



NEGOCIOS SOBRE RUEDAS
25 al 28
Noviembre 2009
La Rural - Buenos Aires

7ma Exposición Internacional de Equipamiento y Tecnología del Autotransporte de Cargas y Pasajeros

CONTACTO: (54 11) 4779-5300 - transporte@expotrade.com.ar - www.expotransporte.com.ar

Patrocina
FADEEAC
el Transporte de Cargas

Organiza
EXPOTRADE

Community Link
deNexos

Auspician
Celedi

| SOFTWARE |

Contra la crisis, más tecnología

Para el especialista Alejandro Nieto, la adopción de nuevas herramientas permite estar mejor preparados

Por Graciela Cañete

Para LA NACION

“La crisis es una oportunidad para mejorar las operaciones logísticas y tomar decisiones para cuando llegue la recuperación”, afirma el especialista Alejandro Nieto, director de consultoría Infor, compañía estadounidense de software de negocios. La aplicación de herramientas tecnológicas contribuye a la gestión de la cadena de suministros, la atención al cliente o el manejo de los inventarios.

“La diferencia entre esta crisis y las anteriores es que es global, por lo cual tiene una mayor complejidad. En América latina, estamos acostumbrados a devaluaciones, conflictos sindicales, al estancamiento de la economía y sus consecuencias políticas, pero lo que no habíamos vivido es una crisis global con una repercusión inmediata en algunos países de la región. Esto demuestra nuestra vulnerabilidad y la necesidad de estar permanentemente anticipándonos a distintos escenarios”, sostuvo Nieto.

Ante la debacle, las empresas necesitan revisar el funcionamiento de las distintas áreas para introducir mejoras, detectar los temas que no están incluidos en la agenda, pero que son prioritarios, incrementar la productividad y también buscar oportunidades, señaló el especialista. Y una de las áreas en la que deberían detenerse es la logística, a la que muchas empresas no le prestan la debida atención.

“Esta crisis es una oportunidad para la logística, se pueden mejorar las operaciones y así lograr un im-



Alejandro Nieto, de Infor

pacto en la rentabilidad, la competitividad o en el crecimiento de las compañías”, aseguró Nieto. Aquí se debe estudiar cómo disminuir los tiempos de entrega, la contratación y administración de la flota de transporte, planear las rutas de manera eficiente, el manejo de los inventarios, la operación de los centros de distribución.

Agregar valor

En las empresas que cuentan con camiones y depósitos propios es el momento de evaluar la conveniencia o no de desprenderse de estos activos para hacerse de recursos y tercerizar las operaciones. A su vez, los operadores logísticos deben identificar estos movimientos, brindar servicios diferenciados y agregar valor.

Aun en la incertidumbre, las empresas deben plantear posibles escenarios y analizar cómo reaccionarían frente a cada uno de ellos. Por ejemplo, si una empresa deci-

de cerrar uno de sus centros en la región, necesita examinar cómo se distribuirá la mercadería, si se ahorran costos o, por el contrario, se generan gastos adicionales, si habrá demoras en el envío de los productos. “Hay que cuantificar los costos y los beneficios de cada decisión. Si no somos ágiles, flexibles, eficientes, si no conocemos los mercados es difícil responder y ser competitivos”, puntualizó Nieto.

La tecnología aporta diversas herramientas para la gestión, indicó Nieto, y explicó: “Posibilita operar en tiempo real, anticiparnos a las necesidades de los clientes, reaccionar rápidamente, planificar, ser precisos en la ejecución. En el caso de Infor, lo que hacemos es escuchar al cliente y diseñar un software para atender sus necesidades, ya sea en la gestión de la cadena de suministros, en el manejo de almacenes o en las finanzas”. También en tiempos de preocupación por el medio ambiente, la tecnología le permite a una empresa saber si puede reducir el consumo de combustible y las emisiones de carbono.

Hay una relación directa entre el uso de tecnología y la escala económica, por lo cual es mayor la adopción en los países desarrollados, y en la región, Brasil, México, Chile, la Argentina, Colombia, Costa Rica son algunos de los que la están incorporando.

“Tener una actitud pasiva frente a la crisis y no hacer nada esperando a que termine es la peor actitud. Es casi suicida, porque ya hay otras compañías que están trabajando para cuando llegue la recuperación y así quedarán mejor posicionadas. Cuanto más preparada esté una empresa mejor atravesará el temporal”, concluyó el especialista.

Eficiencia en la distribución de productos de consumo masivo

Por Andrés Asato

Para LA NACION

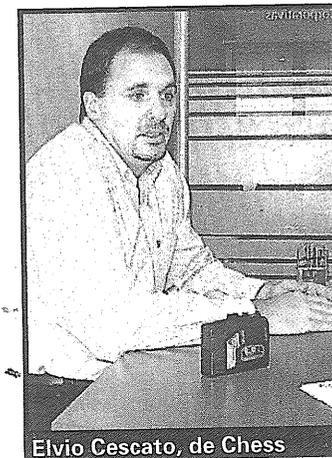
Chess Desarrollos Informáticos es una compañía argentina que brinda soluciones para la logística de productos de consumo masivo. Entre sus clientes están Aguas Danone, Imbev (Quilmes/Pepsi), Energizar y Kodak. Con sede en Rosario, fue fundada en 1990 y ofrece herramientas para gestionar el costo de transporte, la distancia recorrida por los vehículos y la cantidad de vehículos empleados para un mismo trabajo. Elvio Cescato, gerente de la firma, destaca la importancia de la tecnología en la reducción de costos.

—¿Cómo reaccionó el sector frente a la retracción del mercado?

—Aunque aún no estemos sintiendo sus efectos más fuertes, los argentinos parecemos expertos en esto y ya hemos dado pruebas de recuperarnos mucho más rápido de lo que se podía esperar, pero no es bueno que nos acostumbremos a estas situaciones. En nuestro caso, las empresas se quedan con la sensación de que la actualización no es una opción, pero cada nueva generación de equipamiento ofrece velocidades, capacidades o nuevas prestaciones que no se pueden obviar y que incluso reducen costos.

—¿Cómo se reducen los costos operativos de la distribución?

—La clave está en el empleo de una herramienta, Geodistribuir, que fue ideada para recorridos de corta distancia y pensada para productos de consumo masivo. El ahorro en las rutas urbanas se genera, básicamente, porque al optimizar el recorrido y consolidar la carga se permiten más paradas por viaje y menos tiempo recorrido. De alguna manera el pe-



Elvio Cescato, de Chess

so recae en un sistema que muestra cuál será la mejor distribución del día, optimizando todos los recursos. El producto que utilizamos permite controlar mediante alertas ejecutivas por vehículo y por depósito la distancia, el volumen ocupado, la cantidad de puntos de venta y de comprobantes, el peso de la carga y la disponibilidad de stock, entre otras cosas.

—¿Estar lejos de Buenos Aires les resta operatividad?

—Lo que intentamos desde el interior es reducir costos sin desprendernos de los recursos humanos que tanto cuesta captar y capacitar. Con empresas como Danone, por ejemplo, venimos hasta Buenos Aires, vemos los proyectos y los discutimos en Rosario. A lo mejor se siente estar algo lejos de donde se presentan las oportunidades, y los negocios no te pasan por al lado. Nacimos como una pyme y mi impresión es que tenemos que seguir así, buscando transformarnos como toda empresa tecnológica en jugadores de nichos.



NUESTRA MISION:
SU EXITO

WWW.DHL.COM.AR

DHL
SUPPLY CHAIN