

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



EL ENFOQUE HACIA SUELOS EMERGENTES PARA ALIMENTAR LA OFERTA DEL MERCADO DE BODEGAS



LOGISTEC
EDICIÓN

132

SEP | OCT 2022



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



SUPPLY CHAIN: REALMENTE... ¿TIENES UNA ESTRATEGIA CUSTOMER CENTRIC?
ECOMMERCE: MI DIRECCIÓN NO TIENE COBERTURA: ¿CUÁL ES LA SOLUCIÓN?
TECNOLOGÍA: LA ADAPTACIÓN DEL MUNDO LOGÍSTICO A LAS TI
FREIGHT MANAGEMENT: HIDRÓGENO VERDE, EL POTENCIAL CHILENO



#revistalogistec



CUANDO LOS NEGOCIOS ENCUENTRAN SU VENTAJA COMPETITIVA, ZEBRA ESTÁ PRESENTE.

Eleve sus expectativas: Características avanzadas, flexibilidad y seguridad



CONOCE MÁS
AQUI



La evolución de la innovación

- + **MC3300:** Un dispositivo productivo para personas productivas
- + **TC26:** Computadora táctil y rentable, diseñada para uso de exteriores.
- + **ZD420:** Impresión avanzada y flexible.



TU PRÓXIMA BODEGA ¡ESTÁ EN LA DIVISA!



**Bodegas desde
270 m² a 690 m²**



**Flexibilidad para
adaptarnos a tu negocio**



Seguridad 24/7



**Conectividad con las
principales autopistas**

Avanza Park La Divisa se encuentra ubicado en la comuna de San Bernardo, este proyecto de arquitectura flexible y funcional, apunta a empresas que buscan optimizar sus procesos en un mismo espacio; que integre la administración, bodegaje, almacenamiento y distribución de última milla.

Su ubicación, la seguridad y conectividad con las principales vías y autopistas de la Región Metropolitana, hacen de La Divisa una oportunidad perfecta para potenciar tus negocios.

Entrega inmediata noviembre 2022

***Módulos 1 y 2**

+56 22 501 0000

f in @ /avanzapark

+56 9 7917 6493

avanzapark.cl

**Avanza
park**
Condominio de Bodegas



DE CARA A 2023: LA UNIDAD HACE UNA INDUSTRIA MÁS FUERTE

Incertidumbre, ajustes, recesión, atención y pausa son sólo algunas de las palabras que escuchamos cuando se abordan las proyecciones 2023 y que –no podemos evitar– que en algunos genere temor ante el futuro. A pocos meses de cerrar el año y de vernos bombardeados por pronósticos económicos estamos convencidos que no puede haber mejor fórmula para enfrentar los futuros retos que la unidad.

Trabajar como un sector logístico unido, reconociendo el valor de cada uno de los eslabones involucrado de esta cadena es fundamental, pues es la mejor arma para enfrentar el futuro e impulsar las proyecciones de desarrollo y crecimiento.

El rol que juega la logística en el desarrollo del país –que va desde el abastecimiento de la población hasta el funcionamiento de la economía– es el mejor argumento que reflejó los nuevos tiempos.

Como medio de comunicación y plataforma de intercambio de conocimiento y experiencia logística abordamos distintos temas que nos hablan del valor de cada etapa de la cadena, el rol de “impulsador de desarrollo” que tienen los distintos proveedores de soluciones, quienes no se detienen en el desarrollo del sector y han sabido encontrar entre las dificultades, oportunidades. No han sido meses ni años fáciles;

sin embargo, la industria logística ha salido tremendamente fortalecida y se ha planteado como un sector de innovación y desarrollo tecnológico clave para satisfacer las demandas de una población en constante cambio. El reconocimiento al nuevo rol y al valor que tiene sus operaciones es transversal y es eso lo que se transforma a su vez en el mejor respaldo y en una especie de “seguro” para enfrentar los nuevos tiempos que para algunos- dado el panorama internacional y también interno- se acerca complejo.

