

JOSE PEDRO BATTAGLIERO S.A.



BROKER DE SEGUROS

Una Solución Integral en Seguros para el Transporte de Mercaderías

Terrestre, Marítimo, Aéreo, Intra - Expo Transporte Local Complementario y Camión

Coberturas Otorgadas por Compañías Aseguradoras de primer nivel internacional

Avellaneda 445 2º Piso - C1047AAJ - Buenos Aires, Argentina - Tel.: (54-11) 4393-9884 / 4326-5584 - www.battagliero.com.ar - josepedro@battagliero.com.ar

ICAPACITACION I

Cómo enseñar logística

El director de Cailog, Pablo Doregger, propone integrar los temas desde la primera clase

Logística es más que la suma de transporte, gestión de stocks, distribución física internacional y gestión de depósitos, entre otros ítem. Como ciencia de la administración, explora permanentemente los vínculos entre esas disciplinas y las integra. Este paradigma de gestión articula una gama de actividades más amplia.

Muchas veces, la solución para un problema de una disciplina se encuentra en otra. "Así, el stock de seguridad disminuye si reducimos el tiempo requerido para procesar un pedido y transportarlo; el dimensionamiento de un depósito parte de analizar los inventarios; transportar productivamente requiere disminuir las demoras en la carga y la descarga que se generan en depósitos y centros de distribución, y la forma en que operan estas relaciones deben ser la materia de estudio", afirmó Pablo Doregger, director de la consultora en capacitación Cailog.

"La logística no debe ser enseñada por especialistas en uno u otro asunto, sino «de punta a punta» por logistas. No se trata de transmitir módulos de inventarios por un lado, tecnicismos de distribución internacional, por otro, y más adelante tecnología de depósitos, y esperar que milagrosamente todo eso se integre en la mente de quien se forma. De entrada hay

que mostrar las vinculaciones entre un tema y los restantes", agregó.

En cuanto a la formación en la especialidad en nuestro país, Doregger marcó luces y sombras. "Los profesionales en logística son, en general, muy capaces. Pero conservan una visión fragmentada que los encierra en los paradigmas de su empresa y no les permite ejercitar toda su creatividad."

Sin embargo, la capacitación es imprescindible "para tomar las decisiones acertadas, que

TENDENCIAS

"Los cursos tradicionales pierden terreno frente a la formación in company (que permite adecuar los contenidos y métodos a las necesidades específicas y a la cultura empresarial) y frente a la formación semiempresarial y a distancia", sostiene Doregger.



tengan en cuenta las mejores prácticas y la realidad cotidiana, que no se aíslen en paradigmas, y que permitan integrar las disciplinas diversas que forman la logística y aquellas que tienen un campo de aplicación más amplio, pero que son utilizadas por los logistas, como calidad, productividad y gestión de proyectos, por ejemplo", sintetizó el especialista, uno de los introductores de la enseñanza de la disciplina en la Argentina.



La ciudad de Buenos Aires: un set de filmación

Movimientos detrás de cámara

La realización de comerciales para televisión demanda servicios especializados

Por Carmen Bustos Peralta
Para LA NACION

Tres chicas muy provocativas, con sus cabellos radiantes al viento, conversan mientras caminan por una callecita de veredas angostas. A sus espaldas, una maratón de hombres, entre mozos con bandejas, deportistas, obreros y ejecutivos, se golpean entre sí para llegar al trío. Esta escena se verá en televisión como parte de una publicidad de champú.

Sin embargo, si se abriera la imagen, saldría a la vista otra multitud: más de cien personas que, entre cables y equipos varios, se mueven cual hormiguero para hacer su trabajo en el tiempo previsto. Es que en esta industria, la planificación logística también es clave, como en cualquier actividad que requiera poner un producto o servicio en el lugar y momento indicados.

A partir de la idea -plasmada en un guión- se pone en marcha un cuidadoso plan de acción en el que intervienen múltiples proveedores. Estar en tiempo y forma es un requisito imprescindible para cada uno de los que se involucran en la producción, ya que el gran condicionante en términos económicos es el factor tiempo.

"Cómo será de importante la grabación que los comerciales se presupuestan por días de filmación. Por eso hay que tener todos los detalles acotados con anticipación para que el día del rodaje vaya todo sobre ruedas. El plan de filmación, los horarios de la ciudad, la gente, los camiones, los proveedores, todo", explicó José Arnal, socio y productor ejecutivo de Ladoblea, empresa que el año último ganó el premio Martín Fierro por la publicidad "Quilmes Osvaldo".

La logística implica cumplir paso a paso y cronológicamente el

story board (especie de guión con horarios y dibujos de las tomas por realizar); de lo contrario, el riesgo será la pérdida de las horas de luz diurna.

Si bien "cualquier empresa o persona que ofrece servicios es susceptible de ser nuestro proveedor", como dijo Gonzalo Agulla, socio de la misma Ladoblea, entre los recurrentes están: motorhomes, camiones que transportan cámaras, luces, utilería y otros también para producción; empresas que proveen de handies y comunicación; los que se encargan del catering y la seguridad, entre otros.

A veces, los desafíos son grandes, muy grandes: "Para un comercial que filmamos en Punta del Este transportamos desde Buenos Aires un puente enorme que parecía de cemento pero que, en realidad, era de utilería. Era junio y en Uruguay soplaban un viento fortísimo, así que lo vigilábamos todo el día. Incluso de noche", contó Sebastián Miguens, director de producción de la misma realizadora, que tuvo a cargo el último comercial de Ford Focus.

AURELIA CAMIONES

IVECO Aurelia

TORTUGUITAS Panamericana de S

RETIRO - PTO MADRID

UNIN - 65

Tel: (03377) 444100

Fax: 4315-3033 3313

Tel: (03373) 420046 81 91