



Diego Passeron (segundo desde la derecha), durante un encuentro del comité organizador

EXPOTRADE

ENCUENTRO ARLOG

Un alto para proyectar

Los empresarios de la logística analizarán cómo alcanzar la eficiencia para la competitividad, sin olvidar las urgencias del día tras día

La Asociación Argentina de Logística Empresaria (Arlog) convoca a un nuevo encuentro nacional que se desarrollará el 10 de octubre en el hotel Sofitel de Escobar. Diego Passeron, presidente de esta 22ª edición, adelantó que el enfoque de las exposiciones se centrará en "la idea de proyectar la logística hacia el futuro, en un entorno que nos permita separarnos de las urgencias del día tras día, para que la gente pueda pasar una jornada de capacitación".

Detenerse en la situación actual de la logística implica reconocer que el país quedó "muy atrasado, como casi toda América latina, en lo que es infraestructura; por ejemplo, en carreteras", señaló Passeron.

"Es bueno conocer las limitantes que tenemos para buscar soluciones y ser competitivos", acotó Raúl Garreta, miembro del comité organizador de la jornada, y advirtió que si bien "es difícil predecir qué sucederá en los próximos años, los costos hoy son muy altos y las empresas están viendo cómo mejorar y ser más eficientes en sus operaciones".

"El transporte es muy caro comparado con otros países, y mucho tiene que ver con las distancias que tenemos en la Argentina, con lo cual hay muchos productos donde los costos logísticos tienen un impacto muy grande sobre la facturación. Quien trabaja con productos de bajo precio se ve más comprometido. Esto se observa en los alimentos, en algunos productos de la construcción, las economías regionales y la agroindustria", detalló Garreta.

El empresario destacó que el costo logís-

tico está muy vinculado a los problemas de infraestructura. No obstante, consideró que hay que tratar de "predecir el futuro, porque los negocios hay que encararlos con visión de largo plazo".

Pablo Massuh, también del comité organizador, y Graciela Veleiro, gerente de Arlog, anticiparon detalles de la jornada que incluirá un análisis económico; un segmento sobre la eficiencia en las operaciones logísticas y su aporte a la competitividad, y una proyección sobre el sector hacia 2050. La jornada abarcará la situación de los recursos humanos; casos de éxito en el comercio electrónico y en el supermercado en Uruguay.

Respecto de la proyección hacia 2050, Veleiro reconoció: "Es un plazo bastante largo, pero el desafío es abrir la mente". Se trata de un trabajo que hicieron expertos internacionales en cinco escenarios: el que se presentará en Arlog es el de un mundo proteccionista, que podrá ocurrir en 2050 o en 2030 y que estará a cargo de Michael Kuchenbecker, especialista de Logistics Alliance Germany.

Pocos y caros

Acerca de los recursos humanos, Veleiro apuntó: "Es bastante difícil conseguir personal capacitado para las tareas logísticas o incluso no capacitado. El sector se ha venido complejizando porque, desde que el Sindicato de Camioneros ha intervenido en el área, la logística se ha encarecido".

Massuh observó que, sumado a las dificulta-

des para conseguir gente capacitada, hay mucha rotación: "La permanencia en el trabajo es muy corta porque la tarea logística es muy estresante, muy dinámica. Además, la fuente profesional es de ingenieros, especialmente industriales, y hay una merma en los egresos de carreras duras".

Experiencias

Sobre los casos de éxito, Garreta aseguró que a los socios "les gusta llevarse cosas prácticas; conocer cómo otros han resuelto situaciones parecidas. El caso de Uruguay es una apertura para ver no sólo lo que pasa acá, sino también en otro país de la región. En cuanto al comercio electrónico, Internet cambia aquello respecto de lo que estábamos acostumbrados".

Consultados sobre las inversiones en el contexto actual, Passeron opinó que la situación económica no ayuda, porque esos gastos se dan a largo plazo y en la Argentina se buscan retornos inmediatos. "Eso es lo que frena la adquisición de automatización o nuevas tecnologías, porque son desembolsos importantes", destacó.

Para Garreta, hay dos efectos: "Uno es que a las multinacionales les cuesta sacar el dinero del país, con lo cual muchas están invirtiendo en tierras o edificios; el otro es la problemática de las importaciones que hace que suban los stocks generales, y hacen falta centros de distribución y depósitos para guardarla".

Redacción Expotrade

E-COMMERCE

EL COMERCIO DIGITAL Y LA MAGIA

"Nadie puede dudar del rol que cumple la logística en el comercio electrónico. Como nos gusta decir habitualmente, el comercio electrónico es como la magia: para que se lleve a cabo, es necesario un buen truco, pero, más aún, un buen mago, y así nos sentimos los operadores logísticos", describió Alejandro Rinaldi, encargado del departamento de Nuevos Negocios del Grupo Andreani.

Rinaldi será uno de los expositores que en el Encuentro Nacional de Arlog se referirá a casos de éxito en el comercio electrónico y, al respecto, adelantó que el Grupo ha dado "grandes pasos en materia de desarrollo de servicios online para clientes", con una variedad de tiendas y aplicaciones.

"Es vital ser flexibles y estar a la vanguardia para adaptarse a los cambios. Desde hace varios años en Andreani venimos invirtiendo fuertemente en tecnología y sistemas", destacó el directivo.

El notorio crecimiento del comercio electrónico se refleja en los datos difundidos por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE): en 2012 se generaron ventas por 16.700 millones de pesos, con un alza del 44 por ciento, y se prevé que 2013 cerrará con un incremento del 49 por ciento.

"Esto significa que más de 10 millones de personas el año pasado compraron por Internet en la Argentina", destacó Silvina Reyes, gerente de Marketing y Comercio Electrónico de OCA, empresa que presentó hace unos días la solución EnvíosOCA.com eCommerce Solutions.

La herramienta desarrollada consiste básicamente en un programa que busca promover la generación de negocios entre los diferentes actores del ecosistema.

Reyes también expondrá en el encuentro organizado por la Asociación Argentina de Logística Empresaria, donde se referirá a otro caso de éxito: el producto Mercado Envíos, para el cual MercadoLibre eligió a OCA como su operador logístico en este servicio vía web. e

AMPLIAMOS NUESTRO PARQUE LOGÍSTICO DE ESTEBAN ECHEVERRÍA
20.000 m2 disponibles a partir de dic 2013

EXO LOGISTICA
A member of PSA GROUP

El Parque Logístico | 150.000 m2
más grande en Argentina | de depósitos

Consulte disponibilidad

(+5411) 5171-7600 • www.exo-logistica.com • comercial@exologistica.com
Av. Ruta de la Tradición 7732 - Ex Camino de Cintura - (B1839FSX) Esteban Echeverría - Bs. As., Arg.