



UNO, la nueva visión global de la logística y el transporte

La nueva Organización Empresarial de Logística y Transporte, UNO, nace en 2011 con una clara **vocación integradora** de todas las empresas que operan en la cadena de suministro. La creación de la organización **viene motivada por la propia evolución del sector y de las empresas**, con la clara intención de aunar esfuerzos y dar respuestas a los socios.

La nueva patronal sectorial es **fruto de la fusión de tres asociaciones sectoriales de la logística y el transporte: Lógica, AECAF y AECL**. Aunque hubo intentos anteriores de unificación nunca se había logrado culminar un proyecto en el que realmente se pudiera diseñar una estrategia conjunta sin fisuras.

Para que el proyecto tuviera éxito una de las claves *"era buscar una visión común*

sobre cómo abordar la creación de la organización y para ello analizamos la cadena de suministro. Entendimos dónde estaban nuestros socios en la cadena de suministro y vimos que teníamos muchos puntos en común", asegura **Gonzalo Sanz, presidente de UNO**. Lógica, AECAF y AECL entendieron que para poder dar respuesta a los socios **había que dar un paso hacia atrás** para que saliese una única agrupación que buscase representar a sus socios sumando los posicionamientos de todos

de una forma potencial.

Para, **Fernando Rodríguez Sousa, vicepresidente primero**, la creación de UNO es *"un ejemplo de nuestra forma de pensar"*. Así considera que es necesario abordar una reestructuración de todo el panorama de asociaciones empresariales y sindicales, por lo que *"hemos de empezar por nosotros mismos. No tenía sentido que existieran tres asociaciones para defender prácticamente los mismos objetivos e intereses; es más lógico que estemos juntos,*

“UNO surge de la fusión de tres asociaciones sectoriales de la logística y el transporte: Lógica, AECAF y AECL. Aunque hubo intentos anteriores de unificación nunca se había logrado culminar un proyecto en el que realmente se pudiera diseñar una estrategia conjunta sin fisuras.”

“Diseñar un plan de logística y transporte que defina el mapa logístico español es clave para un sector, que representa el 6% del PIB.”

porque vamos a ser más efectivos y a utilizar mejor nuestros recursos”.

Un sector en constante movimiento

Desde su fundación, UNO ha contemplado como uno de sus objetivos principales el de **contribuir al posicionamiento del sector de la logística y el transporte como una de las actividades claves en la economía**. En un mercado en constante movimiento, Sanz considera que *“nosotros tenemos que movernos en esa misma dirección”*.

“En un sector como el nuestro que supone en torno al 6% del PIB, no representamos el potencial que nos corresponde, debido en parte a la estructura de las asociaciones y de las empresas que forman parte del sector. Es el momento de que el sector tenga representación y otra imagen más acorde con el potencial que le corresponde”, afirma Rodríguez de Sousa.

El sector está en constante movimiento. En los últimos años se ha producido un trasvase en el que **los propios clientes di-**

señaban y definían cómo iban a ejecutar la cadena de suministro y además, en muchos casos, lo hacían con sus propios medios o acudían directamente a los especialistas. Poco a poco ha ido cambiando el panorama y ha emergido con

El sector de la Logística y el Transporte en España

6% PIB

Volumen de negocio: 55 mil millones de euros

Más de 800.000 empleos

Medio millón de vehículos

Más de 100.000 empresas

Casi 5 millones de toneladas transportadas cada día

fuerza la figura de los operadores logísticos y del transporte.

Definir el mapa logístico, clave para el sector

Otro de los **objetivos** de UNO es **conseguir una visión integral del sector**, superando diferencias y falsas barreras de exclusión. Por ello desde UNO se pro-

qué cambios hay que hacer en las empresas, en la formación, en las infraestructuras, en las tecnologías, etc.”, afirma Sanz.

Por ejemplo, muchos de los centros logísticos que hay en España obedecen más a razones políticas, sin ninguna conexión empresarial, estando abocados al fracaso. *“Tenemos que entender los orígenes y destinos de las mercancías y ver dónde hay que apostar realmente y esto es lo que no se ha hecho”*, afirma Sanz.

Por este motivo, UNO busca **conseguir que la clase política sepa realmente cuál es el impacto del sector en la economía** porque, si no, al final se construyen infraestructuras que no sirven para nada o, en un momento de crisis como el actual, que acaban abandonadas. *“El dinero va a ser escaso y lo que no podemos hacer es estar malgastando el dinero en determinadas inversiones que después el mercado, las empresas o las personas no las necesitan”*, asegura Fernández de Sousa.

