

El titular de GSI Argentina destacó los adelantos tecnológicos en favor de una logística, que acelera su ritmo de inversión

## Alejandro Rodríguez. “Hay que adaptarse a las demandas del cliente”

Texto **Alejo González Prandi y Eduardo Pérez** Redacción Expotrade

**E**n esta carrera, el que se distrae pierde. La competencia de las compañías crece día a día para que los productos lleguen de forma más directa y rápida a su destinatario. En este contexto, la tecnología tiene un rol fundamental para aumentar el nivel del desarrollo del comercio electrónico y la mejora en la calidad de información de las mercaderías. Para Alejandro Rodríguez, presidente de GSI Argentina, los procesos de identificación de los datos tienen un futuro alentador para los próximos años.

### A más de 30 años del código de barras, ¿cómo estamos y hacia dónde vamos?

—Pasamos de trabajar con códigos de barras que daban una sola información a los actuales códigos que ampliaron la capacidad de registro. Hoy más que nunca necesitamos calidad en los datos, estar en constante desarrollo y viendo cuáles son las nuevas tecnologías. Lo más fuerte es el crecimiento del comercio electrónico, que en las dos próximas generaciones va a ser su modelo de compra. No se pensará en ir a un lugar físico para una primera averiguación de la compra. Gracias a la omnicanalidad el usuario va a elegir distintas aplicaciones y formas para llegar al producto. Vamos a una logística que es “la entrega a dónde sea”.

### En el país, ¿cuál es la situación de la omnicanalidad?

—En esta etapa de transición, las empresas están trabajando muy fuerte en este concepto. Se desarrollaron distintos tipos de entrega, como el retiro en tienda o la entrega directa

al usuario. Inclusive, hay empresas que ya tienen sus áreas de omnicanalidad. También hay compañías de venta física donde el dos o tres por ciento se opera por internet, mientras que en algunos supermercados las operaciones virtuales supera la de algunos de sus principales locales. En Argentina, ya hay dos eventos importantes en el año que ayudan a que se potencie las ventas por la web.

### ¿Cómo influyen las nuevas tecnologías en la logística?

—El depósito tradicional no creo que desaparezca. Sí debemos adaptarnos a las demandas del cliente que busca recibir la mercadería en forma distintas y en tiempos más cortos. Hay muchas experiencias a nivel mundial. De todo lo que se está probando, vemos qué es lo mejor para traer. En otros países, existe la entrega a través de drones. Pero siempre va estar el placer y la experiencia de querer tocar el producto.

### ¿Qué iniciativas hay en marcha para el transporte?

—Tenemos mucho que trabajar en ese sector. Hoy no sólo es importante tener información sobre el camión, sino también sobre la mercadería. Uno de los desafíos es cómo desarrollamos sistemas de seguimiento de transporte y de productos con una seguridad informática y patrimonial que no se pueda jaquear ni que su información sea utilizada para el delito.

### ¿En qué proyectos están en GSI?

—El objetivo de GSI es trabajar en la identificación y trazabilidad, generando estándares, procesos y soluciones para mejorar los negocios en la cadena de valor. Entre otras cosas, estamos trabajando en nuestro catálogo elec-



trónico de datos y con los proveedores en la calidad de la información. También tenemos un proyecto que se llama SmartSearch, que se trata de estandarizar el proceso de los datos para ser cargados en la red, a fin de que los clientes encuentren lo que necesitan, a través de los motores de búsqueda.

### ¿Eso implica un cambio en el concepto actual de la logística?

—La logística tiene un proceso de transformación importante. Se va a dar una adaptación en los distintos puntos de distribución y de entrega. También se va a generar una competitividad en las comodidades que ofrecerán las empresas para el retiro de los productos.

### ¿Por qué se desarrollan nuevos códigos?

—Hay códigos bidimensionales que permiten agregar más información, por lo que los seguimientos, identificaciones y la trazabilidad son mucho mejores que el código de barras. Después hay desarrollos como el RFID u otras aplicaciones de identificación que también se conectan vía wifi. Por ejemplo, los envases van a tener una codificación a través de

cual van a transmitir el estado del producto. **¿Cómo se están adaptando las empresas logísticas a este tipo de tecnologías?**

—La inversión que hay por parte de estas empresas es muy grande. El desarrollo en logística va a ser muy fuerte en equipamiento y software. Se está pensando mucho en la automatización para garantizar la exactitud en la preparación de los pedidos, en el caso que la mercadería lo permita.

**Algunos adelantos que ocurren en el mundo parecen muy lejanos para la realidad local, ¿se podrá achicar esa brecha?**

—En primero lugar, no siempre se puede traer todo. Además, para cada producto hay una solución distinta. Una importante cadena de farmacias está por inaugurar un centro de distribución totalmente sistematizado para la parte de productos masivos. Eso hace cuatro o cinco años no era previsible. Si bien siempre estamos un poco atrasados con respecto a la logística europea o estadounidense, hay un desarrollo importante que se va a potenciar en los próximos años. ●

**NOS AVALA MÁS DE 1.000.000 DE M2 EN OBRAS LOGÍSTICAS.**



[www.bautec-sa.com](http://www.bautec-sa.com) [www.cmpestructuras.com.ar](http://www.cmpestructuras.com.ar)

**BAUTEC** OBRAS LOGÍSTICAS “LLAVE EN MANO”

PISOS INDUSTRIALES SIN JUNTAS

OBRAS INDUSTRIALES - LOGÍSTICAS  
SUPERMERCADOS - AGROPECUARIAS

ESTRUCTURAS METÁLICAS DE ALMA LLENA **CMP** ESTRUCTURAS

Quito 2618, 1º piso - Beccar - Buenos Aires - Tel 54 11 4719-1000 Fax 54 11 4719-6432 - consultas@bautec-sa.com - consultas@cmpestructuras.com.ar