

T

TRANSPORTE & LOGÍSTICA

www.lanacion.com.ar/comercio-exterior
@LNcomext
facebook.com/lanacion
LNcomext@lanacion.com.ar

Este suplemento es una producción de LANACION Y EXPOTRADE

Japón La logística registrada

La nación asiática lideró en la innovación de la mejora continua de procesos de la mano de la industria automotriz; ahora, otros sectores, como el de la salud, comienzan a aplicar la experiencia. **PÁGINA 4**



A. Álvarez

ARLOG
UN NUEVO
ENCUENTRO
PÁGINA 7

ACOPLADOS
SANCHEZ
www.acopladosanchez.com

TASA
LOGÍSTICA

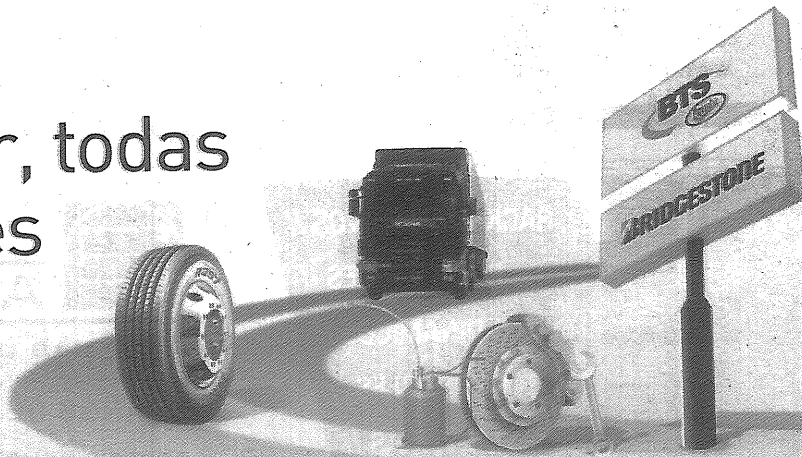
HORMETAL
EMPRESA CONSTRUCTORA

MARANGONI
www.marangoni.com

Mercedes-Benz Financiera
La gente que entiende tu negocio.
0800 2222 623 (MBF)
www.mbfinciera.com.ar

BRIDGESTONE

Un proveedor, todas las soluciones



BRIDGESTONE

La línea más completa de neumáticos para tu transporte.

BRIDGESTONE

La reconstrucción que le brinda más vida a tus neumáticos.

BTS

Todos los servicios que necesitas en un solo lugar.

BRIDGESTONE

Asistencia técnica para maximizar el rendimiento de tus neumáticos.

FLOTA
LA TARJETA DE BRIDGESTONE

Programa de beneficios que premia tus compras.

0800 222 2743

bridgestonet.com.ar

El estado de los semáforos deja mucho que desear

En los cruces más transitados de la ciudad de Buenos Aires, falta el reemplazo de las luces quemadas y mantenimiento, de acuerdo con un estudio de la asociación Luchemos por la Vida

Graciela Cañete
PARA LA NACION

Luces quemadas, mal funcionamiento, falta de mantenimiento son algunas de las deficiencias que presentan los semáforos en la ciudad de Buenos Aires, de acuerdo con un informe de la asociación Luchemos por la Vida. El estudio realizado en junio abarcó diez zonas de la ciudad, y unas 220 intersecciones de calles.

“Existen fallas en el 58% de los semáforos de los cruces observados, y la mayoría es por luces quemadas. Además, en 39% de los sitios analizados no hay semáforos para peatones, mientras que el 56% de los instalados está incompleto, es decir, no funciona alguna de las luces de los juegos de casillas en los cruces. En el caso de los semáforos vehiculares, el 28% tenía luces quemadas”, indica el documento.

Entre las zonas examinadas se encuentra el Centro, Caballito, Almagro, Barrio Norte, Pompeya, Flores, Villa del Parque, con ave-

nidas de alto tránsito como Corrientes, Juan B. Justo, San Martín, Pueyrredón, Belgrano, Nazca, Caseros. “Quisimos hacer un estudio de los semáforos en los lugares más significativos de la ciudad. Nos pareció importante porque veíamos fallas y decidimos conocer cuáles eran las más comunes, cuantificarlas y brindar un informe”, explicó Alberto Silveira, presidente de Luchemos por la Vida.

Sin prioridad

Una de las observaciones de la asociación sobre lo mucho que falta por mejorar en seguridad vial es la falta de prioridad que los conductores le dan al peatón: “Solo un 6% de los automovilistas les otorga prioridad de paso a los peatones. Esto es diferente en otros países”.

Por otra parte, en la ciudad de Buenos Aires son cinco los temas sobre los que se debería prestar atención, enumera Silveira: el uso del cinturón de seguridad, el del casco para los motociclistas, los controles de alcohole-

mía, el exceso de velocidad y el empleo de los celulares por parte de los conductores. “Hay mayor conciencia sobre la necesidad del cinturón de seguridad; un 63% de los conductores de autos lo utiliza en la ciudad, pero en el interior del país el empleo es muy bajo, por caso, en algunas ciudades no llega al 20%. También en Buenos Aires aumentó el uso del casco, alcanza al 82% de los motociclistas, pero fuera de la ciudad este porcentaje disminuye; así en las ciudades pequeñas sólo un 5% utiliza casco. Y esto se refleja en los accidentes, sobre todo en los menores de 30 años en el interior del país”, señaló Silveira.

En 2012, según datos de Luchemos por la Vida, murieron cerca de 7500 personas en accidentes de tránsito, y entre las provincias con mayor cantidad de fallecidos se encuentran Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Misiones, Salta, Santiago del Estero, Chaco, Entre Ríos, Corrientes y Tucumán. ●



Iveco destaca su versatilidad para la carga y la recreación

EXPOTRADE

LANZAMIENTO

Un utilitario con alma de camión

Iveco presentó el furgón Daily 8.3 Cubik

Iveco presentó este mes el furgón Daily 8.3 Cubik, con el que aspira a ganar un 7% de participación en el segmento, para luego duplicarlo en 2014.

