

ENTREVISTA CON RICARDO ERNST

“Aislarse del mundo no es sostenible”

Invitado para dar cátedra por el MBA de la Esade Business School, el especialista en logística dialogó con LA NACION

GRACIELA CAÑETE
PARA LA NACION

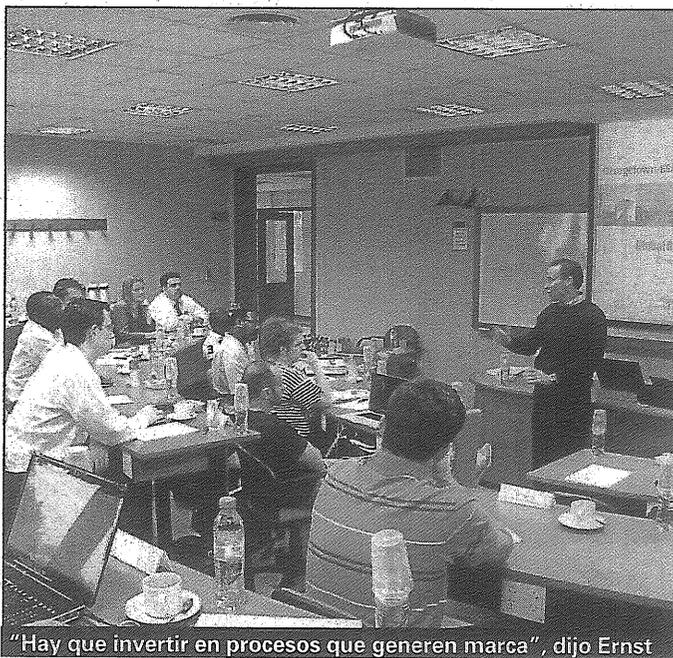
“La globalización es un fenómeno que no se puede ignorar, es imparable. Y América latina debe encontrar los mecanismos para aprovecharla, para eso se necesita ser competitivo porque la globalización no subsidia ineficiencia. La capacitación es importante, y en la región las compañías están comprendiendo las ventajas de preparar a la gerencia.”

El concepto corresponde a Ricardo Ernst, vicedecano de la McDonough School of Business de la Universidad de Georgetown, especialista en logística y comercio internacional que visitó la Argentina para dar clases a los alumnos del Global Executive MBA, organizado por la Esade Business School y la Universidad de Georgetown.

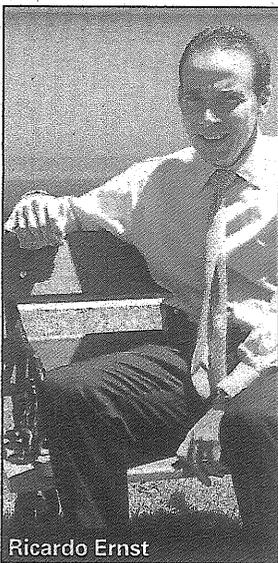
Cursan el máster unos 30 alumnos de diferentes nacionalidades, y como parte del programa viajan a ocho ciudades, entre ellas, Washington, Barcelona, San Pablo, Bangalore, Moscú y Buenos Aires, complementando las actividades académicas con encuentros con empresarios de cada país que visitan. “Las economías prosperan con reglas claras, impulso al comercio, inversiones en infraestructura y generación de valor agregado”, destacó Ernst.

—¿Cómo es el estado de la logística en la región?

—Regular, aunque en los últimos años está mejorando. Si consideramos los costos de la logística en relación con el PBI, mientras que en Estados Unidos están por debajo del 10%, en América latina son cercanos al 18%, y esto significa que los países de la región al comercializar sus productos en el mercado internacional parten con una desventaja del 8%. Aun cuando nuestros países pueden ofrecer productos a precios competitivos, al transportarlos deben enfrentar costos adicionales, lo cual encarece el producto y nos hace perder competitividad. El sistema logístico es menos eficiente y



“Hay que invertir en procesos que generen marca”, dijo Ernst



Ricardo Ernst

más caro. Por eso es necesario invertir en infraestructura. Sin embargo, muchas veces se malinterpreta y se piensa que sólo se trata de invertir en puertos y aeropuertos, lo que es fundamental, pero además hay que analizar cómo llegan las mercaderías a los puertos y aeropuertos, el estado de las carreteras, los accesos.

—¿Y cómo se encuentra la infraestructura en América latina?

—No es buena, hay problemas de redes viales y ferroviarias. Si no se

logra agilidad para trasladar productos desde las plantas de producción hasta los comercios en las ciudades, o hacia los puertos y aeropuertos, se presentan dificultades. No sólo de costos, sino también de tiempo, porque al no realizar las entregas en los plazos establecidos el negocio no funciona. Si los tiempos que tarda la logística en reponer los productos son cortos no es necesario acumular demasiado stock, pero si hay demoras, las industrias y los comercios van a ampliar sus inventarios, con los costos que eso implica. Uno de los problemas que tenemos en América latina es que los tiempos de respuesta pueden ser más lentos que en otras regiones.

