

TRANSPORTE & LOGÍSTICA



¿Nos encontramos ante una burbuja inmobiliaria en el alquiler de inmuebles logísticos? Lo cierto es que se están alcanzando niveles de ocupación anteriores a la crisis, aunque los precios, por el momento, no llegan a los picos anteriores. Sin embargo, desde Prologis Iberia apuntan a una posible próxima subida en los precios del alquiler logístico, incluso por encima de los niveles anteriores a la crisis, provocada por la cada vez menor disponibilidad de inmuebles.



Entrevista JORGE SEGURA GERENTE DE VEOSAT

“Una gestión de la flota se traduce en un ahorro de costes y en una mejora del servicio”

Veosat es una compañía especializada en ofrecer soluciones de control y gestión de flotas desde hace casi dos décadas. Con su gerente, Jorge Segura, hablamos sobre la realidad actual de la empresa y sobre la oferta que ponen a disposición de sus clientes.

¿Cuáles son los orígenes de Veosat?

La empresa nació hace ahora 18 años y desde el principio tuvo claro que quería ofrecer al mercado algo distinto a lo que existía en el ámbito del control y la gestión de flotas. En este sentido, el avance de la tecnología nos ha permitido lograr nuestro objetivo y posicionarnos en el mercado.

¿De qué manera?

Ofreciendo un servicio integral que va mucho más allá del mero control de flotas. Ya no basta con saber dónde está un vehículo en un momento dado o con poder definir una ruta concreta, sino que es preciso tener una visión global que permita a las empresas optimizar sus procesos. Veosat lo ha conseguido ofreciendo una plataforma tecnológica de desarrollo propio que es rápida, fiable y de uso intuitivo para que las empresas encuentren lo que buscan: posicionamiento, rutas, lectura y

“En Veosat nos ocupamos de analizar las necesidades del cliente y de desarrollar un proyecto a su medida”

descarga del tacómetro digital... Todo ello acompañado de un hardware de primer nivel.

Es decir, que no se limitan al software...

Como le decía, nuestra visión es global. La aplicación de software es fundamental para poder ofrecer el servicio que prestamos, pero es necesario complementarla con equipos de última generación que nos permitan extraerle el máximo partido: sensores de impacto, batería y consumo, chips de localización GPS con un margen de error inferior a 3 metros, etc. En Veosat



nos ocupamos de analizar las necesidades del cliente y de desarrollar un proyecto a su medida.

¿A medida?

Así es. La plataforma tecnológica tiene un núcleo estándar, pero al ser de desarrollo propio podemos adaptarla a las necesidades de cada cliente. Previamente, le hacemos una demostración gratuita para que vea todo lo que po-

demus aportar al funcionamiento de su flota: ubicación en tiempo real, rutas, consumos, control de temperaturas de carga, APP a medida, estadísticas e informes... Somos especialistas y conocemos bien en qué podemos ayudar a las empresas.

Del sector del transporte y de otros...

Así es. Tradicionalmente, este

tipo de equipos se han orientado al mundo del transporte o de las empresas que gestionan flotas. Sin embargo, nos hemos dado cuenta que también tiene aplicación al ámbito industrial y del control de maquinaria para llevar el control del mantenimiento, conocer el consumo, controlar su funcionamiento, saber qué operarios la manejan en incluso para dimensionar de forma adecuada el parque de máquinas que necesita cada empresa. Y al final, una gestión eficiente se traduce en un importante ahorro de costes y en una mejora en la operatividad y en la calidad del servicio.

¿Cuáles son los retos de futuro de Veosat?

El futuro pasa por crecer fuera de España, en especial en Europa —donde ya tenemos una presencia importante— y en Latinoamérica. Contamos para ello con un sistema robusto que ha demostrado su valía y con un equipo humano dinámico y preparado para continuar haciendo que la solución de control y gestión de flotas de Veosat siga evolucionando.

www.veosat.com

Entrevista EDUARD COVES DIRECTOR GENERAL DE GEEVER

“Geever apuesta por una logística urbana sostenible y de proximidad”

Geever es una empresa especializada en lo que en el mundo de la logística se conoce como ‘distribución de última milla’. Para saber en qué consiste ese concepto y qué ofrece a sus clientes, hablamos con Eduard Coves, Director General de la compañía.



¿Cuándo nació Geever?

Geever es una iniciativa nacida a partir del impulso del holding Conde-minas y del operador logístico Districenter que se puso en marcha en diciembre del año pasado. Apenas seis meses después, podemos hablar ya de un balance positivo en su actividad gracias a que ofrece un concepto innovador en la distribución de última milla.

¿De qué se trata?

Uno de los mayores retos que afrontamos en la distribución de paquetería, es la última milla, es decir, la entrega final del envío al destinatario (ausencias, tráfico, furgonetas en doble fila,...). El concepto que ofrecemos desde Geever soluciona parte de estas limitaciones, buscando la máxima eficiencia en todo el proceso. Para ello hemos apostado por una logística urbana sostenible y de proximidad, a través del uso de microhubs (delivery stations) repartidos a lo largo de la ciudad para que siempre haya uno a no más de 750 metros del destinatario. Por regla general se trata de parkings o trasteros donde descargamos los paquetes de noche para su entrega al día siguiente.

¿Qué ventajas tiene el sistema?