El nuevo utilitario es la extensión de la familia Daily y la continuidad de su estrategia comercial. Deberá lidiar con productos ya posicionados, para lo cual tendrá como principal herramienta su precio competitivo, dos años de garantía y herramientas financieras con bancos reconocidos.

El furgón utilitario está destinado a la logística urbana e interurbana. “El perfil del potencial usuario es el del cuentapropista que, al margen de su labor diaria, también utiliza el vehículo para su recreación”, señaló Pablo Princhich, jefe de producto de la gama, y agregó que “por sus dimensiones, el Cubik no tiene inconvenientes para ingresar en el estacionamiento de un shopping o en el garaje familiar”.

El Daily 8.3 Cubik es “un furgón de carácter

superior, de gran potencia, durabilidad, robustez y, al mismo tiempo, apto para un importante volumen de carga”, describió Francisco Spasaro, responsable de la Gama de Vehículos Livianos y Medianos de Iveco Argentina.

El despeje del suelo del nuevo Cubik se lo asocia con un vehículo 4x4, y le sirve para ser un utilitario apto para las carreteras y también para arduos caminos. Esta alternativa es fruto de su chasis con largueros, una característica diferenciadora que no penaliza al nuevo Cubik en cuanto a su altura – apenas por encima de los 2 metros – ni tampoco en su capacidad de carga de 8,3 metros cúbicos.

Tiene un motor Iveco FIC de 3 litros, cuatro cilindros, 136 CV de potencia y un torque de 300 Nm. “La potencia que eroga por litro de cilindrada es otra de las virtudes que lo diferencian claramente de sus competidores”, dijo Spasaro. ●


Redacción Expotrade



POLIURETANO


- REEMBANDAMOS RUEDAS Y RODILLOS EN POLIURETANO IMPORTADO para autoelevadores, apiladoras y zorras manuales o eléctricas.
- Ruedas especiales para cámaras de frío.
- REALIZAMOS PIEZAS EN POLIURETANO EN BASE A MUESTRAS para todo tipo de repuestos y en distintas durezas.

INDUSTRIA J.J.S. SRL
Basualdo 3231 (1439FDS), Bs.As., Argentina - 4602-4324 / 7710
industriajjs@gmail.com • www.industriajjs.com.ar



Logística y Distribución

Almacenamiento
Administración y Gestión de stock
Preparación de pedidos
Empaques especiales
Logística In House
Distribución Flota Nac.
Logística Inversa
Retiro y recepción de mercadería
Centro de atención al cliente



Uruguay 1136 - Avellaneda - Bs. As.
Tel/Fax: 5220-2708/070000

comercial@jrtrans.com.ar
www.jrtrans.com.ar

TRANSPORTE & LOGÍSTICA

¡Súmese al próximo número!

PUBLIQUE SU AVISO AQUÍ

Especial a entregarse en EXPO TRANSPORTE & LOGÍSTICA OLAVARRÍA

Fecha cierre: 22/10
Publica: 29/10

(011) 4779-5300





Garantías y Cautiones:

Seguros Aduaneros y de Transporte para el Comercio Exterior.

S CONSULTORA
(+54-11) 4381-7312
www.sconsultora.com



RACKS SELECTIVOS //

PENETRABLES //

DINÁMICOS //

AUTOESTIBABLES //

ESTANTERÍAS //

ESTANTERÍAS MÓVILES //



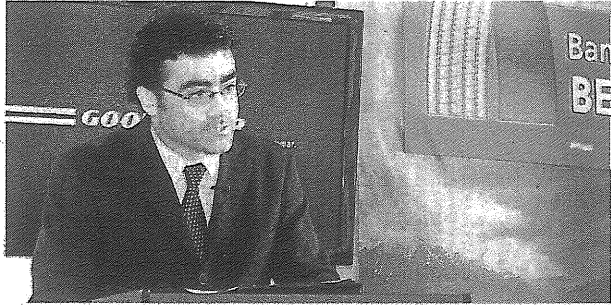
ALFA RACKS S.A.

SISTEMAS DE CARGA Y ALMACENAJE

30 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACCIÓN

www.alfarack.com.ar

0810-222-2532- comercial@alfarack.com.ar



Bautista, gerente general de Goodyear EXPOTRADE

Los planes de Goodyear

La compañía retomará la fabricación nacional por un acuerdo con Marangoni

“Estamos retomando un camino que en algún momento tuvo un impacto importante en la Argentina, primer país en el que Goodyear estuvo fuera de los Estados Unidos (como proveedor) en 1915; abrió una fábrica en 1931 y la cerró en el 2000”, destacó el gerente general, Fernando Bautista, al anunciar el inicio de la producción nacional de bandas precuradas, con lo cual prevén sustituir importaciones provenientes de Brasil por US\$ 1 millón al año.

“Desde 2009 la empresa se adaptó a las nuevas reglas de juego, a través del plan de compras o exportaciones, por el cual cada dólar que se exporta es considerado por el Gobierno un dólar de exportación de Goodyear Argentina, que nos permite importar, y es un plan de exportaciones genuino para dar una balanza positiva. La empresa nos apoya con la lógica de que el país es el tercer mercado en América latina”, apuntó el directivo.

La compañía viene implementando un sólido y continuo plan de compras y exportación de insumos de proveedores argentinos para abastecer a 11 fábricas de neumáticos en el mundo. “Goodyear selecciona a los proveedores locales por sus reconocidos estándares de

calidad internacional y por el uso de alta tecnología en el desarrollo de sus productos”, destacó Bautista.