—En ese sentido, ¿podemos comparar el desarrollo de la infraestructura en la región y en Asia?

—Existe una brecha, pero lo más importante es qué se está haciendo para cerrar esa brecha. Y lo que se ve en Asia es una gran inversión en infraestructura. Esto no sucede en América latina en la misma proporción. En China había deficiencias en la infraestructura, pero han realizado inversiones, avanzaron. Para construir carreteras, redes ferroviarias o puertos, se necesitan importantes recursos. A la vez, esto tiene una repercusión social, se genera empleo, son inversiones de capital significativas, pero con resultados que se ven en el

mediano y largo plazo. Entonces desde la política a veces se prefiere destinar recursos a la creación de empleo en el corto plazo, además se especula con que una obra se termina dentro de varios años y es inaugurada por otra administración. Hay enfoques de corto o de largo plazo, y muchas veces en los gobiernos en América latina se advierte una falta de visión de largo plazo, consideran que esas inversiones no se manifiestan en resultados inmediatos y entran a jugar cuestiones electoralistas. Si pensamos en el mediano y largo plazo se logrará que nuestros países alcancen un crecimiento sostenible y en sintonía con los requerimientos de la globalización.

—¿Se advierte en América latina la necesidad de diseñar estrategias para el crecimiento sostenible?

—Hay países como Brasil en los que se hicieron inversiones, por ejemplo, en industrias no tradicionales, en energía. Pero eso fue mérito de Lula. En América latina tenemos tres péndulos: el económico, el político y el social. En economía, pese a la crisis internacional, nos va bien porque otros países demandan las materias primas que producimos. Así, la economía funcionó y la región atravesó la debacle financiera global mejor que América del Norte o la Unión Europea. Claro que hubo gobiernos que supieron manejar los procesos, pero no es el caso de todos los países. En algunos se recurre a soluciones de corto plazo, se aíslan del mundo y eso no es sostenible.

—Si bien las economías emergentes enfrentaron mejor la crisis que las desarrolladas, existe preocupación por la debilidad del dólar, y la posible apreciación de las monedas

—Este es un problema serio, y muestra la interrelación que existe en el nivel global: cuando Estados Unidos decide inyectar en la economía 600.000 millones de dólares para resolver sus problemas, no podemos pretender que no tenga un impacto en América latina. Al bajar las tasas de interés en Estados Unidos el dólar se debilita, y los inversores empiezan a mirar otros países para colocar dinero. Nuestra región es una posibilidad, entonces al ingresar una gran cantidad de dólares [en el sistema] las monedas se revalúan, y esto tiene un impacto en el comercio exterior porque los pro-

ductos que vendemos se encarecen. Para evitar estas distorsiones se pueden aplicar diversos mecanismos de regulación, de control, pero se necesita saber cómo utilizar las políticas fiscales y monetarias.

—Las economías emergentes están creciendo a mayor ritmo que las centrales. ¿Cómo deberían aprovechar este ciclo para alcanzar el desarrollo?

—La forma más inteligente de ir del crecimiento no controlado a uno sostenible es a través de la creación de valor. La globalización es un fenómeno que no se puede ignorar, es imparable. Y América latina debe encontrar los mecanismos para aprovecharla. En la región hemos obtenido ganancias con la venta de *commodities*. Sin embargo, cuando se venden *commodities* el precio no lo determina quien produce sino el mercado. Lo que se debe hacer es invertir en procesos, productos que generen marca, valor agregado, elementos que permitan un reconocimiento que vaya más allá de la simple exportación de materias primas. Este es un desafío enorme. Están surgiendo las multilatinas, con un crecimiento importante; en la región necesitamos hacer alianzas estratégicas con grandes compañías para tener presencia en los mercados internacionales sin por eso perder identidad. Si se le pide a alguien que nombre cinco marcas europeas o norteamericanas no tiene problema, pero es más difícil cuando se trata de latinoamericanas. En China también pasa lo mismo, pero tiene la ventaja del volumen, se convirtió en un gran productor mundial. Un país del cual se puede aprender es Dinamarca, con un territorio pequeño pero con una amplia variedad de marcas. En la región se debe potenciar a las empresas para tener un valor que trascienda las *commodities* y que posibilite la creación de valor agregado, marcas.

—¿Cómo se logra eso?

—Con negociaciones inteligentes. América latina debería plantear a las empresas asiáticas o de otras regiones que compren nuestras materias primas que también inviertan en infraestructura, tecnología. Negociar que además de llevarse *commodities* construyan autopistas, puertos. Nuestro rol en el mundo no puede ser el de generador de materias primas, se debe integrar a la globalización con valor agregado.



SU PROVEEDOR DE LOGISTICA INTEGRADA

Schenker Argentina S.A.
www.dbschenker.com.ar



SCHENKER

LA NACION

Transporte & Logística

ALMACENAJE | DISTRIBUCION | ABASTECIMIENTO

PUBLIQUE SU AVISO

(011) 4779-5300 tyl@expotrade.com.ar