Muchas. Para empezar, consolidar los paquetes de forma concentrada en las delivery stations de noche, nos permite entrar a la ciudad en franjas horarias con muy poca saturación de tráfico, ganando eficiencia en una parte



fundamental de nuestra operativa diaria. No tener que aparcar en doble fila (los vehículos entran en cada microhub) y colaborar a descongestionar la ciudad, haciendo la entrega final a pie o en patinete eléctrico, también es un valor añadido destacable en un momento en que el ecommerce sigue creciendo a un ritmo imparable y cada vez se necesitan más vehículos de reparto para hacer frente a la demanda. Para nuestros clientes, un servicio así les permite optimizar sus costes de distribución, mejorar la experiencia de compra de sus usuarios y asegurar unos ra-

tios de calidad de servicio muy elevados. El hecho de que los paquetes a entregar estén muy cerca de los destinatarios finales, nos aporta mucha flexibilidad y nos permite adaptarnos a su disponibilidad, pudiendo hacer, en caso que sea necesario, más de un intento de entrega al día. El usuario está permanentemente informado de cuando recibirá su paquete, ya sea ese mismo día o al día siguiente, en una franja que va desde las 18 hasta las 22 horas.

¿Por qué en esas horas?

También nos adaptamos al horario

de mañana, pero hemos comprobado que esa franja es la que genera menos incidencias de entrega. Generalmente la gente suele estar en casa más en horario de tarde. Así es como hemos logrado unos niveles de eficiencia en las entregas superior al 96%.

¿Cómo se entregan los paquetes?

Tener el centro de distribución a menos de 750 metros del destinatario nos permite hacer la entrega a pie o con la ayuda de un patinete eléctrico, reduciendo las emisiones de CO₂ en más de un 70%. Además, procuramos que el reparto corra a cargo de personal del barrio, gente que conoce la zona y que acaba por ser reconocida por sus vecinos, lo que aumenta la confianza.

¿Dónde está disponible el servicio?

A finales de junio cubriremos 30 códigos postales en Barcelona y la intención es tener una cobertura total de la ciudad en octubre. Por otra parte, ya estamos trabajando para llegar a Madrid en los próximos meses. Estamos convencidos de que es un modelo perfectamente trasladable a las principales ciudades, que pueden beneficiarse de una vía para reducir el impacto del transporte en sus calles y en su calidad de vida.

www.geever.es

Entrevista SR. GUSTAVO CARDOZO VICEPRESIDENTE SENIOR DE PROLOGIS IBERIA

“La valorización de los inmuebles logísticos se encuentra en niveles récord”

Prologis Iberia suma más de 17 años de experiencia en promoción y gestión de inmuebles logísticos en España. Como expertos en activos inmobiliarios para la industria logística, nos hablan de la situación actual de los alquileres logísticos en nuestro país, poniendo el foco en la influencia del e-commerce y en el aumento de los precios.

¿De qué forma ha aumentado el porcentaje de ocupación de instalaciones logísticas en lo que llevamos de 2018?

Las cifras de ocupación se han mantenido, y no porque la demanda se haya estabilizado, sino debido a que han salido al mercado nuevos productos, como nuestra primera promoción en Prologis Park San Fernando en Madrid, que ha sido absorbida en su totalidad al poco tiempo de finalizar su construcción.

¿Se están alcanzando niveles anteriores a la crisis?

En cuanto a niveles de ocupación, sí; pero en lo que respecta a los niveles de precios de alquiler, aún estamos un 15-20 % por de-

“Para atraer mayor actividad logística e industrial a España, es necesaria una política pública de desarrollo de suelo que nos permita competir en mejores condiciones”

bajo respecto a cómo estaban en el pico del ciclo anterior. Los precios estaban contenidos principalmente por la compresión de las tasas de capitalización. Pero una vez que tienden a estabilizarse, se minimiza la disponibilidad de inmuebles y aumenta el precio del

suelo, irremediablemente los precios de alquiler tenderán a subir a mayor velocidad de lo que lo han hecho hasta ahora, posiblemente por encima del pico anterior, como sucede actualmente en muchos mercados europeos.

Debido a la creciente demanda, los precios continúan al alza. ¿Temen una burbuja inmobiliaria en los suelos y naves destinados a la logística?

Esperamos que eso no suceda y que el precio del suelo se contenga. Y para que eso suceda, es necesario que las administraciones públicas racionalicen la generación y puesta a disposición de suelo al promotor privado, con el fin de evitar este tipo de burbujas que son muy dañinas para la economía doméstica.

Las administraciones públicas tienen que facilitar la creación de suelo a precios competitivos. Esto es vital para la sostenibilidad futura del sector. Para competir con otros países y atraer mayor actividad logística e industrial a España, es necesaria una política pública de desarrollo de suelo que nos permita competir en mejores condiciones.

¿Qué diferentes servicios están ofreciendo a sus clientes como partner inmobiliario especialista en activos inmobiliarios para la industria logística?

En primer lugar, ofrecemos calidad, tanto en nuestros inmuebles como en el servicio que prestamos durante la estancia de los clientes en ellos. Tenemos más de 17 años de experiencia en la promoción y gestión de inmuebles logísticos en España, y durante esos años siempre hemos buscado adaptarnos para satisfacer las necesidades de



“En los últimos años, una media del 30 % de las operaciones de alquileres logísticos en España tiene relación directa o indirecta con el e-commerce”

nuestros clientes, así como innovar constantemente para ofrecerles el mejor producto tanto en calidad como en eficiencia, acompañado siempre del mejor servicio de gestión.