En función de estos factores, la compañía promueve la compra de insumos para la fabricación de neumáticos como caucho sintético, telas y negro de humo, entre otros, a proveedores locales, buscando “garantizar la excelencia en la fabricación de sus productos”, comentó.

Exportaciones

La compañía estima que alcanzará un récord en la compra de insumos para exportación en el país. Calculan que el monto de exportaciones realizado por estos proveedores nacionales, desde la implementación de las licencias no automáticas en el 2009, superará los US\$ 250 millones.

Además de la exportación de insumos, “estamos agregando valor en el país, sustituyendo importaciones”, remarcó Batista, al referirse a la fabricación de bandas precuradas, que comenzará a realizar mediante un acuerdo con la empresa Marangoni de Argentina, ubicada en la localidad santafecina de General Alvear. ●

Redacción Expotrade

RECONSTRUCCIÓN

LA BANDA BELTAK 358

Las bandas precuradas son la nueva apuesta de la compañía en el mercado argentino.

“La nueva banda Beltak 358 es una propuesta de valor agregado nacional con la garantía de una compañía global”, expresó Agustín Lutterbach, gerente senior de Ventas y Marketing de Goodyear, quien anticipó que, además, la marca prevé sumar nuevos mo-

delos y diseños de bandas precuradas apuntando a cubrir necesidades del mercado latinoamericano.

Bautista señaló que “el mercado nacional de reemplazo está estable respecto del año pasado” y proyectó que en 2014 “estará creciendo a tasas bajas, porque es un mercado estable, dinámico y tiene comportamientos muy diferentes en cada segmento”.

El ejecutivo de Goodyear señaló además que el mercado de neumáticos económicos ha decrecido, mientras que el de alta gama ha subido.

“Si uno lo ve como un total –continuó Bautista–

no sabe lo que está pasando; hay que diferenciar”, advirtió.

La nueva banda de reconstrucción Beltak 358 está destinada a la reconstrucción de neumáticos radiales para aplicaciones en servicios de larga distancia.

Su diseño de cuatro surcos permite una distribución uniforme de las fuerzas laterales y longitudinales, proporcionando un desgaste uniforme, mayor kilometraje y una importante reducción en la generación de calor. Goodyear informó que el producto está disponible en las medidas 225; 235; 241 y 250mm.

Su presentación es en

rollos de 3,2 metros, que brinda mayor comodidad y seguridad para el trabajo en los talleres de reconstrucción.

“Por otra parte, hay que destacar que la fabricación nacional está regida por los mismos procesos de calidad y materias primas certificados por la empresa, a nivel global”, amplió el directivo.

La nueva banda “es un producto de calidad, que fue ensayado y aprobado en la planta de Akron, y se testea permanentemente”, remarcó Néstor Laino, vicepresidente de Marangoni Argentina, firma que acordó con Goodyear la fabricación de la nueva Beltak. ●



Llevamos el comercio mundial a su puerta.

APM Terminals está presente en 62 puertos, brinda servicios en 68 países y cuenta con 7 nuevos proyectos de desarrollo de terminales. Nuestro objetivo es claro: acercarlo a su meta.

Y trabajamos día a día con la visión de liderar el mercado de operaciones portuarias para contribuir con el desarrollo sustentable del Puerto de Buenos Aires y del país.

APM Terminals, una terminal a su servicio, en todo el mundo.

www.apmterminals.com

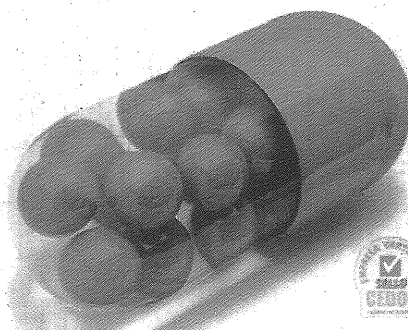
Lifting Global Trade.

APM TERMINALS

Av. Edison y Prefectura Naval Argentina, (C1104BCA) Puerto Nuevo, CABA.
Tel: +5411 4590 0900 - Fax: +5411 4590 0991 - www.terminal4.com.ar

El alivio para las necesidades logísticas.