Por ello, se ha trasladado a algunos partidos de la vida política, la **posición que desde UNO se tiene de aspectos fundamentales**, como por ejemplo la relativa a la **modificación de la LOTT**. También se



Gonzalo Sanz, presidente de UNO, es miembro de la Junta Directiva de la CEOE y socio consultor de Qualitas España. A lo largo de su carrera profesional, ha sido una de las personas de referencia en la evolución del sector logístico español, con una larga actividad como primer ejecutivo de dos grandes compañías del sector: Exel Logistics y FCC Logística.



Fernando Rodríguez Sousa, vicepresidente primero de UNO, es consejero y vicepresidente de Relaciones Institucionales de SEUR, es también miembro de la Junta Directiva de CEOE, CEIM y de la Cámara de Comercio de Madrid.

han mostrado críticos con los **acuerdos firmados entre cargadores y transportistas**, a los que ya Lógica y AECAF mostraron su discrepancia en lo que respecta a la posibilidad de incorporar en el régimen sancionador el incumplimiento en los plazos de pago, la limitación de la cadena de subcontratación o la inclusión de la cláusula del precio del gasóleo pues consideran que pueden tener un efecto contrario al buscado.

Construcción de valores

Para UNO, la ética es fundamental, motivo por el que se elabora un **Código de buenas prácticas** o la **Declaración de Responsabilidad Empresarial de la Ca-**

dena de Suministro, firmada en marzo de 2011 por LÓGICA, AECAF, ASTIC y ANATRANS. Mención aparte merece el **Sello UNO**, que se basa en la experiencia del sello de Lógica, una certificación que acredita que la empresa merecedora del mismo asume un compromiso con la calidad y respeta los principios con los que ha sido elaborado el Código.

Para el presidente de UNO, "con el Sello damos un paso hacia adelante, dotándole de un carácter mucho más global". El Sello va a ser una base fundamental para ayudar a desterrar la competencia desleal, así como para crear una cultura de responsabilidad y de gestión. "La experiencia anterior es que las empresas valoran estar accredi-

tadas con el sello por dos razones: primera, porque les permite mirarse internamente y ver cómo funcionan y, por otro lado, porque muchos de los contratos que tienen con los tender son un elemento diferenciador que les ayuda", afirma Sanz.

Por una representación real

A pesar de que UNO integra a las tres asociaciones (Lógica, AECAF y AECl) éstas continuarán con su representación en el CNTC, en tanto en cuanto éste no se renueve en 2013. UNO reivindica que la **participación de estas asociaciones no se corresponde con la realidad actual del sector** y que ese órgano, que es el interlocutor del sector con el Ministerio de Fomento, **debe ser renovado**.

El Ministerio parece estar de acuerdo con la actualización del Comité. En opinión de Gonzalo Sanz "se van a cambiar algunos criterios incorporando nuevos conceptos", como por ejemplo el del capital social de la compañía, frente al baremo tradicional del número de autorizaciones.

Sin embargo, desde UNO se ve como **una amenaza que la renovación del Comité pueda quedar en manos del propio Comité**. Sanz asegura que "vamos a pelear mucho para que sea un reflejo de la realidad" puesto que es ahí donde "tenemos que tener un posicionamiento adecuado y las cuotas que correspondan vendrán dadas si el proceso se hace adecuadamente".

UNO inicia su andadura defendiendo y fomentando la actividad logística y el transporte en España, **impulsando la transparencia, la ética y la sostenibilidad**. El próximo 30 de noviembre será la puesta de largo de la organización, con el I Encuentro Empresarial UNO, "Logística y transporte en 2020: el secreto está en cada uno", que se celebrará en el Auditorio Sur de Ifema, en Madrid, a partir de las 16 h. □

Líneas estratégicas de UNO

- Mejora de la eficiencia y sostenibilidad del sistema
- Apuesta por la calidad y la innovación tecnológica
 - Mejora y modernización de las relaciones socio laborales del sector
- Promoción de una visión integral de la Logística y el transporte
- Defensa de los intereses del sector con un enfoque empresarial
 - Ejercicio de influencia y promoción de cambios legislativos a todos los niveles