La búsqueda de la excelencia está dentro de nuestro ADN. Recientemente hemos introducido el concepto Eegle, a través de una aplicación que hemos desarrollado en partnership con una consultora tecnológica, con la que fácilmente, desde un dispositivo móvil, se puede gestionar la operativa y mantenimiento de las instalaciones que conforman un inmueble.

Asimismo, ofrecemos un servicio inmediato de respuesta a nuestros clientes ante cualquier incidencia que pueda ocurrir, siguiendo los procedimientos establecidos en la ISO 9001 vigente para dichos servicios. Recientemente hemos introducido también el concepto del Clear Lease en nuestros contratos de alquiler, al que cada día se adhieren nuestros clientes y que simplifican al máximo el ejercicio de reconciliación de gastos y evitan incertidumbres en sus presupuestos anuales.

Con presencia en 19 países, ¿qué ventajas obtienen sus clientes de estas sinergias internacionales?

El hecho de ser Prologis una empresa global en un mundo más globalizado nos ha facilitado el hecho de captar nuevos clientes, mantenerlos y crecer con ellos en otros países donde operamos. Si un cliente en Alemania o en Japón tiene una muy buena experiencia con Prologis en esos países –ya sea por la calidad de nuestros inmuebles, la relación calidad-precio o el servicio que prestamos, por ejemplo–, normalmente querrá repetir-

la si desea establecerse o crecer en España o en cualquier otro de los otros 19 países donde tenemos presencia.

Habiendo promovido alrededor de 900.000 metros cuadrados de inmuebles y con otros 80.000 en desarrollo, ¿en qué aspectos considera que Prologis ha sido una empresa innovadora dentro de su sector?

Desde que Prologis entró en Europa en 1997, en cada uno de los países donde hemos accedido y desarrollado nuestras promociones, nos hemos convertido en la referencia a seguir. Antes de diseñar o promocionar cada inmueble que desarrollamos, nos ponemos en el lugar de nuestros clientes para tratar de comprender lo que ellos querían. En esta dirección, trabajamos para que cada inmueble cuente con la mayor calidad, eficiencia energética, funcionalidad, confort, durabilidad y prestaciones para nuestros clientes, independientemente del coste de llevar a cabo esas ideas.

¿Cuáles son las pautas que siguen en la búsqueda de suelo para la industria logística?

Para nosotros es objetivo cualquier ubicación próxima a una masa crítica de consumo o producción, o bien cercana a importantes infraestructuras intermodales o varios nudos terrestres con conexiones directas a las arterias principales de transporte en Europa. Fuera de cualquiera de estos parámetros, no es estratégico para nosotros.

¿De qué forma está afectando la explosión del e-commerce?

En primer lugar, el e-commerce permite una mayor actividad logística y demanda de inmuebles y empleo con relación directa al mismo. En los últimos años una media del 30 % de las operaciones de alquiler en España tiene relación directa o indirecta con el e-commerce, lo que ha provocado que el sector inmobiliario logístico sea de los primeros en recuperarse de la crisis.

Y, por otro lado, ha atraído mucho capital inversor que antes no invertía en nuestro sector, o bien tenía otras preferencias de inversión. Hoy en día la gran mayoría de los fondos de inversión tienen en cartera activos logísticos, y esto es gracias al boom del e-commerce. Esto ha propiciado que, actualmente, la valorización de los inmuebles logísticos se encuentre en niveles récord e impensables hace tan solo 5 años.



TM2, a la vanguardia de la innovación en el sector del embalaje

¡No toques madera, confía en TM2! Una empresa que lleva más de 25 años dedicada al sector del embalaje industrial, especializada en embalajes de madera, trincaje y logística. Situados dentro del Port de Barcelona, punto privilegiado, son capaces de abarcar todos los servicios de la cadena logística.

La innovación forma parte del ADN empresarial de TM2, de eso no hay duda. Cuentan con un equipo muy proactivo que tiene la necesidad de crecer y renovarse constantemente y eso es sinónimo de crecimiento empresarial de la mano de las principales innovaciones del sector.

De hecho, un ejemplo de este afán de mejora constante es la creación del sistema de cajas auto-montables Quick Packaging®, desarrollado tras la necesidad que les planteaban sus clientes de optimizar espacio, reducir tiempos, riesgos y, sobre todo, costes. “Otro ejemplo de nuestro compromiso con la innovación es la reciente implantación de carretillas eléctricas en nuestra planta, las cuales cuentan con baterías de hierro litio y su durabilidad es de por vida, obteniendo así una mejora en la prevención de riesgos laborales y una reducción muy importante del impacto medio ambiental”, nos explica Beatriz Jiménez, directora de Marketing de TM2.

“Mi objetivo desde que llegué a TM2 fue acercar nuestra empresa a todos los públicos ya que, para muchos, el embalaje industrial es un sector totalmente desconocido a pe-



Beatriz Jiménez, directora de Marketing de TM2

sar de ser consumidores de ello”, añade la directiva. Y lo ha conseguido, ya que TM2 ha logrado conectar con el público. “Queremos que se nos conozca a nosotros y no solo a nuestro logo”, asegura.

Nuevos retos en el sector

El sector del embalaje industrial se encuentra en constante cambio y de-

be innovar continuamente para poder atender a las nuevas exigencias del mercado. Este cambio es cada vez más ágil, por lo que las empresas deben permanecer atentas ante cualquier indicio de nueva tendencia.

TM2 es una empresa referente en embalaje industrial, logística y trincaje en España y México



guros, etc. Y, por último, no podemos olvidarnos de las nuevas formas de comunicación”.