Desde nuestra plataforma impulsamos el desarrollo de la industria, la unidad y el reconocimiento a lo positivo que día a día desarrollan las empresas y los ejecutivos; porque estamos convencidos que el alma de Supply Chain está en el esfuerzo diario, la resiliencia y en la innovación constante. Si bien, el llamado es estar atento a los cambios que se avecinan; estamos seguros en Logistec que la logística sabrá sobrellevar y enfrentar los vaivenes que, sin duda, nos traerán los próximos años. Cada desafío es una oportunidad de crecimiento y aprendizaje; y esa idea está hoy plasmada en el ADN de cada compañía y profesional del área.

Juntos avanzamos y enfrentamos los nuevos desafíos que nos llevarán a una industria logística robusta.

2

Nuevos Procesos y Tecnologías que Mejoran la Logística Inversa

El viaje del consumidor no termina cuando recibe el producto sino con la post venta, etapa que desafía a los operadores.



20

52 **La Adaptación del Mundo Logístico a las Tecnologías de la Información**

60 **Cargas Inusuales: de que Tratan y cómo Resuelven las Problemáticas**



04 **Logistec Show 2022. Exitoso Encuentro Logístico**



10 **Alimentando la Oferta de Mercado de Bodegas**



28 **Mi Dirección no tiene Cobertura ¿Cuál es la Solución?**

70 **Cómo Controlar los Costos Logísticos en Escenarios Complejos**



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Conecta con estas empresas en www.hubfinder.expert

 Southern Technology Group stglatam.com C1	 MEGALOG LOGÍSTICA E INTELIGENCIA RED MEGACENTRO megalogistica.com 25	 jungheinrich.cl C3	
 Avanza park Explotación de Bodegas avanzapark.cl 1	 CAMPOS CONSTRUYENDO CONTINUA campos-chile.cl 5	 CALYCO CARGA Y ENTREGA calycochile.cl 7	 Llego ULTIMA MILLA llego.cl 13
 BODENOR FLEXCENTER PARQUES LOGÍSTICOS bodenorflexcenter.cl 15	 ert LOGISTICA eit.cl 17	 MEGALOG LOGÍSTICA E INTELIGENCIA RED MEGACENTRO megalogistica.cl 19	 GPS CHILE gpschile.com 21
 mindugar TELECOMUNICACIONES S.A. mindugar.com 23	 TW LOGISTICA tw.cl 25	 ARRIMAQ arrimaq.com 31	 driv.in SMART DELIVERIES driv.in 35
 Esnova esnova.com 41	 SAMEX carga con expertos samex.cl 43	 DERCO maq dercomaq.cl 45	 EMO TRANS Customized Global Logistics emotrans.com 53
 ROCKTRUCK LOGÍSTICA rocktruck.cl 55	 EGA-KAT MEXICO - COLOMBIA - CHILE - PERU - USA egakat.com 59	 PATIO INDUSTRIAL patio.cl 63	 starcken starcken.cl 65
 MICHELIN FLOTAS CONECTADAS POWERED BY SASCAR flotasconectadas.michelin.cl 67	 Danco danco.cl 71	 Logisfashion® logisfashion.com 73	 FLEETUP fleetup.cl 75
 ar-racking ar-racking.com 77	 BRINKS cl.brinks.com 79	 CENTRAL BODEGAS centrabodegas.cl 81	 LOLLEVO by transvp lollevo.com 83
 INDUSTRIAL PROPERTY industrialproperty.cl 85	 ifx ifxnetworks.com 88		

AÑO 21 EDICION 132
303 EDITORIALES S.A.
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 402-08
Conchalí - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

DIRECTOR EJECUTIVO 303 EDITORIALES S.A.
Fernando Rios M.
fernando.rios@revistalogistec.com

