

DEPOSITOS

Oferta y demanda de centros premium

La construcción de este tipo de facilidades creció en los últimos años, y aumentó en calidad y prestaciones

GRACIELA CAÑETE
PARA LA NACION

“Hasta mediados de año los metros cuadrados que se construyeron en centros logísticos premium se ocuparon. La vacancia es baja, pero es incierto cómo finalizará 2012. Las restricciones en el mercado cambiario llevaron a una postergación en la construcción de nuevos desarrollos; también en la demanda se prevé una desaceleración, aunque habrá compañías que aprovecharán este momento, en que muchos optan por esperar, para ocupar espacios a los que antes no hubieran accedido”, señaló Alejandro Badino, gerente general de Colliers International.

En la actualidad, hay 36 centros logísticos premium, que totalizan poco más de 1.000.000 de metros cuadrados, de los cuales el 78% se concentra en zona norte, el 19% en el Oeste y el 3% en el Sur, según un estudio realizado por Colliers International, que fue presentado en un reciente desayuno de la Asociación Argentina de Logística Empresarial (Arlog).

Entre Tigre, Malvinas Argentinas y Esteban Echeverría, se alcanza el 73% de los metros cuadrados en centros premium, y entre otras localidades en las que más se construyó se encuentran Escobar, Hurlingham, Zárate, Avellaneda, San Justo, Campana, Pilar, Moreno.

“El mercado creció en forma sostenida desde fines de los 90, en especial en los últimos cinco años. El incremento fue tanto en inversiones como en la demanda. Y la demanda es cada vez más exigente, lo que lleva a una construcción de mayor calidad”, señaló Badino. En el estudio se estima que en el segundo semestre se agregarán unos 170.000 metros cuadrados a la oferta; son unos siete emprendimientos, de los cuales cuatro son nuevos y tres, ampliaciones de lo ya construido. La vacancia se mantuvo baja en el último tiempo, y en la actualidad es de 3,5%, unos 36.000 metros cuadrados.

Un centro logístico es considerado premium cuando tiene altura de techos superior a los 8 metros, pisos de hormigón de alta resistencia, *dock le-*

velers, hidrantes, oficinas de soporte, entre otros. “Para construir un centro logístico premium se requieren importantes inversiones, y los inversores los destinan a renta. La mayoría recurre a capital propio, el 86% son jugadores nacionales, un 3% son extranjeros”, indicó Badino.

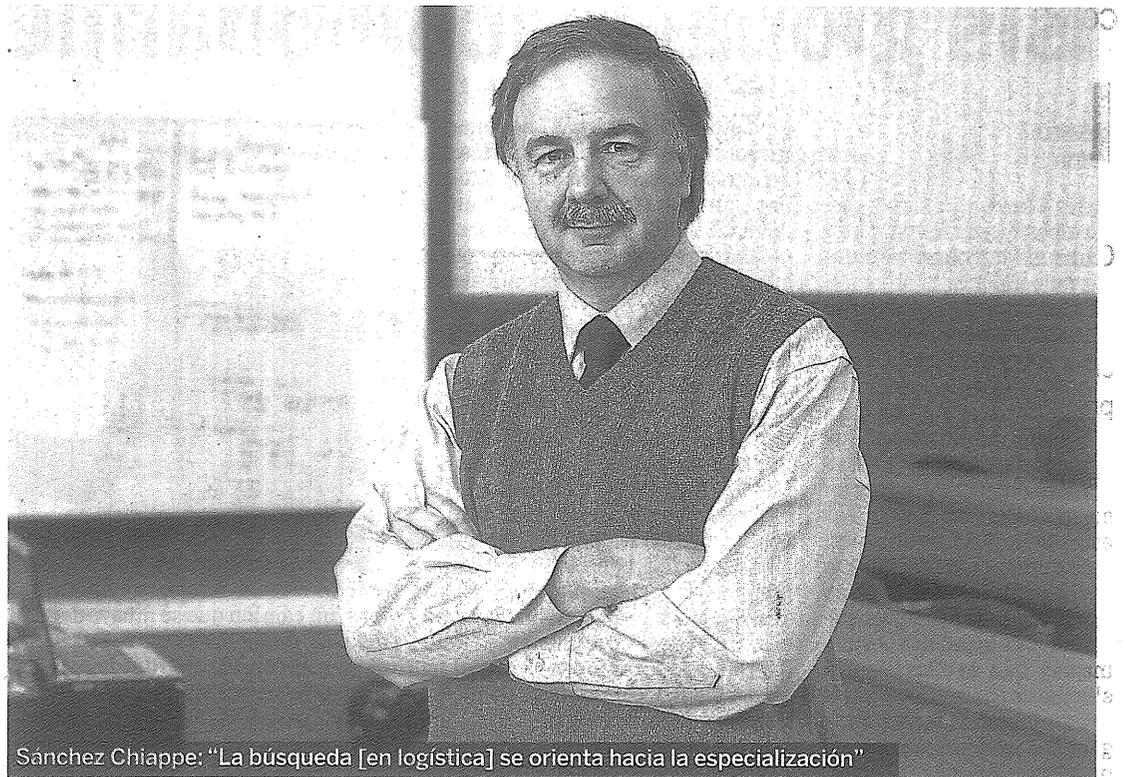
El precio promedio de alquiler registró un aumento cercano al 6% anual en dólares, y pasó de US\$ 2,5 el metro cuadrado en 2004 a US\$ 7,5 en 2012. “La variación en los precios no fue significativa en los últimos tres años, y por la inflación es improbable que disminuyan”, afirmó el directivo. Las diferencias en los precios de alquileres entre zona norte y oeste alcanzan al 30%, en tanto que en el Sur, llegan al 50%. Además de la zona, pesan en el precio el mayor equipamiento en instalaciones contra incendios, la cercanía a rutas y accesos, pedidos de *dock levelers* adicionales, oficinas o cámaras de frío”, amplió.

