



en el hábito del cliente, detrás viene la cadena del negocio y detrás toda la cadena de abastecimiento en general".

Losada alertó que "no hay que olvidarse de los canales electrónicos porque es algo que está avanzando y creciendo los marketplace, lo que tiene un impacto enorme en logística. Abastecer a un comercio implica proveerle una lista importante de artículos y en cierta cantidad. En comercio electrónico se va a la dirección de cada persona con un artículo. La cantidad de compra de artículos por e-commerce en la Argentina está en alrededor de 1,5 unidades por persona, porque son para consumo personal".

"La solución de la logística propia por la misma empresa es posible si tiene un volumen importante y abastece comercios que compran grandes volúmenes, pero en la venta a consumidor final es posible que no haya empresa que tenga volumen suficiente que justifique resolver por sí misma la entrega a miles de personas de manera individual", dijo el especialista, y agregó que "eso justifica la aparición de operadores que resuelvan la logística de múltiples proveedores para muchos consumidores finales".

Hizo hincapié en que "es una logística que cambió, donde aparecen las plantas clasificadoras de paquetes, sorters que pueden clasificar, sistemas informáticos de cross docking que pueden administrar, sistemas de ruteo más relevantes, para que pueda combinar diferentes volúmenes, rutas y horarios de entrega en zonas urbanas. Además, en la Argentina la logística del e-commerce es mucho más cara que en Europa y los Estados Unidos".

El directivo de Escalá insistió sobre "el nivel de servicio porque el mundo tiende a commoditizarse. Hay que tener

un diferencial logístico. El nivel de servicio tiene que estar presente porque hoy las compañías muchas veces se quedan afuera por problemas de entregas. El mundo nos está educando tecnológicamente en la inmediatez".

"En Miebach --consignó Balzarini-- hicimos un acuerdo internacional con Llamasoft para hacer un estudio de redes de supply chain. Esto hace cinco años se hacía a mano; hoy, la tendencia es hacerlo mediante un software. En la Argentina, las empresas líderes con distribuciones masivas e intensivas de e-commerce ya están haciendo estudios complejos de redes que les permiten lograr una gran eficiencia. Tenemos un gran territorio con una concentración muy grande, pero en el e-commerce hay que tener una capilaridad total".

Indicó que "lo que para un consumo masivo es una ventaja de que con un recorrido promedio de 200 kilómetros se entregue 90% de la facturación, en el e-commerce es así, porque hay que recorrer 2000 kilómetros para lograrlo. Entonces, es necesario hacer estudios de red muy complejos y costosos. Por eso lo desarrollamos con una empresa especializada y no nosotros. En los últimos dos años esto está penetrando fuertemente en empresas líderes de sectores como la industria del petróleo y la del consumo masivo".

Consideró el directivo de la consultora de origen alemán que "esa es una herramienta fundamental para poder conectar los nodos. El fenómeno cadena son eslabones conectados; los eslabones son centros de distribución, bases de transferencia y las conexiones son el transporte, que puede ser terrestre, fluvial, marítimo. Si no mejoramos la infraestructura multimodal estamos condenados a morir".

COMPARACIÓN

EL LUGAR DE LA LOGÍSTICA EN NUESTRO PAÍS

Marcelo Martínez afirmó que "en la Argentina el nivel de entrega está muy alto porque la tecnología se está igualando en todo el planeta. En América latina, más allá de los ingresos per cápita de la gente o de la evolución logística de cada país, la inmediatez es un hábito que genera la tecnología". Agregó que en el mundo de la logística "los Estados Unidos y Europa están un par de escalones arriba respecto de América del Sur. Esto no quiere decir que no tengamos conocimientos, sino que hay cuestiones que hacen que no se pueda replicar. La masa crítica da un plafón para poder desarrollar la logística y la consultoría asociada".