DIRECTORA COMERCIAL LOGISTEC
Paula Cortés L.
paula.cortes@revistalogistec.com

EDITOR PERIODÍSTICO
Claudia Sánchez M.
claudia.sanchez@revistalogistec.com

BUSINESS DEVELOPMENT
Juana Díaz C.
juana.diaz@revistalogistec.com

PERIODISTAS
María Victoria Moya
maria victoria.moya@revistalogistec.com
Carola Hidalgo
revista@revistalogistec.com

MARKETING DIGITAL
Miguel Chandia
miguel.chandia@revistalogistec.com

SUSCRIPCIONES
mercedes.mura@revistalogistec.com

REVISTA LOGISTEC ES IMPRESA EN CHILE Y
ES UNA PUBLICACION DE 303 EDITORIALES
S.A. | Se prohíbe la reproducción parcial o
total sin el consentimiento escrito por parte de
303 EDITORIALES S.A. Reservados todos los
derechos, las opiniones vertidas son de exclusiva
responsabilidad de quienes las emiten.

LOGISTEC SHOW 2022. EXITOSA EXHIBICIÓN PRESENCIAL Y VIRTUAL DE LAS PRINCIPALES SOLUCIONES Y TECNOLOGÍAS PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA



4

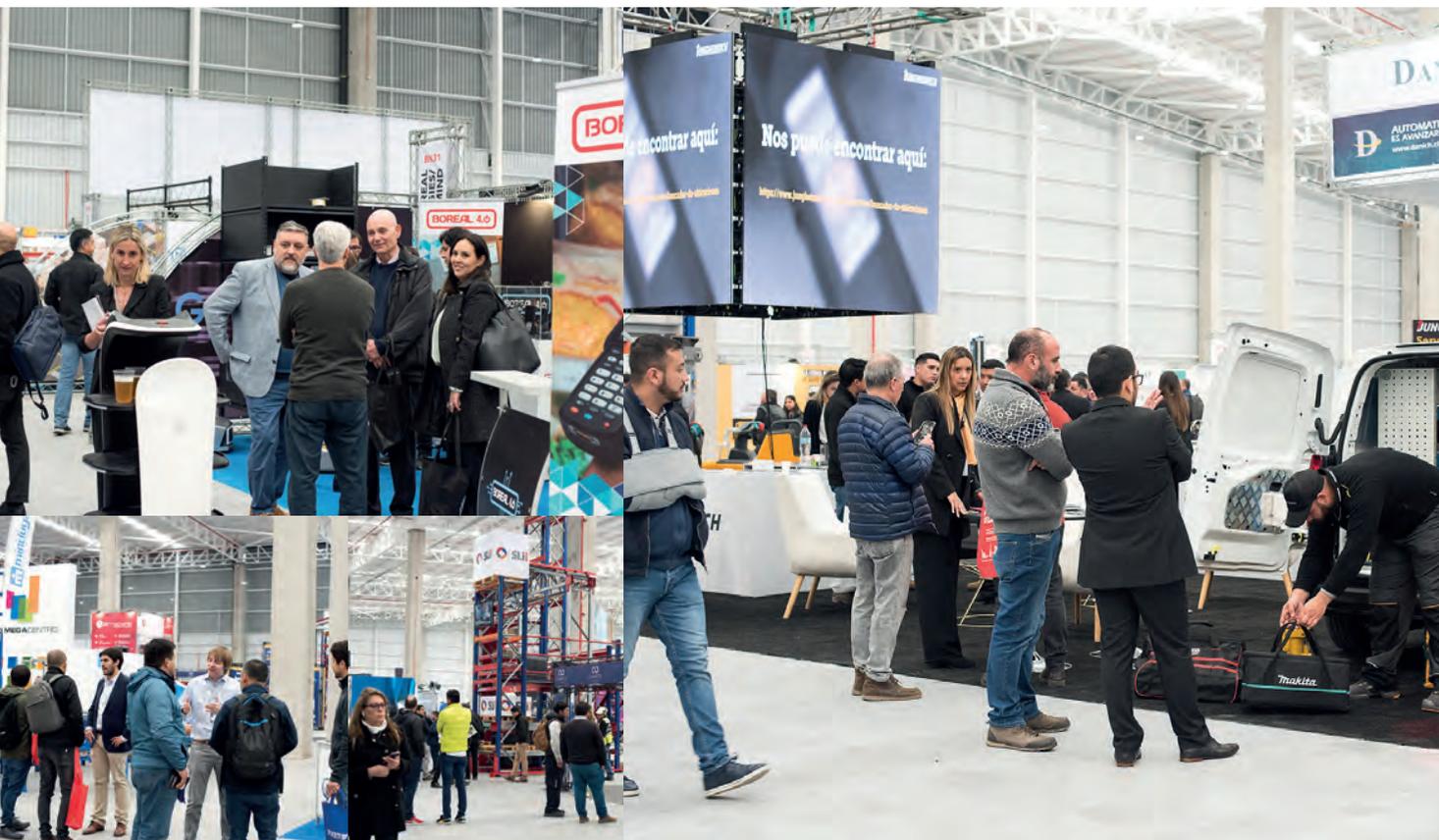
UN IMPORTANTE DESPLIEGUE DE TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA NACIONAL MARCÓ EL REGRESO PRESENCIAL DE LOGISTEC SHOW, CUYA VERSIÓN 2022 SE LLEVÓ A CABO DURANTE LOS DÍAS 5 Y 6 DE OCTUBRE EN EL PARQUE LOGÍSTICO MEGACENTRO BUENAVENTURA, UBICADO EN LA COMUNA DE COLINA.