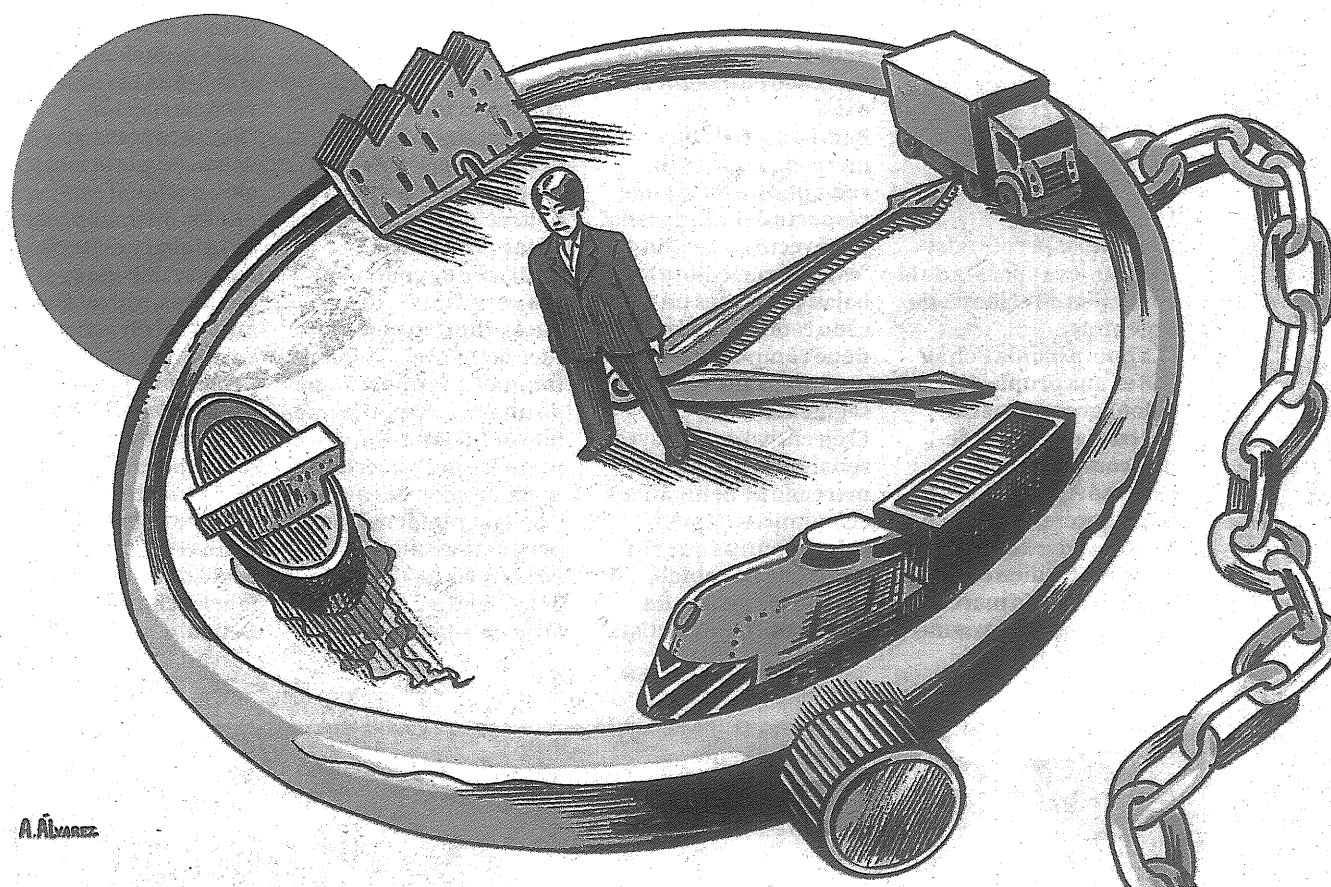
Contáctenos, prescribimos la logística adecuada para su salud y la de su negocio.



ANDREANI

INFO@ANDREANI.COM
WWW.ANDREANI.COM





A. Álvarez

LOGÍSTICA REGISTRADA

Japón y la eficiencia de la producción en masa

El sistema *Lean* en la gestión de procesos, técnica instrumentada con éxito por la industria automotriz japonesa, hoy se promueve con igual eficiencia en el sistema sanitario de algunos países, entre ellos la Argentina.

Texto Andrés Asato | Ilustración Alejandro Álvarez

¿Por qué Japón? Para el antropólogo y sociólogo brasileño Renato Ortiz, en su libro *Lo próximo y lo distante*, son varias las razones, ya que es uno de los pocos países, junto con Inglaterra, Francia, Estados Unidos y Alemania, que se industrializó en el siglo XIX. En la década del 50, igual que Estados Unidos, Japón conoció el desarrollo del consumo masivo, antes que en muchos países de Europa.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la escasez de recursos tanto en mano de obra como financieros dio impulso a una producción que generara menos costos—en aquello que no le agregara valor al producto—y una búsqueda permanente de mejoras.

Fue entonces cuando muchas empresas tomaron la decisión de transformar su sistema en *Lean Manufacturing* (que podría traducirse como producción ajustada o ágil), que les permitió ser más eficientes y cuyos principios fueron mejorados y de-

sarrollados por los directivos de Toyota.

El *Lean Manufacturing*, que fue promovido además por los investigadores del MIT (Instituto de Tecnología de Massachusetts, por sus siglas en inglés) se apoya en un principio fundamental que es la mejora continua buscando la eficiencia en la producción por medio de la eliminación de desperdicios, y se focaliza en los defectos del producto, la sobreproducción innecesaria de bienes, productos en espera, y en los movimientos innecesarios de personal y transporte, entre otros aspectos.

La instrumentación de herramientas de gestión de calidad de acuerdo con el tipo de servicio y segmento de mercado en el que se opere es una de las claves de gestión de Toshin SA, una empresa con matriz japonesa y que opera desde 1981 en nuestro país.

La empresa diversificó su oferta y cuenta con servicios de correo internacional, *freight forwarding*, tramitaciones aduaneras, y viene desarrollando un servicio de logística a pequeña escala con entregas dentro del ámbito del área metropolitana de Buenos Aires.

“La relación de nuestra empresa con los sistemas de gestión de calidad y mejora continua como 6 «S», *Lean*, *kanban* y *just in time*, es empírica y se da en forma natural y fluida por ser proveedores de empresas que utilizan esas herramientas. Toshin es proveedora de servicios de Toyota Argentina desde la fase anterior al inicio de su producción en la planta de Zárate, con lo cual ha participado en diversos proyectos que van desde el desarrollo de proveedores hasta cambios de modelo [*full model change*] incluida la gestión de embarques críticos y embarques de prototipos [vehículos terminados] desde y hacia la Argentina”, destacó Horacio Uehara, director de Toshin SA.

Además, la interacción con el cliente es clave y la empresa participa de ciclos de la gerencia de Abastecimiento de Abbott Laboratories; organiza charlas e invita a personal de control de Producción y Logística de Toyota Argentina a exponer su sistema de producción; y en otras invita a clientes proveedores de servicios aéreos como LH Cargo y AF Cargo, para conocer las implicancias del *just in time*.

“De lo que se trata es de consolidar la colaboración e integración entre proveedores y clientes—agregó—y entender la gestión de calidad no sólo como un proceso que persigue una solución adecuada, sino también como un factor inherente al servicio”, añadió.

Uso ampliado

Un estudio del Grupo Miebach, *holding* especializado en consultoría y análisis logístico, proyectó las tendencias logísticas hacia 2025 y anticipaba las conveniencias de la aplicación del sistema *Lean* de producción.

