalizando nuestro centro de distribución y no hubo deterioro de volumen".

Por su parte, Furlong aceptó que la crisis afectará a las empresas "pero con un poco de creatividad se puede pasar; por lo que hay que anticiparse en la toma de decisiones. Nosotros hace años comenzamos una diversificación, dejando el 70 por ciento en el sector automotriz y 30 por ciento en el sector logístico", pero enfatizó: "No vamos a sacrificar rentabilidad para ganar negocios".

Balzarini convocó a "compartir recursos, fortalecer y fomentar el trabajo en equipo y acotar las opciones de soluciones sencillas a las más lógicas" y observó que "en el mundo, en general, se puede observar una tendencia a mejorar las cosas juntos, pero en Argentina todavía encontramos grupos y así se pierden las posibilidades de superar la coyuntura. Por eso, hay que insistir en el trabajo en equipo, con mayor solidaridad y confianza".

En otro sentido, Zavaley y Furlong coincidieron en que una de las ventajas de los operadores logísticos nacionales era el conocimiento del mercado y, en especial, "el trato con los sindicatos", tras lo cual Balzarini advirtió que, pese a la crisis, "en la Argentina hay una mística generalizada de proteger la fuente de trabajo".

Sin embargo, elogió lo que definió como "un cambio de actitud de parte de los sindicalistas, no se da aquella actitud de barricada de años anteriores. Pareciera haber una posición más reflexiva. Es bueno porque hay que superar esta situación difícil entre todos".

Redacción Expotrade

BREVES

BANCO CREDICOOP

Menor tasa de leasing

El Banco Credicoop decidió bajar la tasa de interés para operaciones de leasing, a un máximo del 15% anual variable para nuevas operaciones, medida que fue difundida por Carlos Galetto, responsable del área de esa entidad, en declaraciones a Radio Transporte. Explicó que el nuevo índice está dirigido a "empresas con convenios, ya sea productoras o comercializadoras de camiones", entre las que mencionó a Iveco. Galetto reconoció que si bien el leasing creció "notablemente desde 2003 hasta fines del año pasado, luego se retrajo la demanda al bajar la producción y la comercialización de camiones".

MICHELIN

Reacomodamiento

El grupo Michelin anunció que este año se "centrará en la gestión de su efectivo para optimizar la gestión del programa de producción y reducir la erogación de capital". Previene inversiones que rondan los "700 millones de euros, que se destinarán en forma prioritaria a la continuidad del desarrollo en los mercados con gran potencial de crecimiento". Por otra parte, en la Argentina también continuarán invirtiendo "mediante nuevos lanzamientos de productos para distintos mercados y manteniendo la estrategia de expansión de su red de revendedores".

OPTI-TIME

Tecnología para la ruta

Un software que opera sobre sistemas de información geográfica y cartografía digital para resolver la mejor ruta y garantizar el mayor nivel de eficiencia en la asignación de recursos será presentado du-

Entre los beneficios de los cursos previstos para hoy y mañana, en el 8º piso de Callao 1033, en la ciudad de Buenos Aires. Se trata del Tour Solver, diseñado para evaluar y planificar rutas de distribución. Además de la reducción de kilómetros y de recursos utilizados, reduce sustancialmente los tiempos de planificación, según se difundió.

LTM
Logística Total Mensajería

LTM-WP Transportadora de negocios
Trabajamos en Anticipamos a las necesidades de nuestros clientes, superando sus expectativas en la prestación del servicio de transporte terrestre Internacional

Oficina Buenos Aires Tel 4307-1419/0960 • comercial@ltm.cc
WWW.LTM.CC
LTM - Proveedor de Servicios Logísticos y de Transporte Terrestre Internacional

LA NACION

Transporte & Logística
AVIACION | DISTRIBUCION | ARRENDAMIENTO

PUBLIQUE SU AVISO
(011) 4779-5300 tyl@expotrade.com.ar

YOUR ENTRANCE TO A MULTI-BILLION DOLLAR MARKET

14-16 APRIL 2009 15th Edition

TRANSAMERICA EXPO CENTER • SÃO PAULO • BRAZIL

Sponsorship LOCALFRIO MARIMEX

MORE INFORMATION: 55 11 4689-1935
info@intermodal.com.br / www.intermodal.com.br

INTERMODAL SOUTH AMERICA 2009

Organization United Business Media