La convocatoria, además, contó con interesantes presentaciones comerciales, charlas y conversatorios, transmitidos vía streaming, que abordaron relevantes temáticas de la industria Supply Chain nacional e internacional, dando paso al reencuentro de los más destacados proveedores de la industria logística, tras la superación de la etapa más crítica de la pandemia. Cabe destacar que esta séptima versión de Logistec Show 2022, desarrollada hí-

brido (presencial y virtual), contó con la presencia de 60 empresas expositoras, las que a partir de un despliegue de alto nivel presentaron los nuevos avances y soluciones orientadas a la industria y las innovaciones y tecnologías que hoy se posicionan como herramientas fundamentales para hacer frente a los nuevos desafíos que los actores del rubro logístico chileno. A partir del formato presencial y digital desplegado, Logistec Show 2022 obtuvo

SOLUCIONES LOGÍSTICAS A LA MEDIDA DE TU EMPRESA





un récord de inscripciones, superando los 7.000 registros, 3 mil de los cuales asistieron de manera presencial, entre los que destacan ejecutivos de la industria y tomadores de decisión, posicionándose, así como una importante instancia comercial para los expositores y potenciales clientes a nivel nacional e internacional.

6

“Utilizar las distintas herramientas de conexión y comunicación es una oportunidad para poder llegar a un público de otras latitudes y también para dar un sello a nuestro evento que se ha transformado, luego de sus siete versiones, en el encuentro por excelencia de la industria logística por el número de expositores, la calidad de las empresas participantes, las tecnologías e innovaciones presentes, el nivel de relatores de las distintas charlas y muchas otras novedades”, comentó Fernando Ríos Mura, Director Ejecutivo de Logistec, organizador del evento.

En lo relacionado al formato híbrido desplegado, el Director Ejecutivo de Logistec

destacó que “en esta séptima versión de Logistec Show, nuestro enfoque fue ampliar el alcance de nuestro evento a distintos países, lo que representa una propuesta de valor sin precedentes en nuestro país; considerando que todos nuestros expositores logran visibilizar sus servicios de forma ampliada, más allá de la muestra presencial, lo que sin duda es muy atractivo”.