Hablar de tú a tú, clave del éxito

Con el objetivo de estar más cerca de sus actuales y potenciales clientes, TM2 presta una importante atención a las labores de difusión de la marca, siendo especialmente activos en redes sociales y en el blog corporativo. “Nuestra estrategia es ser transparentes, que nuestros proveedores, clientes e incluso competencia sepan qué hacemos y cómo lo hacemos. Cuando estás orgulloso de tu trabajo quieres mostrarlo, y nuestro plan de comunicación se basa en la cercanía, la confianza y la calidad”, afirma Jiménez.

Y de esta estrecha relación con sus clientes surgen ideas para crear nuevos productos o incorporarles renovadas funcionalidades. En esta dirección, el equipo de TM2 tiene en mente un nuevo modelo de embalaje aún más eficiente y respetuoso con el medio ambiente. “Aún es pronto para hablar de él, pero esperamos poder presentarlo pronto. Igualmente, seguimos apostando por nuestro sistema Quick Packaging®, el cual es más seguro, más rápido de montar y más eficiente para el medio ambiente respecto a los embalajes auto-montables con metal”.



www.tm2.es

El **SIL Visitor Experience**, una de las novedades de SIL Barcelona 2018

SIL Barcelona es una feria donde se hacen buenos negocios y muchos contactos. Ese es el máximo objetivo de la organización y veinte años como Feria Líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa lo avalan. Para que este objetivo de generar negocio y contacto se cumpla al máximo, el SIL 2018 lanza SIL Visitor Experience, una iniciativa cuyo objetivo es poner en contacto directo a los visitantes de la feria con las empresas expositoras de mayor interés para ellos.

El SIL quiere conseguir que todos los profesionales que asisten a la feria tengan una gran experiencia de visita y para ello les pone las cosas fáciles, respondiendo de forma directa a sus necesidades dándoles respuestas inmediatas.

Match & Meet, el objetivo del SIL Visitor Experience

El objetivo del SIL Visitor Experience es emparejar (“match”) y reunir (“meet”) a los visitantes con las empresas expositoras que más les puedan interesar para su negocio. Para ello, era imprescindible contar con información de primera mano sobre los intereses y expectativas de cada visitante. Así, para acreditarse, cada visitante debía rellenar un formulario en el que se especifica qué tipo de

empresa busca en el SIL y qué sector es el que más le interesa.

Una vez recibido el formulario, el SIL se ocupaba de hacer una selección de las empresas más afines a los intereses del visitante. Con este listado, cada uno puede programarse una agenda de reuniones. Este servicio único ahorra tiempo y esfuerzo a los profesionales de cara a planificar su visita. Durante su estancia en el SIL pueden capturar todos los datos de los contactos que realice en la feria a través de la APP del SIL, que también permite exportar dichos contactos en Excel y recibirlos en el correo electrónico del visitante para que éstos queden debidamente registrados y guardados.

Círculo Logístico, un espacio para el Networking

Siete ediciones anteriores confirman que el Círculo Logístico es

un espacio donde se generan contactos y negocio. SIL Barcelona contará un año más con este espacio exclusivo donde las empresas expositoras podrán contactar con los directores de logística y/o cargadores de empresas industriales de alimentación, química, farmacéuticas, textil, automoción... Para poder contactar con el máximo número de empresas expositoras, el Círculo Logístico organiza un “speed dating”, es decir, una serie de citas breves en las que ambas partes tienen la oportunidad de conocerse e intercambiar tarjetas para ampliar el contacto en el futuro. Además, en el Círculo Logístico se celebra un Lunch Networking donde las partes se conocen de una forma más distendida.

SIL Barcelona Congress

Otro de los atractivos de SIL 2018 para los visitantes es el SIL

SILBARCELONA
expo & congress
5-7 Junio 2018 // B2B

Barcelona Congress, donde más de 200 ponentes de prestigio internacional presentarán un centenar de casos de éxito. Con el título “Logística e Industria 4.0, una conexión necesaria”, el Congreso de SIL Barcelona 2018 centrará su interés en cómo los fabricantes, las cadenas de suministro y el transporte deben afrontar aspectos tan actuales como es el caso de la transformación digital, los avances tecnológicos y la sostenibilidad.

En definitiva, SIL Barcelona ha puesto su máximo empeño en lograr que las empresas participantes saquen todo el rendimiento posible a su visita a la feria. Para facilitarles su llegada y su estancia, la feria ofrece también una serie de ventajas como son descuentos en una serie de hoteles seleccionados por su calidad y cercanía al recinto ferial, además de tarifas especiales en los viajes a Barcelona.

SIL es la feria líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa

El salón celebra este año su vigésima edición en el recinto Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona

www.silbcn.com

Entrevista ANTONIO GONZALO Y XAVIER VIDIELLA RESPONSABLES DE A. PLAZAS

“Apostamos por la logística de calidad en el arco mediterráneo español”

Hace más de medio siglo que A. Plazas está presente en el mundo de la logística y el transporte, en los últimos meses ha abierto un Depósito Fiscal, para vinos, espumosos y destilados, hablamos con Antonio Gonzalo y Xavier Vidiella, directores de Transporte y Operaciones, respectivamente.

¿Cuáles son los orígenes de Plazas?

A.G.: La empresa fue fundada en 1962 por el Sr. Ángel Plazas, presidente de la compañía. Comenzó él solo con un camión y poco a poco fue haciendo crecer su proyecto hasta convertirlo en lo que es hoy.

