

320.000 m2 en Parques Logísticos.

Trazabilidad en toda la cadena

REFERENTE EN SOLUCIONES LOGÍSTICAS INNOVADORAS

EL OPERADOR

Desarrollo tecnológico de avanzada

www.exologistica.com

Alberti 1780, Dock Sud, Avellaneda (1871) Buenos Aires Argentina. / Tel.: 5811 7500

ECOLOGIA I

Hacia una logística sustentable

La experta argentina Alejandra Efron, residente en Australia, analiza los desafíos medioambientales de la operación

Por Andrés Asato

Para LA NACION

¿Se podrá convertir el verde en oro? Quién lo sabe, pero seguramente aquellas empresas que empiecen a ver la incorporación de tecnologías limpias como una inversión y no como una moda, a lo mejor estén dando el primer salto a una logística sustentable y más amigable con el medio ambiente. "Reducir la huella ambiental generada por el transporte puede convertirse no sólo en un reto sino en una oportunidad", destacó Alejandra Efron, una argentina que reside en Australia y trabaja en el Instituto de Estudios de Transporte y Logística de la Universidad de Sydney, en ocasión del VII Congreso Internacional de Transporte de Cargas realizado en marzo de este año en Buenos Aires.

Días atrás, invitada por la Fundación Profesional para el Transporte (FPT), Efron participó junto a Brian Dwyer, de la Universidad de Dublín, del seminario *Logística verde: cómo puede afectar a nuestras empresas, y qué podemos hacer para convertirla en un aliada para crear valor... y ganar clientes*, en el que se delinearon estrategias de acción para las pymes que intentan adaptarse a las nuevas tendencias del mercado. En esa ocasión, la experta respondió algunas consultas de LA NACION.

—¿Qué ejemplos hay de logística verde?

— En Europa hay empresas como



Los expertos internacionales Alejandra Efron y Brian Dwyer

Tesco y su trabajo en etiquetado de carbono (*carbon labelling*) o Sainsbury, con su enfoque de energía limpia, camiones que funcionan con gas metano (de los vaciaderos de basura) y sus turbinas eólicas en sus centros de distribución. En Brasil y Chile están invirtiendo seriamente en el tema, y si vamos a la lista de compañías latinoamericanas informado en el Global Reporting Initiative (GRI), en 2008, el 53% de ellas son brasileñas y el 20% chilenas. Las compañías argentinas representan el 3%.

En Australia está el grupo Woolworths, que constituye la mayor cadena de supermercados minorista de alimentos del país se comprometió a reducir su utilización de energía y sus emisiones de carbono, y el operador logístico Linfox, que creó Green Fox, tomó igual postura y se propuso reducir la emisión de gases de sus operaciones globales en un 15% hasta el 2010.

—¿Cómo fue que las compañías fueron tomando conciencia de la situación?

—Es importante notar que aunque muchas de estas iniciativas comenzaron como consecuencia de legisla-

ciones locales, como el Esquema de Comercio de Emisiones de la Unión Europea (UE) o la Oportunidad de Eficiencia Energética de Australia, las empresas se han dado cuenta de que esas disposiciones tienen sentido comercial, y por lo tanto han tomado medidas sustentables que van más allá de lo requerido por la ley. Eco-Drive es un programa de entrenamiento de conducción para choferes, ha terminado siendo un negocio en sí mismo, que Linfox está ofreciendo localmente y exportando.

—¿El precio del petróleo puede ser determinante en el desarrollo de energías renovables?

—Creemos que no habrá una tecnología única que domine en el futuro de la misma manera que lo hizo el petróleo en el siglo pasado. Optimizar el uso de nuestros recursos, incluyendo cosas que hoy consideramos inútiles, basura, es esencial para mejorar la calidad de vida y proveer los servicios necesarios. Los biocombustibles de segunda generación se enfocan en fuentes que no compitan con la provisión de alimentos, como por ejemplo residuos agrícolas y forestales, algas.

OPINION I

Por Ezequiel García Corado

Balance 2009: reacomodarse para retomar el crecimiento

La crisis internacional golpeó fuerte al comercio exterior y provocó muchos cambios en el mercado de la logística. Las compañías marítimas, afectadas por una menor demanda, intentaron reducir costos mediante diferentes estrategias. Por un lado, eliminaron algunas frecuencias, también comenzaron a compartir bodegas con otros destinos intermedios (por ejemplo, Sudáfrica y la costa este de América latina comparten los fletes desde Oriente), y en algunos casos se llegó a la fusión de servicios entre algunas líneas a fin de optimizar los recursos.

La consecuencia de esto fue una evidente reducción de espacios en casi todos los tráficos, lo que redundó, a su vez, en un aumento de las tarifas, que llegaron, en algunos casos, a números superiores a los que se observaban con anterioridad a la crisis, cuando la demanda era infinitamente superior.

Otro efecto que ya comenzó a sentirse en el mercado es el del Mundial de fútbol 2010 en Sudáfrica. Dado que dicho país, con los cambios en los trayectos, es un paso intermedio para llegar desde Oriente hasta América, la alta demanda de insumos de ese país hace que su parte del barco se encuentre siempre ocupada. Y como dicha demanda hace elevar los precios, la Argentina, por encontrarse más lejos, debe pagar por su espacio.

A esto debe sumarse que la Ar-

gentina, y el resto de los países de la región, también se están preparando para el Mundial, lo que hace que importen más televisores, plasmas y partes para el ensamblado de dichos productos en Tierra del Fuego.

La buena noticia es que, si la demanda se mantiene en forma estable hacia arriba, las líneas estarían pensando en hacer inversiones, agregar nuevos barcos, etc. Algunas líneas están analizando aumentar la capacidad de los barcos. Otras anuncian que lo harían en el segundo semestre de 2010, si la tendencia se mantiene. Lo cierto es que los tiempos de tránsito, por ahora, no cambiarían, dado que para llegar de Oriente a América se seguirá pasando por Sudáfrica.

Más allá de Oriente, si la recuperación se mantiene como hasta ahora, en forma lenta, no se esperan grandes cambios en el resto de los tráficos. La crisis hizo que algunos tráficos, como por ejemplo el costa este de Estados Unidos, tengan tarifas superiores a las que se manejaban antes de la crisis. Mirando hacia adelante, las expectativas son razonablemente positivas. Si bien el comercio todavía no recuperó totalmente su dinamismo pre crisis, podemos decir que tanto el Mundial como el agotamiento de los stocks registrado en 2009 harán que 2010 ofrezca mejores perspectivas.

El autor es gerente general de Outland Logistics

Una simple llamada para su tranquilidad.



Ante una necesidad imprevista, la ayuda está a su alcance todos los días del año. Una simple llamada gratuita a Scania Assistance -0800 999 SCANIA (722642)- lo pone en contacto con una amplia red de concesionarios de todo el país y también en Uruguay, Brasil y Chile. Independientemente de donde se encuentre, lo atenderemos con talleres móviles, técnicos altamente capacitados, herramientas y tecnología de última generación, para encontrar la mejor solución en el menor tiempo posible.

Scania Servicios Posventa.
Dedicación absoluta.



SCANIA