

La Cámara presenta a su nuevo Gerente

Es Carlos Pulella, con quien en amena charla, abordamos diversos temas del sector.

Usted tuvo un paso por el negocio del GLP 20 años atrás. ¿Cómo encontró al sector después de tanto tiempo?

En realidad, 20 años no es mucho tiempo en este tipo de negocios. Para explicar los cambios hay que hacer un poco de historia, saber de dónde partimos y cómo comenzaron. Este es un mercado que requiere de inversiones y de políticas de largo plazo que aseguren un retorno razonable de esas inversiones. A principio de los 90' se inició un proceso de transformación muy ambicioso, cuya primera fase consistió en comenzar a resolver la problemática de los envases, su identificación por empresa fraccionadora, la reparación de los mismos y recrear su canjeabilidad a través de los centros de canje. Todo esto porque, antes que nada, se hacía necesario retomar los niveles de seguridad que se habían perdido.

Ese proceso, ¿fue iniciado por las grandes fraccionadoras?

No del todo. No fue un tema de

tamaño o de poder, sino de VISIÓN. Durante esta fase, empresas ya maduras se sumaron al desafío. Las que no, fueron absorbidas, favoreciendo el ingreso de nuevos jugadores y nacieron otras que, entendiendo la necesidad del cambio, vieron una gran "oportunidad" para irrumpir en el espacio del fraccionado. Éstos últimos resultaron también protagonistas de este proceso sumando su conocimiento de la distribución del GLP envasado y adhiriendo al desarrollo del mercado de GLP granel, que hasta ese momento se encontraba aletargado por la falta de inversión.

¿Y en qué etapa nos encontramos hoy?

Aún en curso, el progreso de esta transformación es perceptible y alentador. Hoy contamos con una normativa rigurosa en

los estándares de seguridad, los volúmenes de fraccionamiento por empresa tienden a estar alineados con la real propiedad de los envases y una distribución que ofrece productos y servicios ajustados a las distintas modalidades que requieren los usuarios.

¿Qué aportes de valor ha reali-

zado la distribución?

Estoy impresionado en comprobar un fuerte avance en cuanto a la aplicación de nuevas tecnologías para hacer más eficiente la logística, la permanente renovación de la flota vehicular y, lo más importante, la permanente capacitación de los planteles. Hoy se está ofreciendo al mercado un servicio que



está al nivel de países como España, Francia e Inglaterra, cuyas operaciones tuvo la oportunidad de visitar.

¿Cuáles fueron los factores que impulsaron los cambios?

El más importante es “la necesidad”. La competencia es cada vez mayor, los costos aumentan y los márgenes se reducen. La única salida genuina es la “eficiencia” y es ahí donde la tecnología nos ayuda y mucho. El otro factor es que la mayoría de los cambios son apalancados por la gestión de segundas y hasta terceras generaciones en la administración de estas empresas, más familiarizadas con las nuevas tecnologías y más abiertos a enfrentar desafíos.

¿Cuál es su visión respecto a los desafíos futuros de la distribución?

Los profesionales de mi generación fuimos formados en la búsqueda permanente de la excelencia en los servicios. Sin abandonarlo, hoy ha cambiado ese paradigma: los elevados costos y la complejidad de la logística nos plantea que tenemos que ofrecerle, a cada uno de nuestros clientes, el servicio que realmente necesita, lo que valora y sabiendo lo que está dispuesto a pagar por ese servicio. Ese es el desafío: conocer cada día más a sus clientes y segmentar los servicios.

¿Cuál será su aporte como Gerente de CADIGAS?

Aprovecho esta pregunta para destacar y reconocer a mis antecesores por el trabajo realizado en estos primeros años de vida de CADIGAS. He encontrado una Cámara muy ordenada, que realiza aportes que los Asociados valoran.

En esta nueva etapa me toca cumplir con el claro mandato del

Consejo Directivo respecto de recrear las relaciones con los principales actores del sector, las Autoridades de legislación y control de la Normativa, las Empresas Fraccionadoras, y los Representantes Gremiales y, por supuesto, continuar en la búsqueda de nuevos servicios para nuestros Asociados.

¿Qué rol cumple CADIGAS?

Como en toda Cámara Empresaria, el objeto fundacional es interpretar, representar y defender los intereses de sus Asociados ante las Instituciones de Gobierno y la comunidad. Hacia adentro, la Cámara ayuda a sus miembros brindándoles soporte técnico, asistencia legal comercial y laboral y muy especialmente en el área de la seguridad y cumplimiento de la Normativa. En este sentido, nos enorgullece haber implementado el servicio de certificación de los depósitos de todos sus integrantes, coordinado, supervisado desde la Cámara.

¿Cuáles son los temas prioritarios de la Agenda?

Son tres y con el mismo rango:

- Estamos operando con precios fijados por el Estado que no reflejan la realidad de los costos operativos. Esta situación, que afecta a toda la cadena de valor tiene un mayor impacto en la distribución, especialmente en aquellos territorios que están a mayor distancia de los centros de abastecimiento.
- Fundamentar la desproporcionalidad de las multas que, en el marco de la Resolución 1097/15,



se aplican a los Distribuidores y que pasaron a transformarse en una contingencia cuasi confiscatoria.

- Llevar adelante una negociación justa en las reuniones Paritarias que ya dieron comienzo.

¿Sus palabras finales para cerrar la entrevista?

Es muy probable que en el momento de publicarse esta nota se esté desarrollando la Asamblea Anual de CADIGAS, evento en el cual se renovarán los cargos, eligiéndose un nuevo Consejo Directivo para los próximos tres años, con la consigna de tomar la posta y continuar gestionando una Cámara al servicio de sus Asociados.

Formación y antecedentes

Carlos Pulella es argentino, nacido en Buenos Aires. Se graduó de Contador Público Nacional en la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Se doctoró en Ciencias de la Administración en la Universidad de Belgrano y obtuvo un Master en Negocios (MBA) en la Universidad de San Andrés.

Se formó en compañías tales como Noel, Alpargatas, Bagley, Hitachi, Fate, y en 1994 ocupó la Gerencia Comercial de GLP envasado en YPF Gas, oportu-

nidad en que se capacitó en operaciones de distribución de GLP envasado en Francia, España, Inglaterra y EEUU. En abril de 1999 se desempeñó como Gerente Comercial del Grupo BAPRO para luego, en el año 2004, incorporarse como Gerente General de Solyon Argentina, función que ejerció hasta el año 2015, fecha a partir de la cual se dedica a la consultoría negocios y a la docencia, hasta su ingreso en CADIGAS.

**HINO 300 CON CAJA AUTOMATICA.
DISFRUTA MANEJAR EN LA CIUDAD.**



BAINORTE
Panamericana KM 26.825
Don Torcuato,
Buenos Aires
(011) 4741-6660

METROCAM
Acceso Oeste KM 42,5
Moreno,
Buenos Aires
(0237) 419-8600

JUMAO
Av 44 2740
La Plata,
Buenos Aires
(0221) 470-9610

TECNOCAM
Bv Wilde 775
Rosario,
Santa Fe
(0341) 451-0606

CENTRO TRUCKS
Avenida Colón 5023
Ciudad de Córdoba
Córdoba
(0351) 485-8499

HINO Motors Sales Argentina
0800 999 4466
www.hino.com.ar
sac@hino.com.ar
Miembro del Grupo TOYOTA

