

# “El reto es crear una oferta adaptada a cada cliente”

Lourdes Soto es miembro de la Junta Directiva del CEL desde diciembre de 2005. Su incorporación a nuestra asociación responde a la voluntad de reforzar la presencia de nuevos sectores en la Junta y contar con la opinión de profesionales de todos los ámbitos de la logística.

Lourdes **Soto**  
Directora de Logística de  
GEFCO y miembro de la  
Junta Directiva del CEL

– ¿Cómo ha sido tu incorporación al CEL?

– Me lo propuso **Alejandro Gutiérrez**, de Día-Carrefour, con el que tengo una buena relación personal. La propuesta me pareció interesante, porque me permite estar en contacto con las necesidades logísticas de otros sectores diferentes al nuestro ya que, como sabéis, la especialización logística de GEFCO está todavía muy ligada al mundo de la automoción, y el poder intercambiar experiencias reales con problemas comunes me pareció muy positivo.

– ¿Cómo crees que puedes contribuir al desarrollo de la asociación?

– A través de mi experiencia en la actividad logística de automoción. Este es un sector tremendamente puntero, tanto en logística de aprovisionamiento (del tornillo al motor), como en logística de distribución (coche terminado).

– El CEL es una de las entidades con mayor experiencia en España en la formación especializa-

da en logística y en la difusión de conocimiento en el ámbito de la gestión de la cadena de suministro. A lo largo de más de 25 años, ha trabajado para aportar el máximo valor a sus socios y a la comuni-

dad logística ¿Cómo valoras la tarea realizada hasta ahora por el CEL?

– El CEL es una entidad reconocida en todo el país, es multisectorial y se implica abiertamente en las necesidades de formación, que destacan de forma más relevante sus diferentes socios. Está, además, muy implicada con otros organismos que, a nivel europeo, gestionan el mismo tipo de necesidades dentro de un perímetro geo-económico muy próximo.

– El sector logístico está inmerso en un momento de importantes cambios y desafíos. Hasta ahora, sabemos cuál ha sido el papel del CEL, pero ¿cuál crees que debería ser en un futuro, teniendo en cuenta el actual escenario económico y en el marco también de la proliferación de entidades y asociaciones vinculadas al sector?

– Creo que el CEL debe mantener su propia identidad, con su experiencia y saber hacer dentro del sector logístico, estando muy atento a la evolución del contexto económico, analizando las nuevas necesidades y alternativas que se perfilan en esos nuevos mercados (influencia del Este, globalización, impacto medioambiental, infraestructuras...).

– Desde tu experiencia, y por tanto, desde la perspectiva singularmente de una firma de servicios logísticos, ¿cuáles son los principales desafíos de los operadores logísticos en los próximos años, en términos de eficiencia, competitividad



*“Creo poder contribuir al desarrollo de la asociación con mi experiencia en la actividad logística en un sector puntero como el de la automoción”*

en el mercado y fidelización de clientes?

– Los principales desafíos son, por supuesto, la competitividad; nuestra integración en la Supply Chain de nuestros clientes pasa, sobre todo, por la mejora de costes manteniendo altos niveles de calidad y trazabilidad de sus productos. La mejora continua de forma proactiva ayuda, por supuesto, a la fidelización del mismo.

– Según los datos de 2004, el sector de los operadores logísticos creció por encima de un 10%. ¿A qué crees que se debe la buena marcha del sector? ¿Opinas que va a continuar?

– La buena marcha del desarrollo del sector se debe, sobre todo, a las mejoras de las nuevas tecnologías que aportan niveles de integración muy altos en la Supply Chain del cliente. La necesidad de mejorar costes y la especialización sectorial es cada vez más fuerte en los operadores.

– ¿En qué modo consideras que la tecnología puede contribuir a la satisfacción y fidelización del cliente, y en definitiva, a una mayor eficiencia logística?

