

# transporte & logística

Esta sección es una producción de LANACION Y EXPOTRADE | [www.lanacion.com.ar/comercio-externo](http://www.lanacion.com.ar/comercio-externo)

## Eduardo Bastitta.

### “Tenemos que ir saliendo de la cuarentena”

El CEO de Plaza Logística dice que hay sectores que no resisten; por otro lado, en su rubro se crean tres empleos por cada uno que se destruye en otros mercados

Texto **Alejo González Prandi** | REDACCIÓN EXPOTRADE



Con distinta suerte, los segmentos de la logística en el país están atravesando un período de fuertes cambios. Esa transición abarca desde el desafío de ser competitivos –o, por lo menos, sobrevivientes– en tiempos de pandemia hasta la adopción de las tecnologías que demanda un acelerado avance del e-commerce causado por la aparición del Covid-19.

Para Eduardo Bastitta, CEO y cofundador de Plaza Logística, la logística argentina es protagonista de una verdadera revolución. El comercio electrónico no hará más que ganar terreno hasta transformar por completo el escenario al que estaban acostumbrados em-

presarios, operadores y usuarios de la actividad.

El año pasado, el sector fue marcado por la inauguración del primer gran centro de distribución de Mercado Libre desarrollado por Plaza Logística, dueña de seis parques logísticos ubicados en el área metropolitana de Buenos Aires. Ese hecho, según Bastitta, comenzó a otorgar a las implementaciones vinculadas al e-commerce un nivel de escala, intensidad y eficiencia que no tenía hasta entonces. “Ese proceso se profundizó fuertemente durante la cuarentena, pero no se puede hacer en 30 días lo que no se realizó en dos o tres años. Igualmente, el foco de las compañías apuntó a desarrollar este segmento, que

#### Solidaridad

Plaza Logística, que es parte de la iniciativa solidaria #SeamosUno, puso a disposición 14.000 metros cuadrados en el parque logístico en Esteban Echeverría. Allí todos los días se agrupan alimentos, se confeccionan cajas y es el punto de partida para la distribución.

venía muy demorado en la Argentina”, dijo el directivo.

**P** – ¿Cuál es hoy la situación de la logística?

**R** – Antes de la cuarentena, ya estaba en medio de una transformación muy profunda en todo el mundo. En la Argentina, tuvo un cambio relacionado con el crecimiento de la actividad vinculada a las operaciones de comercio electrónico. La logística del e-commerce entró en el período de aislamiento con un nivel de preparación muy superior al que tenía un año antes.

**P** – ¿Cómo evalúa la reacción y actuación del sector en este contexto?

**R** – El sector tiene un rol preponderante y heroico para el abastecimiento. Desde el inicio, entendí que le tocaba una misión importante y cumplió con las expectativas. Además, tuvo un gran reconocimiento. La gente tomó dimensión durante la cuarentena de que es un desafío que lleguen los productos.

**P** – ¿Cómo están impactando los efectos de la cuarentena en los diferentes segmentos?

**R** – Es muy desigual, en general, negativo. Las operaciones del área automotriz, textil o gastronómica están muy golpeadas. Hay otras que no tanto, como el consumo masivo o farmacéutico. Luego, como decía, están las de e-commerce que tuvieron un incremento, aunque no fue fácil por la cantidad de protocolos que se tuvieron que empezar a cumplir, además de capacitar personal. Hubo mucho miedo entre los operarios. La información no llegaba o era de forma poco clara.

**P** – Si es como dicen que en toda crisis hay una oportunidad, ¿cuál es la oportunidad de esta crisis?

**R** – Si fuera así en la Argentina estaríamos llenos de oportunidades. Pero conceptualmente es muy cierto. Toda transformación implica una crisis porque las cosas tienen que cambiar y siempre hay golpeados. El cambio de una logística más intensiva de comercio electrónico tiene la virtud de tener pocos impactos negativos. Estudios de Public Policy Institute, en Estados Unidos, miden que se generan tres empleos en la logística de e-commerce por cada uno que se destruye en los mercados comerciales. Además, genera un impacto muy positivo en la economía, inversiones o implementación de tecnología. Claramente brinda grandes oportunidades.

**P** – ¿Qué pasos se deberían dar para que los rubros perjudicados recuperen sus niveles históricos de actividad?

**R** – Es un desafío muy grande que tiene el Estado para entender cómo salir de la cuarentena. Debe ser el foco principal y hoy lo es. Las medidas tomadas son tendientes a una reactivación con todos los cul-

dados del caso. Para que los daños económicos no sean irreversibles, tenemos que ir saliendo de la cuarentena porque hay sectores que no lo están resistiendo y cuando una empresa quiebra es un daño irreversible para la economía y la sociedad.

**P** – Pasada la pandemia, ¿cuáles serán los desafíos?

**R** – La nueva logística vinculada a las operaciones de e-commerce abarca todos los sectores. Lo que va a ocurrir en la Argentina es que todos los rubros van a empezar a transformarse en ese sentido porque estábamos muy retrasados respecto al resto del mundo. La revolución logística que está ocurriendo sin duda iba a llegar a la Argentina. Lo que está haciendo la pandemia es acelerar este proceso. Es un cambio que llegó y vino para quedarse.

**P** – ¿Y esa revolución se sustenta sólo en la cantidad de empresas que se sumen al e-commerce?

**R** – Es un círculo virtuoso. El volumen hace que sea mejor negocio y que más operadores logísticos entren en el sector y empiecen a desarrollar nuevas empresas vinculadas al comercio electrónico. Esto hace que los tiempos de entrega se aceleren, sean más previsibles y la escala logra que el servicio sea cada vez más barato. Como la gente lo usa cada vez más, el volumen aumenta y el nivel de servicio mejora. Las tiendas virtuales lo van a empezar a usar cada vez más. Si este año estábamos planificando volúmenes de los 100 millones de paquetes, probablemente el año próximo se muevan entre 130 o 140 millones.

**P** – ¿Cómo fue la adaptación en Plaza Logística desde el 20 de marzo?

**R** – Cada uno de nuestros parques tiene todos los protocolos implementados y consensuados con los clientes. Tuvimos un trabajo muy interesante al compartir experiencias, sobre todo en los primeros días de la cuarentena. Nos sirvió mucho tomar mejores prácticas de algunas empresas que pudimos replicar.

**P** – ¿Crearon nuevos proyectos para acompañar a los clientes?

**R** – Hemos desarrollado varias iniciativas destinadas a los procesos de transformación de sus empresas. Son caminos largos, pero también entretenidos e interesantes. Nos lleva años de relaciones hasta que el potencial cliente toma la decisión de dar el paso y reconvertir sus operaciones logísticas. Entre esas iniciativas, están trabajos de consultoría hasta la creación del primer centro de capacitación de operarios de logística en el país, junto con la Asociación Argentina de Logística Empresarial. El desarrollo del e-commerce a requerir una capacitación específica, que es bastante diferente a una operación logística tradicional. ●

**LOG-IN**  
#3PL #FARMA

NUEVOS PARQUES INDUSTRIALES  
**PLAZA INDUSTRIAL**  
VENTA Y FINANCIACIÓN DE LOTES  
☎ (+54911) 5662-0060

economía

DOMINGOS  
CON TU DIARIO

NUNCA DEJEMOS DE GOVERNOS.