Joachim Miebach—fundador y presidente de la consultora—advertía sobre la necesidad de su adaptación en el ámbito de la logística: “La filosofía *Lean* sigue teniendo mucha aplicación, lo que hay que tener en cuenta es que en la cadena de suministros no todos los conceptos son ciento por ciento aplicables, hay que establecer cuáles son aquellos aspectos que pueden producir beneficios en cuanto a mejoras y ahorro de costos”, señalaba Miebach.

En ese sentido, en los últimos años la aplicación de la filosofía *Lean* se ha venido extendiendo de las plantas industriales y autopartistas al sector de la salud, constituyendo una modalidad de gestión en aquellos sistemas que han sido eficientes y hoy enfrentan una

Racks selectivos
Racks penetrables
Racks móviles Movirack
Racks dinámicos y push-back
Depósitos autoportantes
Depósitos automáticos
Picking manual
Picking dinámico



50 años de experiencia ofreciendo soluciones de almacenamiento

MECALUX

Boulogne Sur Mer, 2538 - Villa Maipú
(B1651 BGP) San Martín
Tel: (005411) 4006-4444
Fax: (005411) 4006-4400
E-mail: mecalux@mecalux.com.ar

www.mecalux.com.ar

coyuntura económica en crisis (en particular en Europa, donde la presión en la reducción del gasto en salud es creciente).

Según los números actuales que se manejan en el sector, se tiene un costo de ineficiencia operativa del 25 al 35%, con lo cual se puede mejorar mucho el servicio sin afectar sus elementos vitales. El sistema *Lean* parte de una operativa estabilizada y de mejora continua que se denomina *kai* (cambiar) *zen* (mejorar) que, aplicada en las instituciones sanitarias, es la base sustentada en la organización y estandarización de las tareas, y en la logística enfocada a los pacientes, priorizando el principio de "igualar hacia arriba".

En la Argentina, hay experiencias en hospitales como el Sagrado Corazón, con el objetivo de disminuir los costos operativos, ordenando el trabajo, evitando los tiempos innecesarios, las cargas, los stocks y cambiando la percepción de los usuarios.

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA FILOSOFÍA LEAN SE EXTENDIÓ DE LAS PLANTAS INDUSTRIALES AL SECTOR DE LA SALUD, COMO EN EL HOSPITAL SAGRADO CORAZÓN

¿Cómo se instrumentó el sistema? Carlos Díaz, gerente médico del hospital, explicó: "Partimos de culturas y organizaciones muy diferentes, con los conflictos de los colectivos intervinientes y esto, en cambio, es un sistema continuo y basado en valores. La producción en *pull* está orientada hacia el alta del paciente y para que todo adquiera una cadencia que evite demoras, esperas y alteraciones de los flujos de trabajo. Y quienes son operarios comparten los principios filosóficos del sistema *Lean* de convertir un problema en una oportunidad de mejora".

Ni exótico ni distante ni oriental, sino mirar a Japón como un país vecino y próximo. Todavía más consideramos que en la era de las redes sociales las distancias se acortan y muchas de las fronteras existentes se borran. Los sistemas logísticos y empresariales son herramientas clave para el mejor desempeño de las empresas y uno de los secretos para la vigencia de sistemas como *Lean* es que proporciona servicios ajustados a la necesidad: no menos, pero tampoco más. Lo cual tiene un alto impacto en el desempeño de la cadena de suministros. ●



Toyota, líder en la mejora continua de procesos

ARCHIVO

LAS CINCO "S"

LAS CLAVES NIPONAS

El objetivo de esta técnica japonesa desarrollada en los 60 es lograr un cambio cultural de hábitos en los operarios de una planta en relación con el orden e higiene del trabajo, lo que implica involucrar a toda una organización para lograr eficiencia y calidad en las operaciones. Su base filosófica está orientada al trabajo en

equipo y su capacidad de adaptarse a las fluctuaciones de la demanda. Las cinco palabras clave son:

- Seirei* (clasificar).
 - Seiton* (ordenar).
 - Seisô* (limpiar).
 - Seiketsu* (estandarizar).
 - Shitsuke* (entrenamiento y autodisciplina).
- En el ámbito de la salud, las claves del sistema *Lean* son:
- Identificar la cultura organizacional y transformarla.
 - Disminuir los costos, ordenar el trabajo, evitar los tiempos innecesarios y las cargas, los stocks y mejorar la percepción del usuario.

- Mejorar el cuidado del paciente, reducir los daños y las esperas, los errores y los tiempos perdidos.
- Fomentar la participación plena de los trabajadores, de los colectivos hospitalarios y modificar el enfoque de gestión, orientándolo al valor y a los procesos.
- Convertir los proveedores en socios estratégicos; deben entregar el producto completo, en tiempo y forma.
- La mejora continua en una organización *Lean* está en el ADN de la empresa, es espontánea y cada trabajador está compenetrado ella. ●

FUTURO E INNOVACIÓN

LO INVISIBLE ES JAPONÉS

Hay dos grandes temas por resolver en la logística más próxima. Uno de ellos es el que trae aparejado la migración hacia las áreas urbanas que no cuentan con una gran infraestructura circundante y que deben apelar a sistemas de distribución innovadores y los nuevos dispositivos tecnológicos como los celulares para acceder a zonas de difícil acceso. Facilitar la distribución y atender el componente ambiental serán claves para una logística futura. Hay 78 megaciudades con más de 5 millones de habitantes para repensar esas estrategias. En 2025, en América latina, el 85% de la población vivirá en ciudades urbanas. Saber cuál es la forma más eficiente de transportar la mayor cantidad de productos es uno de los interrogantes que las innovaciones en la cadena de suministros deberán responder.

Otra pregunta que se hace el sector es si le conviene tercerizar la logística o pensar en algo propio (como lo está haciendo la multinacional japonesa Toyota). Lo importante en el primero de los casos es no perder el *know-how* con el cliente y compartir información, y para ello la confianza es fundamental.

