



gabriel@lynx.com.ar

Lynx Cargo International

Empresa especializada en servicios de logística internacional con oficina central en Buenos Aires. Su gama de servicios de exportación e importación cubre todos los aspectos de la distribución física internacional de mercaderías desde origen a destino, sin importar el volumen de la carga.

Lynx cuenta en la actualidad con más de 180 oficinas en más de 68 países, lo que le permite transportar toda clase de mercaderías, virtualmente desde o hacia cualquier parte del mundo. En el ámbito local la organización puede satisfacer las más variadas necesidades de sus clientes en el contexto de un mercado global y cambiante.

Todos los servicios de Lynx son diseñados teniendo en cuenta los requerimientos específicos de cada importador o exportador. Por lo tanto, cada requerimiento, cualquiera sea su complejidad, se transforma en un nuevo desafío para la empresa, que comienza su tarea con un estudio pormenorizado de todas las variables que intervienen en la cadena de distribución física internacional, además de un riguroso análisis comparativo de costos sobre las opciones disponibles.

- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan a la hora de diseñar la logística de una empresa?

- Básicamente, los desafíos están relacionados con la perspectiva del negocio y nuestra relación con nuestros clientes, y tenemos un desafío para cada negocio, ya que al momento de pensar el "just in time" para cada mercado, aparecen innumerables diferencias de lo que denominamos la logística interna y externa. Dentro del primer ejemplo, preparar una carga marítima en contenedor completo o contenedor consolidado (carga suelta que no alcanza a cubrir el total del volumen de un contenedor) establece distintos procesos de preparación no sólo de la mercadería sino también respecto de la reserva de bodega o disponibilidad de contenedores, o si estamos ante una carga aérea el proceso de envases y embalajes es muy diferente al caso marítimo. En el segundo caso, el de la logística externa, al margen del tipo de transporte utiliza-

do, también debemos tener en cuenta cuál fue la entrega pactado con el comprador/importador, si retira en depósitos aduaneros o se le debe entregar la mercadería en sus depósitos.

"Queremos afirmar nuestra posición de liderazgo en el mercado a través de una estrategia de diferenciación en cuanto a la calidad de servicio al cliente, tal como lo hacemos desde hace 10 años"

- ¿Esto tiene relación con el tipo de empresa (alimentos, tecnología, textiles, etc.)?

- Definitivamente este es un punto fundamental. Considerar el proceso logístico de un producto perecedero (imaginemos un producto congelado) comparándolo con un producto de carga general (pensemos en este caso en tecnología /electrónica) tiene diferencias de procesos logísticos, de tiempos y costos. Remarquemos algunas diferencias, a modo de ejemplo: consolidar un producto congelado en un contenedor es un proceso que se lleva a cabo en líneas generales en el depósito del exportador (para cuidar la cadena de frío), el de carga general no es indispensable, es posible hacerlo en depósitos fiscales; tener disponibilidad de contenedores de carga general es más simple que conseguir contenedores reefer (que conservan el congelamiento, en este caso), y los costos de fletes y los servicios adicionales a las cargas son diferentes comparando ambos casos.

- ¿Tienen relación directa los momentos históricos de una economía con la marcha del negocio?

- Sí, desde ya. Y podemos mencionar

en ese sentido aspectos económicos internos y externos: en el primer caso, podemos mencionar los problemas de la discusión de los reintegros con el campo durante el primer semestre del año, o la actual coyuntura económica con un dólar inestable que hace que muchos empresarios sean prudentes al momento de concretar operaciones con el exterior, y en el segundo caso la actual crisis internacional hizo que variaran precios internacionales de productos primarios, reacciones de algunos países generando barreras al ingreso de productos, y los vaivenes del precio del petróleo que tiene una incidencia directa en el valor de los fletes internacionales, elemento fundamental al considerar los costos de nuestros productos en los mercados externos.

- ¿Qué posición ocupa Lynx en el mercado?

- Continuar con su posición de liderazgo en el mercado a través de su estrategia de diferenciación en cuanto a la calidad de servicio al cliente. Esta ha sido siempre nuestra preocupación desde el inicio de la empresa, hace ya más de 10 años. Somos una estructura local de pequeño-mediano tamaño, pero al mismo tiempo con una muy amplia cobertura global que nos pone en igualdad de condiciones con los grandes operadores logísticos internacionales. A pesar de nuestro crecimiento en todo este tiempo, nunca hemos perdido de vista este concepto y nuestros clientes lo valoran muchísimo, lo cual se traduce en una alta fidelidad de los mismos a traves del tiempo. Asimismo, hemos incorporado mucha tecnología de información e intentamos estar un paso adelante en este sentido, pero de cualquier modo nuestros clientes siempre encontrarán la forma de comunicarse con nosotros de manera personalizada. ■