¿Con qué estructura cuentan actualmente?

X.V.: Plazas dispone de 45 vehículos propios, a los que hay que sumar un centenar largo de autónomos y empresas de transporte que colaboran con nosotros a diario. Todo ello nos permite



realizar más de 1.000 expediciones en las más de 150 cargas diarias de camiones que llevamos a cabo. Si hablamos de equipo humano, la empresa cuenta con una plantilla formada por 80 trabajadores.

¿En qué área geográfica están presentes?

X.V.: Desde siempre hemos apostado por ofrecer una logística diaria y de calidad que cubre el arco mediterráneo español desde Murcia a La Jonquera. Además, realizamos conexiones diarias con las grandes zonas de consumo, como Cataluña, Madrid, Bilbao, Zaragoza, Valencia y el sur de la Península.

A.G.: Para ofrecer una cobertura adecuada, Plazas cuenta con distintas naves que suman más de 40.000 m² de superficie, repartidos entre la sede

central en Subirats y la delegación de La Vall d'Uixó, en Castellón.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

X.V.: Desde siempre, como empresa familiar que somos, la filosofía de Plazas se ha basado en ofrecer una atención muy directa y personalizada a cada uno de nuestros clientes. Dada nuestra ubicación, tenemos una gran tradición en proporcionar servicios logísticos al sector del vino y el cava, unos servicios que son integrales y que se han traducido en el lema “Del viñedo a la mesa”. En este sentido, podemos ocuparnos del transporte de uva hasta el lagar, participando en todo el proceso de producción, gestionando los residuos que esta actividad se generan y terminando con los servicios logísticos y transporte de las bodegas más importantes de España. Además, en nuestra cartera de

clientes figuran también Distribuidoras de bebidas y alimentación, fabricantes de envases de vidrio, destilerías y bodegas elaboradoras en las distintas zonas vitivinícolas españolas y fabricantes de packaging del mundo del vino (capsulas, etiquetas, cajas...).

A.G.: A todo esto hay que añadir que el año pasado pusimos en marcha el Depósito Fiscal para el almacenaje de vinos, espumosos y destilados de alta graduación, lo que nos ha llevado a internacionalizar nuestros servicios, tanto para importadores como para empresas exportadoras.

Pero no es el único sector que confía en Plazas...

A.G.: No. También trabajamos para empresas del sector de la automoción, del chocolate, de la construcción o para las principales fábricas de azulejo de Castellón. A todas ellas, con mucha profesionalidad les ofrecemos expediciones diarias a toda la península y también a las islas.

¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

X.V.: El futuro pasa por crecer y por consolidarnos como referente en el transporte hacia las grandes plataformas logísticas de consumo, un crecimiento en el que tendrá un papel protagonista el servicio de Depósito Fiscal como vía para cumplir con nuestra filosofía: poner las cosas fáciles a los clientes a la hora de realizar su distribución.



www.aplazaras.com

Aragón Plataforma Logística conecta el Mediterráneo y el Cantábrico

La oferta de la Comunidad lidera la propuesta nacional por su conectividad, calidad, innovación y formación

Aragón avanza cada vez más para convertirse en uno de los puntos logísticos de referencia de España y del sur de Europa gracias a la altísima calidad de sus infraestructuras, que ofrecen a las empresas que quieran instalarse en Aragón múltiples posibilidades para conectar con la Península. La innegable conectividad de las plataformas ha sido respaldada recientemente por el Ministerio de Fomento con el anuncio de que Zaragoza será el punto de conexión entre el Corredor Mediterráneo y el Cantábrico, un nuevo empujón que convierte a la capital aragonesa en el centro de la distribución nacional.

Aragón Plataforma Logística (APL) es la sociedad pública

que presenta la Comunidad de Aragón a las empresas vinculadas al mundo de la logística interesadas en una eficiente conexión por ferrocarril, avión y carreteras con el conjunto de España y el sur de Europa, referencia ya para un conjunto de multinacionales que han encontrado en ella un nudo de conectividad eficiente y una apuesta por la integración de suelo, infraestructuras, servicios, investigación y formación en logística.

Al margen de esta puesta en valor de los medios y las infraestructuras existentes, y de la disponibilidad de suelo, sobre el que se trabaja en continuos planes de mejora (particularmente en las conexiones por ferrocarril), la oferta de Aragón Plataforma Logística cuenta con elementos diferenciadores que buscan la excelencia en todos los ámbitos de la logística. En total, Aragón dispone de un conjunto de más de 1.700 hectáreas disponibles de gran calidad, 164 conexiones semanales por tren a los Puertos de Valencia, Barcelona y Bilbao través de sus dos terminales marítimas y 34 vuelos semanales desde Zaragoza hasta varios continentes, con conexiones directas semanales a Asia.

Esta apuesta, que compromete ya a toda la Comunidad, cuenta con el respaldo privado de las empresas del sector agrupadas en el clúster logístico Alía, así como de las casi 400 compañías ya instaladas en la Comunidad, que cuentan con casi 14.000 empleados en sus instalaciones aragonesas. La últi-



ma en sumarse a esta iniciativa, presente y de futuro, ha sido la plataforma portuaria china de Yiwu –el principal puerto comercial del mundo, Nimbao-, que se ha asociado a APL.

