

Este aviso fue diseñado en una computadora entregada por *scania*.



El conductor es la columna vertebral del negocio del transporte.

Cuando diseñamos y fabricamos los más avanzados, eficientes y seguros camiones del mercado, el foco siempre está puesto en la persona detrás del volante. Por ello, para mejorar las habilidades de manejo y la seguridad, y crear una red de transporte sustentable y amigable con el medio ambiente, Scania creó la competencia Mejor Conductor de Camiones de Argentina, donde cada conductor debe probar que es el mejor en su profesión. La tercera edición de la competencia ya está en marcha. Seguinos.

www.scania.com.ar



EXTRAVIDA

BRIDGESTONE

Standard Bank

HERMANN

MAXION

PLANETA CAMION

FPT

| RADIOGRAFIA SECTORIAL |

El negocio de los operadores logísticos

Un exhaustivo informe destaca tres tendencias: especialización, integración y regionalización

domésticos representan casi dos tercios del mercado, los forwarders e integradores son poco más de una cuarta parte en forma conjunta, y los aeroexpresos ocupan la porción restante. Se trata de un mercado maduro, que presenta múltiples competidores con capacidades asimilables y ofrece un bajo margen unitario.

● Incremento en el número de empresas que migran su *core business* hacia la integración de ámbitos doméstico e internacional (transformándose en integradores), aunque la tendencia aún es embrionaria. Otra forma de diversificación se observa entre los operadores postales líderes (correos y couriers), hacia la logística liviana, donde logran sinergias con los recursos y *know how* desplegados en paquetería postal aprovechando las economías de escala en el uso de sus extensas redes de distribución. Para los correos, la diversificación es hacia la logística liviana doméstica, basada en pequeños envíos, generalmente de productos de alto valor unitario y/o elevada criticidad (electrónica, fármacos, muestras biológicas, vinos finos, material para eventos, etcétera). Contribuye a su desarrollo el auge de las empresas (B2C) que comercializan vía *e-commerce* y *telemarketing*.

● Desde los años 90 se da una regionalización del sector en el ámbito del Cono Sur latinoamericano, a partir del crecimiento en participación de operadores multinacionales en el mercado argentino y regional, con foco en los segmentos vinculados al comercio exterior (forwarders, aeroexpresos e integradores). Se observa además un particular proceso de internacionalización de algunos operadores domésticos líderes, de capitales nacionales, hacia

Un estudio sectorial de la consultora Claves Información Competitiva resume las principales características del negocio de los operadores logísticos (los denominados 3PL, abreviatura de *Third party logistics provider*), su situación actual y perspectivas. De ese trabajo, se destacan tres tendencias principales: especialización como estrategia de diferenciación en un mercado maduro; integración de las operaciones domésticas e internacionales, y regionalización del negocio en el ámbito del Cono Sur. Las principales conclusiones del trabajo son las siguientes:

● En 2009, el negocio de los operadores logísticos representó apenas el 6,4% del conjunto del gasto logístico generado en el país. Esto se debe a su ínfima participación en logística de *commodities* (sobre todo de la cosecha de granos, cuyo movimiento está en manos de pymes del transporte), mientras que por fuera de esos productos la operatoria se ve limitada por los servicios autoprestados y los tercerizados en transportistas y operadores 2PL (transporte y almacenamiento). Para 2010 se estima un crecimiento en el giro del negocio cercano al 16%.

● La estructura de la oferta se compone de un heterogéneo grupo (unos 75 operadores), clasificados según su *core business* en operadores domésticos, integradores, forwarders y aeroexpresos. Los

16%

crecimiento

Este año, se prevé un incremento en el giro del negocio del orden del 16%. La evolución del sector está directamente vinculada a la situación económica general.

4%

rentabilidad

La rentabilidad sobre las ventas se ubica en ese porcentaje, aunque es bastante mayor en términos de patrimonio neto por el apalancamiento en la tercerización de activos.

75

operadores 3PL

El sector, que abarca a los prestadores de servicios tercerizados, está compuesto por ese número de firmas.

6,4%

market share

Por su casi nula participación en la logística de *commodities*, el sector sólo abarca ese porcentaje del gasto logístico total.

Los números del sector

el resto de la región, intensificado desde 2000.

● La rentabilidad sobre ventas se ubica en torno al 4%, aunque resulta bastante mayor en términos de patrimonio neto, ya que el sector típicamente trabaja apalancado a partir de la tercerización de activos.

● El sector es marcadamente procíclico, ya que su nivel de actividad es muy dependiente respecto de la performance de la economía en su conjunto. El ciclo económico incide principalmente de dos modos: por un lado, determina el nivel de actividad de los procesos logísticos de la economía toda; por el otro, influye sobre la propensión a tercerizarlos en 3PL (en particular respecto de la logística doméstica).

● En logística doméstica, el principal condicionante para 2010 desde lo coyuntural surge de los crecientes problemas para transferir aumentos de costos a precios, a partir de un contexto altamente inflacionario. Al ser mercado de bajo margen, ese desfase comprime aún más la rentabilidad.

● En cuanto a la concentración del mercado, las primeras cinco firmas del ranking (en orden alfabético: Exologística, Gefco, Grupo Andreani, Grupo Cargo y Grupo DHL) dan cuenta del 40% del giro del negocio, pero hay marcadas diferencias en cada uno de los segmentos. Mientras que en el joven segmento de integradores sólo participan cuatro grandes firmas, el segmento ya maduro de operadores domésticos alberga 35 empresas entre las cuales las cinco líderes representan el 49%. Otro segmento maduro, el de forwarders, presenta una concentración del 58% en torno a los cinco primeros competidores, sobre un to-

tal de 24 integrantes. El segmento de los aeroexpresos se encuentra altamente concentrado en manos de las cuatro multinacionales líderes, y las primeras cinco empresas capturan el 82% del share.

Entre los operadores domésticos se destacan firmas de capitales nacionales en el tope del ranking de share, lo que demuestra la alta calidad de servicio lograda por las empresas locales, que compiten directamente con grandes corporaciones multinacionales.

Entre los segmentos que experimentarán mayor crecimiento, se destaca el de operadores integradores. Otro segmento que se espera que crezca por encima de la media es el de los aeroexpresos, debido al incremento del negocio y el constante desarrollo de nuevos servicios. Se prevé una tendencia a la concentración en el ámbito del forwarding a favor de los forwarders e integradores líderes. Entre los operadores domésticos, las empresas continuarán sus esfuerzos por aumentar la propuesta de servicios de valor agregado sobre la base de un determinado perfil de especialización.

● En todos los segmentos la competencia seguirá siendo intensa y continuará privilegiando el desarrollo de factores que contribuyan a la diferenciación y que eviten la commoditización de los servicios básicos. A corto plazo, persistirá la presión de costos derivada de la inercia inflacionaria macroeconómica, así como su dificultad para transferirlos a precios, manteniendo comprimidos los márgenes de rentabilidad. A largo plazo podría esperarse una mejora. La escasez de superficies logísticas potenciará la necesidad de inversión en esos activos.



"FELICITAMOS AL SUPLEMENTO POR 6 AÑOS DE BUENA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES"



www.cruzdelsur.com.ar

CRUZ DEL SUR