Ocupación

En cuanto a la demanda, el 45% de la superficie está ocupada por operadores logísticos, seguidos por supermercados y empresas de productos de consumo masivo, industria automotriz, textil, química y laboratorios, electrónica, entre otros.

Por su parte, Roberto Mollo, gerente comercial de la constructora Hormetal, otro de los expositores en el desayuno de trabajo de Arlog, señaló que “las estructuras metálicas fueron ganando terreno en la construcción. Son flexibles, livianas, permiten mucha iluminación, un mejor aprovechamiento del espacio, y el tiempo de finalización de la obra con este sistema es menor respecto del sistema tradicional”. Los centros logísticos son uno de los principales demandantes de la construcción con estructuras metálicas, indicó, pero también la industria, los supermercados mayoristas, el agro.

“En el mercado se observa una desaceleración de la demanda, se postergan proyectos”, señaló Mollo. Agregó que el incremento en los valores de los terrenos en la zona norte llevó al aumento de la construcción en el Oeste y Sur.



Sánchez Chiappe: “La búsqueda [en logística] se orienta hacia la especialización”

PATRICIO PIDAL/AFV

CAPACITACION

Cómo desarrollar la cadena

Para empezar a estudiar, el caso de la Escuela de Supply Management & Logística (IEEC)

LILIANA IGLESIAS
PARA LA NACION

Las tendencias en capacitación logística surgen de las inversiones que realizan los centros certificadores como The Association for Operations Management (Apics), The Supply Chain Council (SCC) o The Institute for Supply Chain (ISM), entre otros.

Según Ignacio Sánchez Chiappe, director de la Escuela de Supply Chain Management & Logística (IEEC), nadie puede competir con estas asociaciones porque, en algunos casos, la cantidad de recursos monetarios que se invierte en investigación y actualización de contenidos en materia de logística y cadena de abastecimiento excede los 5 millones de dólares anuales. Sobre este tema dialogó con LA NACION.

—¿En qué basa IEEC sus programas?

—Nuestros cursos y programas están basados en certificaciones profesionales que convalidan nacional e internacionalmente un estándar reconocido y aceptado de conocimiento. A partir de esto, se puede lograr una unidad de conceptos y vocabulario común entre las empresas, los proveedores y los clientes.

Además, el alumno podrá contar con las actualizaciones en los contenidos que se dictan y debido a que los exámenes no están regionalizados puede estudiar en nuestra escuela y rendir el examen en España, por citar sólo un ejemplo.

—Actualmente, ¿qué fortalezas se requieren en el área logística?

—Hoy cada vez más se está pidiendo tener foco en algo; la búsqueda se orienta hacia la especialización. Lamentablemente, muchas empresas han desaparecido y “el generalista”, es decir, aquel recurso humano que respondía por todos o casi todos los procesos dentro de esas empresas, se siente amenazado porque va perdiendo terreno para insertarse nuevamente en otras empresas.

—¿Hay que tener formación universitaria para cursar?

—No, necesariamente; porque una de las características de nuestro trabajo es permitir que gente que no tiene formación universitaria o de posgrado, pueda acceder a un diploma de contenido internacional que puede ser validado en el exterior.

—¿Cuál es el enfoque en la enseñanza?

—Es distinto respecto de aquel de hace 20 años; hoy, estamos convencidos acerca de la importancia que tiene desarrollar el concepto de cadena de valor y a partir de eso, lo primero que enseñamos, es a planificar, a tomar decisiones. Estamos muy atentos al avance de la tecnología, especialmente al de las comunicaciones y, en este sentido, se brindan las herramientas para que los mandos medios puedan y sepan comunicarse horizontal y verticalmente.

—¿Cuáles son las herramientas que se aplican?

—Una herramienta de software: *supply chain operations reference* (SCOR), que es fundamental para el mapeo de procesos y la selección de indicadores. No tiene sentido vincular al alumno con una determinada tecnología porque

por los constantes cambios que atraviesa, quedaría obsoleta en poco tiempo. Para nosotros, los sistemas y las herramientas sirven y se pueden aprender, pero hacemos hincapié en lo conceptual, en la cadena de valor.

—¿Qué opina del poder de las redes sociales?

—Hoy un *retailer* pierde poder frente a los usuarios porque son ellos los que opinan sobre el producto; estamos transitando desde una cultura del *marketing driven* [dirigida por el mercadeo] a una que es *market driven* [dirigida por el mercado]. Esto es así porque, en definitiva, el que manda es el mercado.

—¿Cómo se llamará el próximo programa?

—*Business Excellence*. Es un programa único en la Argentina, que está diseñado para enseñar al alumno a manejar los conceptos operativos tales como mapear procesos y flujos de información en la supply chain. Además, le otorgamos la herramienta de software de SCOR. La duración es de 6 semanas y está orientado para todo tipo de empresas de bienes y servicios sean pymes o multinacionales.

—¿Van a trabajar con casos específicos?

—Sí, el alumno podrá traer un problema práctico y desde ahí nosotros le enseñamos a usar el software para que implemente el concepto aprendido para solucionar el problema y luego se lleve el software.

—¿Qué le aportará al alumno?

—Una estrategia puntual para todas las operaciones que se llevan a cabo dentro de una empresa.

LA NACION | Sumese al proximo numero! Especial a distribuir en el XXIº Encuentro Arlog

Transporte & Logística

PUBLIQUE AQUÍ SU AVISO

(011) 4779-5300

ARLOG ASOCIACIÓN ARGENTINA DE LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Fecha cierre: 18/09 Publica: 25/09