Mientras las economías del mundo buscan la manera de subirse a la locomotora china, los japoneses siguen confiando la base de sus negocios en el *kaizen* ("cambiar para mejorar"), concepto arraigado en siglos de cultura y que lo ha llevado a ser un país a la vanguardia de las tendencias innovadoras.

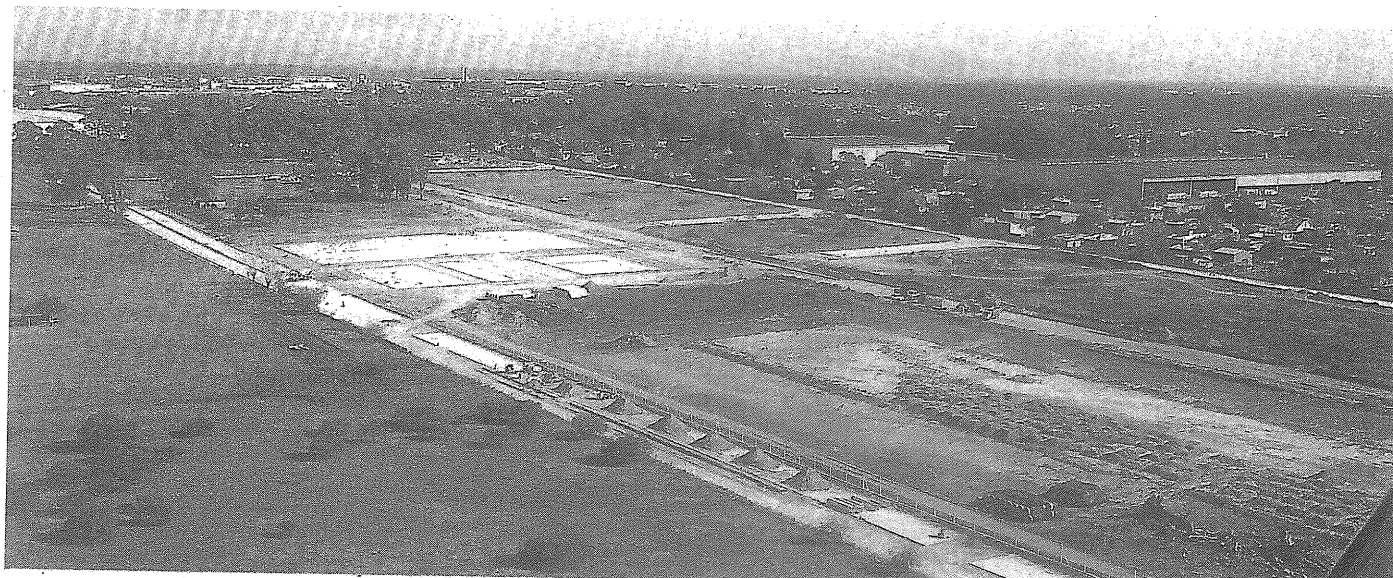
¿Podrá Japón mantener su liderazgo con la antigua premisa empresarial apoyada en la fuerza colectiva y enfocada hacia la mejora constante? Parecería difícil en un mundo altamente conflictivo. Pero para una generación de jóvenes con poco apego al sacrificio, lo importante ya no será ser el número uno, sino interpretar cuál es el ADN de la logística que viene. La llave para un nuevo milagro. ●

OCA. Logística en una nueva dimensión.

0800-999-7700 - www.oca.com.ar

OCA

EL PAÍS TE QUEDA CERCA.



Vista aérea del predio que Norlog ocupará en el partido de Tigre

FOTOS EXPOTRADE

TRIPLE A

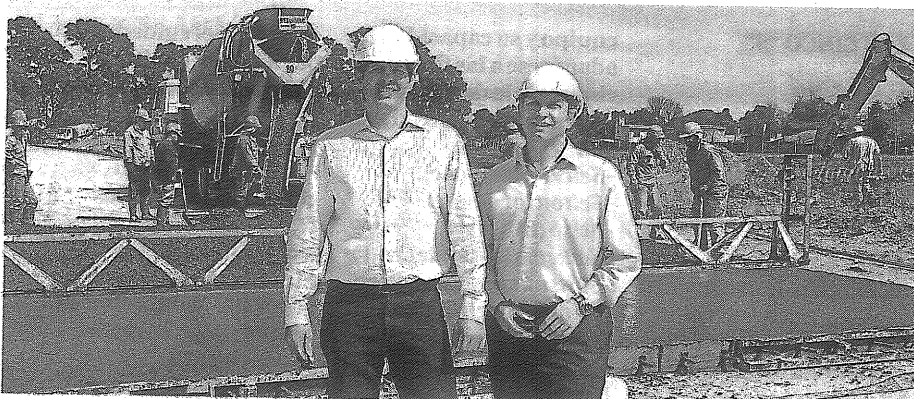
Norlog, un espacio premium

El emprendimiento de Grupo Andreani, desarrollado por su empresa Sherwood, replica el concepto de las zonas de actividades logísticas europeas

Con la expectativa puesta en generar un "importante impacto" en la actividad logística, el Grupo Andreani destaca que la "seguridad, conectividad y flexibilidad" son los tres pilares en los que se fundó la idea para encarar Norlog, predio de 100 hectáreas ubicado en el partido bonaerense de Tigre, que está diseñado como una plataforma "destinada al movimiento y almacenamiento de mercaderías y a la radicación de industrias livianas, con una infraestructura de base y tecnológica de primer nivel internacional", detallan desde la compañía.