José Luis Losada aceptó esa situación, pero explicó que "hay diferencias en cómo resuelve la logística en el hemisferio norte. Europa tiende más a la automatización y los Estados Unidos no tanto por su cultura de cerrar y abrir empresas o líneas de productos. La economía es más dinámica y la automatización congela en el tiempo y es menos flexible ante las variables de mercado". "Eso en la Argentina también hay que tenerlo presente, porque el país se caracteriza por tener mucha volatilidad y en poco tiempo cambia bastante. Con lo cual cuando se genera un proyecto la flexibilidad es una variable a tener presente. En el país la automatización tuvo etapas. Las hubo donde la mano de obra era muy barata y otras en las que era muy cara, además de que sindicalmente pueda ser restrictiva en determinadas cosas, lo que lleva a instalar automatización para minimizar la cantidad de personal involucrado. Eso genera determinada predisposición a tomar soluciones con más o menos tecnología", añadió.

Tras aclarar que no venden soluciones, pero que tienen contacto con los proveedores, Gustavo Di Capua indicó que "en el mundo se ve mucha más automatización, en la Argentina hay mucho desarrollo local, lo que es bueno porque le da al cliente una gama más amplia para elegir. En otros países están más acotados a lo que se ofrece a nivel internacional. Quizás en el país no esté toda la gama, pero se consigue".

Fernando Balzarini lamentó que la Argentina "en los últimos cinco años haya perdido el liderazgo en la región. Hay que recuperarlo, pero el mercado no acompaña, las reglas de juego cambian y se confunden problemas reales con situaciones sindicales o políticas. Entonces, todo se deforma. Eso hizo que se gastaran esfuerzos en bajar costos, en sobrevivir con lo que se podía. Hoy, no tenemos el liderazgo tecnológico y profesional que teníamos en los 90, cuando éramos líderes indiscutidos de México hacia el Sur: Hoy Chile, Brasil y México están mejor y la Argentina está al nivel de Colombia, que está en franco ascenso y nosotros estamos nivelados", añadió.

www.vwbusesycamiones.com.ar

Constellation 17.190

ANTICIPO

\$350.538

INCLUYE IVA

48 CUOTAS MENSUALES

\$20.705,33







Camiones

[/camionesybusesvw](#)
[VWCamionesBuses](#)

CET 9,9%. PROMOCIÓN VÁLIDA EN LA REPÚBLICA ARGENTINA VÁLIDA DEL 15/08/2017 HASTA EL 31/08/2017 O HASTA AGOTAR STOCK DE 15 UNIDADES. FINANCIACIÓN DE HASTA 70% DEL VALOR DE LA UNIDAD. PLAZO: 48 MESES. MONEDA: PESOS. SISTEMA DE AMORTIZACIÓN FRANCÉS. TASA NOMINAL ANUAL (TNA): 9,9%. TASA EFECTIVA ANUAL (TEA): 10,36%. COSTO FINANCIERO TOTAL (TNA) 9,9%. TEA 10,36%. EJEMPLO DE FINANCIACIÓN: PERSONAS JURÍDICAS PARA EL MODELO CONSTELLATION 17.190/48 AA: PRECIO SUGERIDO DE LA UNIDAD AL 15/08/2017 CON IVA INCLUIDO: \$1.268.459. NO INCLUYE SEGURO DEL VEHÍCULO, FLETE, IMPUESTOS NI PATENTAMIENTO. ANTICIPO: \$350.538. 48 CUOTAS MENSUALES PROMEDIO DE \$20.705,33. PRECIO TOTAL FINANCIADO: \$1.364.993,84. NO INCLUYE IVA SOBRE LOS INTERESES. NO INCLUYE VALOR DEL SEGURO DEL BIEN. SUJETO A CONDICIONES PREVIAS DE CONTRATACIÓN Y APROBACIÓN CREDITICIA POR PARTE DE BANCO INTERVINIENTE. PARA MAYOR INFORMACIÓN INGRESE EN WWW.VW.CAMIONESBUSES.COM.AR FOTO NO CONTRACTUAL. HERRAMIENTE ILUSTRATIVA. ORIGEN DEL VEHÍCULO: BRASIL. VOLKSWAGEN ARGENTINA S.A. AVENIDA DE LAS INDUSTRIAS 3100, GENERAL FALCÓN, PROVINCIA DE BUENOS AIRES.