Firmas como Inditex, B/S/H, Pikolin o Mercadona, han confiado en Aragón para sus proyectos de instalación y de ampliación. Uno de los valores más reconocidos es la oferta en investigación y formación en logística que Aragón ofrece, con bazas como la del Instituto Tecnológico de Massachusetts, como líder del Zaragoza Logistics Center (ZLC), la cátedra APL inaugurada recientemente en la Universidad de Zaragoza o centros de innovación como el Instituto Tecnológico de Aragón. Por todo ello, Aragón Plataforma Logística está siendo reconocida en distintos foros europeos como destino relevante para la inversión.



**Aragón
Plataforma
Logística**

www.aragonplataformalogistica.es



Entrevista **JUAN CARLOS ORDÓÑEZ** CCO DE CEGASA

We are ENERGY, we are LITHIUM, we are CEGASA



Cegasa lleva desde 1934 ofreciendo sistemas de almacenamiento electroquímico de energía, es decir, pilas y baterías. Empresa intrínsecamente innovadora, este año presenta en el Salón Internacional de la Logística varias novedades para los llamados vehículos industriales inteligentes (AGV), así como para las carretillas, apiladoras y transpaletas.

El almacenamiento de energía es el core business de Cegasa, y eso es lo que llevan haciendo desde 1934. ¿Con ese largo recorrido como empresa especializada podemos decir que Cegasa lidera el sector?

Cegasa, desde sus orígenes, ha sido una empresa siempre relacionada con el almacenamiento electroquímico de energía, lo que comúnmente conocemos como pilas y baterías. Somos la única empresa española y una de las pocas a nivel europeo con la experiencia de haber fabricado más de 500 millones de celdas anualmente, por lo que podemos decir que nuestro conocimiento y expe-

riencia tecnológica son la de una compañía líder.

El sector de la energía ha evolucionado a pasos de gigante, la innovación ha provocado esa evolución. ¿Qué papel juega el departamento de I+D+I en Cegasa?

La innovación es una constante vital, tanto como lo es la sangre en una persona. Nuestro departamento de I+D+I es nuestro ADN, sin él no seríamos Cegasa. Cegasa siempre ha invertido en I+D+I desde sus orígenes, hemos sido pioneros en el diseño de pila alcalina y en pila Zinc-Aire, y ahora nuevamente en Litio-Ion.

Concretamente, en el caso del Litio-Ion, comenzamos en el año 2000 a investigar, cuando prácticamente muy poca gente lo conocía. Hoy nuestro laboratorio cuenta con un equipo de profesionales con más de 20 años de experiencia y con el equipamiento más avanzado. Nuestro I+D+I es uno de los pocos a nivel europeo que cuenta con un avanzado laboratorio de homologación de seguridad para celdas y equipamientos que incorporan Litio-Ion.

¿Cuál es el eslogan de la compañía que les define?

We are ENERGY, we are LITHIUM, we are CEGASA. Somos ENERGÍA, somos LITIO, somos CEGASA. El trío ENERGÍA-LITIO-CEGASA define muy bien lo que somos, nuestros conocimientos y nuestra experiencia.

Cegasa destaca la cercanía que mantienen con sus clientes así como su servicio post-venta. ¿Pode-

mos decir que ese enfoque es el pilar de la compañía en cuanto a diferenciación?

Son dos los pilares: que nuestros productos sean muy fáciles de instalar y de usar; y que nuestros clientes sientan que han tomado la mejor decisión con un buen producto y un buen servicio. Pretendemos con nuestros productos que los clientes no tengan miedo a usar tecnologías novedosas y, si tienen dudas, que puedan preguntarnos.

¿Qué diferentes categorías de productos de almacenaje de energía ofrecen actualmente?

En Cegasa ofrecemos soluciones de almacenamiento para equipos industriales móviles y sistemas estacionarios.

¿Qué tipo de aplicaciones tienen las baterías de Cegasa?

Las aplicaciones son muy amplias, destacaría las baterías de tracción para carretillas y transpaletas,

la alimentación de AGV's, y los sistemas de almacenamiento para autoconsumo.

¿Quiénes son los principales clientes de Cegasa?

Es una tipología también muy diversa ya que, por un lado son fabricantes de equipos a los que les ofrecemos baterías que a su vez incorporan en sus soluciones, por otro, instaladores de sistemas renovables a los que ofrecemos soluciones de almacenamiento para autoconsumo, y también empresas fabricantes y/o mantenedoras de maquinaria industrial móvil, empresas de mantenimiento de infraestructuras, etc.

¿Están presentes en el Salón Internacional de la Logística que se celebra estos días en Barcelona? ¿Con qué novedades van a sorprender a los visitantes?

El salón es un buen punto de encuentro de profesionales del sector y en esta edición vamos a presentar nuestra gama eLion, las baterías para tracción de Litio-Ion de Cegasa. Se presentan seis modelos en 24V y siete en 48V. eLion es compatible con cualquier tipo de carretilla, apiladora o transpaleta. También presentaremos eNerlit, una nueva gama de baterías especialmente pensadas para AGV. Tanto eLion como eNerlit son baterías totalmente libres de mantenimiento, cuya vida útil supera los 10 años. Con nuestras baterías aumenta la capacidad de trabajo de la máquina e incorporan carga ultrarápida.



Entrevista **XAVIER CABANÉ** DIRECTOR GENERAL DE CARRETILLAS TR

“La batería de las carretillas BYD tiene unas prestaciones inalcanzables para la competencia”

Con más de un siglo y medio de presencia en el mercado, Carretillas TR es una de las empresas más veteranas del sector de la manutención en nuestro país. Hablamos con su Director General, Xavier Cabané, para conocer los retos de futuro de una firma que distribuye oficialmente una de las marcas que han revolucionado el sector de las carretillas.