Inspirada en las zonas de actividades logísticas europeas, como la de Zaragoza o la del interpuerto de Bologna, el proyecto lo inició Sherwood –una unidad inmobiliaria del grupo– a mediados de 2012 y, según las previsiones de sus responsables, la primera etapa de infraestructura para 37 hectáreas, con electricidad, gas, desagües, tendido de servicios y un anillo de fibra óptica concluirá en diciembre.

Dentro de ese sector se dibujaron 16 parce-



Pablo Andreani y Eduardo Munitz

las de 10, 15 y 20.000 metros cuadrados, de las cuales cuatro fueron adquiridas por la unidad logística del grupo, que mudará allí su central de transferencias –hoy ubicada sobre el ramal Campana de la autopista Panamericana, cerca del nuevo emprendimiento– en la que trabajarán unos 300 camiones diarios.

Las 37 hectáreas de infraestructura finalizada, consideradas como primera etapa de la obra, requirieron una inversión cercana a los US\$ 22 millones, mientras que la obra completa demandará una inversión total de más de US\$ 400 millones, de acuerdo con los cálculos difundidos durante el inicio de las obras.

"La obra de Andreani está en etapa de movimiento de tierra y se terminará en el segundo semestre de 2014; pero también hay otros tres lotes adjudicados para un laboratorio, una fábrica de envases y un importador, con lo que se colocó el 50% de la oferta de esta etapa", explicó Pablo Andreani, director general de Sherwood y responsable del proyecto.

El empresario explicó que dentro de ese sector "hay otro lote de 15.000 metros cuadrados, destinado a zona comercial para abastecer a las industrias y operadores de Norlog. Porque el objetivo es que la plataforma tenga su propia prestación de servicios".

Zonas comerciales

Además, en la planificación se previeron dos zonas comerciales residenciales sobre ambos frentes, una de tres hectáreas hacia la avenida Presidente Perón y otra de 25 hectáreas, sobre el acceso Bancalari, frente a Nordelta, para disminuir el impacto hacia zonas vecinas. Pero, además, el ingreso al predio se realizará sobre una nueva calle de cuatro vías, con bulevar con palmeras –característico del partido bonaerense de Tigre– que comenzó a construir Bautech, responsable de casi 60% de la obra.

A esa calle lateral se accederá por un distribuidor rotacional desde la ex ruta 9, de la cual el único ingreso estará a 500 metros. Esto contribuirá a la seguridad del predio que se rodeo de una malla galvanizada montada sobre un encofrado antivandálico, con serpentina superior y cámaras de video, además de una plantación de pinos leylandii que lo aislará visual y acústicamente del entorno.

En cuanto a la flexibilidad, Eduardo Munitz, gerente comercial del emprendimiento, explicó que, dada las exigencias del municipio, "los lotes de 10.000 metros cuadrados tendrán una superficie edificable en una sola planta de 6000 metros cuadrados, que se incrementarán con la posibilidad de encargar uno o dos pisos hacia arriba", según los estudios realizados por la consultora Oscar Grimaux y Asociados SAT.

Sobre la conectividad, los directivos destacaron la cercanía con la Panamericana, desde la que se podrá acceder por la avenida Henry Ford, por la ruta 27 o por el ingreso del kilómetro 40. Éste fue uno de los motivos para la elección del lugar, ya que, reconoció Andreani, "no hay mucho espacio en zona norte y hay una necesidad concreta de las empresas de contar con depósitos triple A de buena categoría, con seguridad".

Redacción Expotrade



XXII ENCUENTRO NACIONAL DE LOGÍSTICA EMPRESARIA

10 OCT 2013

SOFITEL CARDALES

"Presente y Futuro de la Logística y la Supply Chain"

Fuente de ventajas competitivas en el contexto global

Con el apoyo de:



















<p>Situación y Perspectiva Económica Mundial y Argentina <i>Tomás Bulat</i></p>	<p>Logística 2050: Un Mundo Proteccionista <i>Michael Kuchenbecker</i> Logistics Alliance Germany</p>
<p>Turbulencia Generacional <i>Paula Molinari</i> Whalecome Organizational Change and Development</p>	<p>Casos de Éxito:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solución Logística para el E-Commerce - Supermercados TATA Uruguay. La importancia de alinear la estrategia logística con el negocio.

» ULTIMAS VACANTES Inscríbese llamando al: 54 11 4779 5331
o pre-acredítese on-line en www.arlog.org



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.

EL CASO RUTEAR.COM

Una solución para los transportistas y los cargadores

Se trata de un servicio online, gratuito, que apunta a resolver la problemática del "falso flete"



Emiliano Carello y Carolina Estivill

EXPOTRADE

Andrés Asato
PARA LA NACION

Emiliano Carello y Carolina Estivill lanzaron *Rutear.com*, un sitio web que busca la eficiencia de los servicios de transporte y distribución de materias primas, insumos y productos. Se trata de una comunidad *online* que vincula a todos los agentes del sector para que puedan trabajar en conjunto con el propósito de maximizar sus utilidades y solucionar un viejo problema de la actividad: la necesidad de conseguir carga para los viajes vacíos de las empresas de transporte.

Rutear.com es una herramienta que les permite a las empresas de transporte publicar los viajes que sus camiones estarán realizando vacíos, o en su defecto las unidades detenidas. Les ofrece la posibilidad a pro-

ductores y comercializadores de mercaderías de publicar las cargas que deben transportar y el sistema conecta a los usuarios sobre la base de las coincidencias de necesidades. Además, permite realizar búsquedas específicas. El servicio es gratuito tanto para transportistas como para los cargadores.

—¿Cómo desarrollaron la idea?

Emiliano Carello: —A partir de la necesidad de emprender, y de trabajar por nuestra cuenta, luego de la experiencia adquirida. Los dos tenemos perfiles relacionados con Internet, ya que trabajamos en empresas que tenían comunidades *online*, cuponerías y portales. La problemática del transporte fue una de las que más analizamos y así llegamos a la necesidad del sector logístico de contar con un servicio como el que brinda *Rutear.com*, con el que no

sólo buscamos solucionar una problemática del sector, sino que también a nivel sociedad en general, ya que propone generar conciencia en cuanto a la contaminación, al tránsito y los costos: cada viaje vacío genera 45 toneladas de dióxido de carbono.