– Los principales retos son el poder presentar una oferta integral en función de las necesidades del cliente. Pero además, hacerlo con unos niveles de servicio homogéneos y tangibles, sea cual sea la ubicación geográfica de la demanda. Por supuesto, que el desarrollo de la tecnología permitirá esa trazabilidad integradora.

– ¿Cómo ves el futuro del transporte? Frente a retos como la saturación de carreteras, la necesidad de reducir el impacto medioambiental del transporte, el cumplimiento de las normativas comunitarias al respecto, el fomento del transporte intermodal, el incremento en los carburantes, etc. ¿Cuál es la estrategia de GEFCO en estos aspectos?

– La saturación de la carretera y el impacto medioambiental hacen necesario el desarrollo de una normativa homogénea a nivel comunitario.

Por supuesto que la intermodalidad es una apuesta innegable. No obstante, nuestras vías de comunicación vía ferrocarril tienen todavía mucho camino por recorrer.

La estrategia es apostar por sistemas mixtos de comunicación: carretera–ferrocarril–puertos (Barcelona, Sagunto, Algeciras, Vigo), que nos permitan la comuni-

cación con nuestra red y mantener los plazos de entrega exigidos por el mercado.

– En el marco de la liberalización del ferrocarril ¿crees que ésta va a contribuir a la descongestión o mejora del transporte por carretera?

– Eso es lo que esperamos en el sector. Las carreteras están realmente saturadas y una de las mejores alternativas para solucionar este problema es apostar por la multimodalidad. Ahora bien, estamos aún en el inicio de una transformación que irá desarrollándose poco a poco. Para competir con la carretera, los nuevos actores de transporte de mercancías por ferrocarril tienen que ofrecer buenos precios y ventajas en el servicio. Si así lo hacen, creemos que muchos sectores industriales, cuando menos, se plantearán migrar parte de sus envíos al transporte por ferrocarril.

– Un año más, GEFCO va a estar presente en el SIL ¿Qué novedades va a presentar?

– Todos los visitantes que se acerquen al stand de GEFCO este año en el SIL podrán conocer cómo ha evolucionado la compañía en estos meses con nuevas rutas terrestres y marítimas, nuevos servicios de valor añadido para el cliente, etc. Pondremos foco además en la actividad de GEFCO como compañía especialista en el área mediterránea y con gran experiencia en la Península Ibérica.

– En los últimos años han aumentado el número tanto las ferias como los foros de debate del sector. ¿Qué opinas de esta proliferación? ¿Requiere el sector de tantos certámenes feriales, es decir, crees que hay espacio para todos?

– Hasta el momento creo que sí que hay sitio para todos y cualquier iniciativa que promueva el desarrollo del sector será bienvenida. Las ferias son un lugar clave para iniciar contactos y generar negocio, pero no podemos olvidarnos de la parte formativa de seminarios y congresos. GEFCO mantiene una apuesta firme por la formación especializada en logística y transporte y como tal, consideramos que estos encuentros son una buena forma de poner en común el conocimiento de los profesionales del sector.

## El perfil

**Lourdes Soto es licenciada en Filología Francesa por la Universidad Complutense de Madrid. Doctorada en Alta Dirección de Empresas por el Ministerio de Educación Nacional Francés (CPA), ha completado su formación con un gran número de cursos y seminarios vinculados al sector logístico. Su carrera profesional en GEFCO España, S.A. comenzó en el departamento de Exportación de Madrid, en 1989. Desde el 2000, se ocupa de la Dirección Logística de GEFCO España, fomentando el desarrollo de las actividades ligadas a PSA PEUGEOT CITROËN y potenciando la actividad logística para otros sectores industriales. Tiene a su cargo un equipo de 214 personas, en dos áreas geográficas: Madrid y Vigo.**

*“Creo que cualquier iniciativa que promueva el desarrollo del sector será bienvenida. Las ferias son un lugar clave para generar contactos y negocio”*