¿Cuándo nació Carretillas TR?

La empresa se puso en marcha en 1867 en el barrio del Poble Sec de Barcelona, donde aún permanece. Se trata de una empresa familiar que ha sabido adaptarse a los cambios del sector durante más de 150 años, algo que pretendemos seguir haciendo.

¿Cuál es su actividad?

Nos dedicamos a la compra, venta, alquiler y reparación de carretillas elevadoras y otros elementos relacionados con la manutención. Para ello contamos con un equipo formado por 31 personas en plantilla, a los que hay que sumar un grupo de colaboradores externos.

¿En qué mercados están presentes?

El 80% de nuestra actividad se centra en Barcelona, mientras que el resto cubre otras partes de Catalunya.

¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Trabajamos para cualquier empresa que necesite soluciones de manutención para su logística interna: fabricantes de alimentación y bebidas, operadores logísticos, industria papelera... Cualquier compañía que necesite un equipo de calidad puede ser cliente de Carretillas TR.

¿Qué diferencia a la empresa de sus competidores?

Creo que hay varios elementos que nos definen muy bien. El primero de ellos es el nivel de servicio que ofrecemos a nuestros clientes. Para una industria, una avería en una carretilla significa una actividad detenida y una pérdida económica, de modo que tenemos que ser rápidos y flexibles a la hora de repararla o sustituirla para que nuestro cliente tenga el menor número de problemas posibles.

El segundo gran aspecto que nos caracteriza es la calidad de nuestra oferta. En un mercado que tradicionalmente se ha caracterizado por no innovar demasiado, Carretillas TR distribuye marcas que van a revolucionar el mercado. Hablo de Hyster y, sobre todo, de BYD.

Por ejemplo...

Una de las mayores innovaciones que hemos incorporado a nuestro abanico de soluciones son los modelos e BYD, una empresa a la que se conoce como el Tesla chino y que es el mayor fabricante de vehículos eléctricos del mundo. Su nivel tecnológico es muy alto y lo ha aplicado también al sector de las carretillas.

¿Qué aportan los modelos BYD?

BYD Forklift, por ejemplo, es una carretilla eléctrica muy eficiente y segura que permite al usuario ahorrar miles de euros sin perder eficacia. El secreto radica en las baterías de tecnología de litio hierro fosfato desarrolladas por el fabricante, que aportan numerosas ventajas y unas prestaciones inalcanzables para la competencia.



Un gigante de la movilidad eléctrica

BYD Forklift, máquina del año 2016 y nominada a los premios IFOY de 2018, donde luchará por vencer de nuevo a algunos de los más conocidos fabricantes occidentales y japoneses, es un ejemplo de la capacidad tecnológica de una empresa que es ya el mayor fabricante de baterías recargables del mundo.

Con una facturación de 13 mil millones de USD y 226.000 empleados, BYD no solo se ocupa del sector de las carretillas –donde ha creado la primera gama completa dotada de baterías con fosfato de hierro y litio–, sino que además es el creador del e-bus más vendido del mundo y ha comercializado más de 5 millones de automóviles eléctricos desde el año 2003. La compañía está presente también en otros sectores como los ordenadores, la optoelectrónica, la telefonía móvil, los microprocesadores, la energía solar, o el mundo LED, entre otros.

Carretillas TR es distribuidor y servicio técnico oficial en Catalunya de la gama de carretillas BYD, cuya oferta puede encontrarse en el catálogo de la empresa barcelonesa.



¿Como cuáles?

Disponen de un sistema ultra rápido que permite cargar al 100% la baterías en un plazo de entre 1 y 2 horas. Además, es una batería que no tiene mantenimiento (no necesita agua destilada ni ser sustituida), supera los 15 años de vida útil y permite lo que se conoce como cargas de biberonaje, es decir, cargas parciales sin generar el efecto memoria que sí se produce en otros tipos de baterías. Por darle un dato, las baterías BYD se han probado y llegan a alcanzar los 22.000 ciclos de carga, mientras que las convencionales se quedan en 1.500. A todo ello hay que sumar que no presentan riesgo de explosión

o incendio y que no genera emisiones, gases inflamables ni líquidos corrosivos.

¿Cuál es el modelo estrella de la marca?

Sin duda, la carretilla eléctrica ECB50 de hasta 5 toneladas de BYD Forklift, que aventaja a su competencia más directa en máquina de litio ofreciendo hasta un 50% más de trabajo. Sus prestaciones son tan elevadas que se la conoce como la carretilla “mata diésel”, puesto que permite a las empresas reemplazar sus equipos de gas, gasóleo y plomo-ácido para uso de interiores y exteriores. Y hacerlo, además, contribuyendo a la reducción de las emisiones de CO₂ al tiempo que se ahorra en costes.




Carretillas TR

Entrevista CLETO VÁZQUEZ GERENT DE LA HISPANO IGUALADINA MONBUS

“Servim als viatgers i a una administració que vol el millor transport públic”

La Hispano Igualadina és una empresa de transport regular i discrecional de viatgers per carretera a Catalunya amb una llarga història al darrere. Per conèixer la realitat de la companyia, parlem amb el seu gerent, Cleto Vázquez.

Creu que hi ha algú a Catalunya que no conegui La Hispano Igualadina?