—¿Qué panorama tenían del sector?

Carolina Estivill: —En principio, nos interesaba resolver el tema ambiental, el tránsito en rutas y los accidentes, pero también el tema de los costos y viajes incompletos o vacíos. Investigando con empresas del rubro comprendimos que el mayor problema era la espera de carga o la vuelta vacía de un camión, lo cual generaba importantes pérdidas. En varios países se están desarrollando ideas similares, como México, España, Estados Unidos y Alemania. Los viajes vacíos, la contaminación y la reducción de costos son temas actuales. Con *Rutear.com* pretendemos llevar los servicios a los países limítrofes para facilitar la comunicación entre las empresas de distintas regiones y así lograr que la comunidad sea un punto de encuentro entre transportistas y cargadores.

—¿Quiénes pueden publicar sus camiones, qué tipo de empresas?

E.C.: —Los camiones pueden ser publicados tanto por particulares como por grandes empresas de logística. En ese sentido no hay limitaciones para la utilización de la herramienta. Pueden hacerlo empresas de todo tipo y rubro, y simplemente tienen que tener mercadería para transportar. Deben registrarse, activar la cuenta y ya están listos para cargar sus camiones y comenzar a publicarlos. Los beneficios que se les brindan a los usuarios que utilizan el servicio son varios, entre ellos pertenecer a una comunidad *online* del sector, donde podrán estar actualizados a través de nuestros canales de comunicación; y ligados a los usuarios transportistas que quieren maximizar sus utilidades disminuyendo sus viajes vacíos encontrando cargas para transportar.

—¿Cómo se mide esa utilidad que brinda el servicio?

E.C.: —El mayor beneficio que brinda el servicio es la posibilidad de tener los camiones cargados y en movimiento. Muchas veces se consigue el viaje de ida solamente, teniendo que cubrir los costos del viaje de vuelta sin generar ingresos. Eso desde el lado de las empresas de transporte. En algunas flotas, de hecho, el 35% o más de la distancia total recorrida anualmente corresponde a viajes con camiones vacíos. Para un camión interurbano promedio, esto podría agregar innecesariamente unos 45.000 kilómetros y el consumo de 18.000 litros de combustible, de acuerdo con un estudio la Cámara Empresaria de Autotransporte de Cargas de Córdoba. Por parte de los dadores de carga, el beneficio que obtienen es tener una mayor oferta de servicios de transporte, logrando una mejor posición a la hora de negociar los precios y de esta manera lograr disminuir los costos.

—¿Cuál es la clave para la buena operato-

ria del servicio?

E.C.: —La puntuación de los usuarios. La herramienta cuenta con un sistema de puntuación, que se habilita al finalizar un viaje. Las partes deberán puntuar el servicio de su contraparte, entre positivo, negativo o neutro, y si lo desean dejando un comentario sobre el otro usuario. Creemos que esto es muy importante, dado que las puntuaciones que vayan recibiendo los ayudarán a generar su reputación dentro de la comunidad facilitándoles conseguir viajes o cargas dependiendo del caso.

—¿Tuvieron ya interesados?

E.C.: —*Rutear.com* se lanzó a principios de junio y la respuesta por parte de las empresas fue muy positiva, ya contamos con más de 100 usuarios registrados. Armar una comunidad *online* como la que proponemos lleva tiempo, ya que es algo nuevo para los usuarios que deben adaptarse para utilizarla como una herramienta diaria de trabajo. Por otra parte, el Consejo Portuario Argentino nos contactó para reducir los costos logísticos en los envíos a esos puertos y aprovechar los viajes vacíos que se generan una vez que se descarga la mercadería en los puertos o viceversa. El puerto de San Pedro ya está trabajando con nosotros proponiendo la comunidad a las diferentes empresas de transportes bajar los costos. A su vez, muchas empresas importantes nos han contactado y están interesadas en utilizar esta herramienta para sus programas de responsabilidad social empresarial.

—¿Ustedes brindan la posibilidad de conectarse y luego combinan los términos de la carga entre las empresas interesadas?

E.C.: —No, la plataforma permite el contacto entre las partes para que puedan coordinar los términos del envío. Las partes publican sus viajes vacíos o cargas que necesitan transportar. Se ponen en contacto a través de la plataforma y combinan las condiciones del envío utilizando el sistema de mensajes que les brinda la herramienta y así logran cerrar el trato. *Rutear.com* no interviene en las negociaciones entre los transportistas y los dadores de carga.

—¿Cómo impacta la coyuntura económica en el servicio y la necesidad de reducir costos?

E.C.: —Creemos que las situaciones políticas y económicas actuales, pasadas o futuras no son el disparador para utilizar el servicio y reducir costos, o al menos no buscamos que así sea. Lo que nos interesa al brindar este servicio son tres cosas: que las empresas puedan aprovechar sus recursos al máximo, concientizar a los usuarios sobre la contaminación y, por último, un efecto sobre el tránsito en las rutas: que los camiones que transitan lo hagan porque están transportando cargas y no simplemente porque están volviendo a su base vacíos para volver a salir. ●

NOS AVALA MÁS DE 1.000.000 DE M2 EN OBRAS LOGÍSTICAS.

BAUTEC OBRAS LOGÍSTICAS "LLAVE EN MANO"

PISOS INDUSTRIALES SIN JUNTAS

OBRAS INDUSTRIALES - LOGÍSTICAS
SUPERMERCADOS - AGROPECUARIAS

ESTRUCTURAS METÁLICAS DE ALMA LLENA ESTRUCTURAS

www.bautec-sa.com www.cmpestructuras.com.ar

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