Diffícil, gairebé impossible, diria jo, si no tenim en compte els infants molt petits. L'empresa va néixer l'any 1916 i ha estat part fonamental de la vertebració i el desenvolupament de Catalunya en aquest darrer segle, sempre amb la premissa d'oferir als seus clients un servei de qualitat i adaptat, en tot moment, a les seves necessitats. Des de l'any 2009, La Hispano Igualadina forma part del grup Monbus, amb qui comparteix filosofia de treball.

On es troba present avui en dia l'empresa?

Des de la incorporació al grup Monbus s'ha intensificat el servei discrecional i xàrter, però el veritable punt fort de La Hispano Igualadina són els serveis regulars. En aquest àmbit, gestionem 12 concessions i serveis urbans que serveixen més de 300 poblacions de Catalunya i Andorra, entre les quals destaquen les línies d'Igualada-Barcelona, Vi-

lafranca del Penedès-Barcelona, Reus-Tarragona i la més recent, que és la que uneix Manresa amb Barcelona. A més, formem part del programa Bus Exprés en algunes d'aquestes línies.

De quina estructura disposen per cobrir aquesta oferta?

Avui en dia disposem, aproximadament, de 800 autobusos, entre els de La Hispano Igualadina i els de la resta de línies del grup amb què operem. Es tracta d'una flota amb una edat mitjana no superior als cinc anys i que renovem periòdicament.

Com definiria la filosofia de treball de La Hispano Igualadina?

Crec que el que millor ens defineix és el nostre interès a unificar el servei al client i al passatger amb l'optimització que busquen les administracions públiques a l'hora de vertebrar una xarxa de transport públic eficaç i de qualitat. En aquest sentit, gairebé un segle d'experiència ens ha permès conèixer molt bé les necessitats del mercat en cada

moment i respondre amb un servei perfectament estudiat.

I que els ha permès créixer...

En un món que es mou per concessions, el creixement d'una empresa com la nostra ha arribat gairebé sempre per mitjà de l'adquisició d'altres companyies més petites que ens han permès no solament augmentar la nostra capacitat, sinó també incorporar a la nostra oferta altres concessions més petites. Qualsevol creixement futur de l'empresa vindrà, d'una banda, gràcies al suport d'un grup com Monbus; d'altra, a partir d'aquest tipus d'operacions i, finalment, gràcies a la concurrència competitiva a les licitacions públiques.

Es pot innovar en un sector com el del transport públic de passatgers?

Es pot innovar, tant en l'àmbit intern com en el d'operacions. El nostre repte ha de ser acostar el servei al públic i fer que els veïns de les localitats a les quals servim vegin en el transport de viatgers per carretera una alternativa de qualitat, eficaç i sostenible. Per això treballem constantment per créixer en nombre d'expedicions i de recorreguts o en quelcom com ara el transport a demanda, pensat per oferir una via de mobilitat a les localitats amb poca demanda i certa dispersió de població. I, naturalment, s'innova aprofitant els avenços tecnològics.

Per exemple?

L'evolució de la tecnologia aplicada al transport per carretera arriba, d'una banda, amb els avenços que incorporen els vehicles: avisador de canvi de carril, control de proximitat de vehicle o el control via satèl·lit de la te-



lemetria del funcionament de l'autocar; d'altra banda, també l'apliquem per oferir a l'usuari la màxima informació possible sobre el nostre servei.

No hi ha mobilitat viable sense transport públic...

Exactament. Per això, a La Hispano Igualadina treballem d'una manera molt estreta amb les administracions públiques, un contacte que ens permet detectar noves necessitats i millorar el servei. Durant la crisi, per exemple, el nombre de viatgers en transport públic col·lectiu va créixer notablement. Si l'usuari té una bona xarxa que sigui fiable, accessible i àmplia, confia en aquest tipus de mobilitat.

Es pot quantificar la xifra de passatgers que fan servir La Hispano Igualadina a l'any?

L'any passat vam transportar 5.100.000 passatgers i vam superar de molt els 3.930.000 usuaris de 2016. Pel que fa als quilòmetres, vam passar de 7.200.000 quilòmetres, el 2016, a gairebé 7.600.000, el 2017. Que milions de ciutadans confiïn en nosaltres per portar-los a la feina o al seu centre d'estudis i per portar-los de tornada a casa és una responsabilitat, però també un orgull.

Parla d'implicació amb la societat i les administracions.

L'empresa disposa d'una política de responsabilitat social corporativa?

Tant com a La Hispano Igualadina com en qualitat de membres del grup Monbus participem en diverses iniciatives, com ara la col·laboració amb entitats d'interès social, associacions municipals i supramunicipals o en el patrocini d'esports de base, entre els quals destaca el bàsquet. També traslladem la nostra política social al tracte amb el client, que sempre és proper i cordial.

Quins són els reptes de futur de La Hispano Igualadina?

La nostra empresa sempre ha mantingut un vincle molt fort amb tot el territori català i la intenció és mantenir-lo i reforçar-lo en els propers anys. Coneixem bé Catalunya i la sensibilitat de la seva Administració amb el servei de transport de viatgers, així com les necessitats de transport dels seus ciutadans, de manera que treballarem per donar-los resposta i per arribar tan a prop d'ells com sigui possible, ja sigui amb més expedicions i freqüències, o bé adequant-les a la demanda real de l'usuari, per tal de fer-li més còmode, útil i fiable el seu transport diari.