¿Cómo se logra este alcance ampliado?, según comentó Fernando Ríos, “En su ámbito virtual, la Feria, consistió en una plataforma que permitió generar reuniones de negocios entre expositores y visitantes, disfrutar de las actividades de manera virtual y acceder a toda la grilla de charlas, presentaciones comerciales y conversatorios desarrollados durante el evento, entre otras actividades.

Además de su stand físico, cada expositor tuvo un stand virtual que le facilitó mostrar toda su oferta de productos y servicios a los asistentes digitales y potenciales

clientes. A partir de este “canal online”, los expositores pudieron ampliar la resonancia de sus respectivas ofertas de servicios”.

RED MEGAGACENTRO: LOGISTEC SHOW 2022 ABARCO DIFERENTES TEMAS LIGADOS A LA LOGÍSTICA

Como se ha expuesto, Megacentro Buenaventura fue el escenario en el cual se llevó a cabo la muestra ferial, a partir de una alianza desarrollada entre la compañía y la organización.

El recinto logístico, albergó distintas tecnologías e innovaciones, gracias a las colaboraciones y el compromiso de todas las empresas expositoras que se dieron el tiempo de dar a conocer lo mejor de su repertorio y servicios con foco en opera-



MÁS DE 40 AÑOS
DE TRAYECTORIA EN LA REGIÓN

SOLUCIONES LOGÍSTICAS A MEDIDA
en todos los procesos de la cadena de
abastecimiento.



TRANSPORTE



DISTRIBUCIÓN



WAREHOUSE



SERVICIOS
ESPECIALES



WWW.CALYCOCHILE.CL



ciones como última Milla, fulfillment, optimización de procesos, soluciones de intralogística, robotización, automatización, entre otras.

“Estamos muy contentos de haber sido parte de este gran evento compartiendo conocimientos y traspasando nuestros servicios a diferentes empresas. Sin duda, esta instancia nos impulsa a seguir desarrollando nuevas alianzas y creo que Logistec Show fue el puente para lograr a todo esto”, comentó Fernando García, Gerente de Proyectos de Red Megacentro.

JUNGHEINRICH: LÍDERES EN EFICIENCIA TECNOLOGICA

Innovadoras tecnologías y soluciones intralogísticas de primer nivel hicieron parte de la oferta presentada por la Jungheinrich, sponsor oficial de Logistec Show 2022, cuyo stand se impuso como visita obligada para los diversos asistentes.

Y es que, junto a la fabulosa puesta en escena de grúas y equipamientos para bodegas realizada por la empresa, cada visitante pudo disfrutar de demostraciones en vivo, conocer in situ servicios de mantenimiento de equipos, entre otras sorpresas.

Otro punto alto de la muestra fue el montaje del Sistema de Almacenaje Compacto tipo Shuttle para estanterías (Under Pallet Carrier UPC) dispuesta por la empresa, donde los asistentes pudieron participar, operando los equipos a través de un simulador de realidad virtual.

“Llegamos a este evento con el objetivo de que los asistentes expandan sus posibilidades a la hora de pensar en soluciones para sus bodegas o centros de distribución, que sepan que pueden combinar los conceptos de intralogística eficiencia, tecnología y sustentabilidad, un objetivo que pudimos concretar con gran éxito”, comentó Ramiro Cox, Product Manager de Jungheinrich al referirse al Logistec Show 2022.

CEVA LOGISTICS: OPERADORES DE CLASE MUNDIAL

El destacado Operador Logístico CEVA Logistics, que también fungió como sponsor oficial de Logistec Show 2022, destacó por su atractiva muestra de servicios en la cual confluyeron aspectos como la innovación, solidez y experiencia, a partir de su amplio catálogo de soluciones End to End para el transporte terrestre de exportaciones e importaciones, transporte de distribución en distintas modalidades (First Mile y Last Mile), transporte Inland e internacional y gestión de flotas de transporte.

Además de presentar a los asistentes sus operaciones, realizó una simulación de una operación fulfillment, la que contó con una alta convocatoria durante el evento. En relación con esta puesta en escena, Jorge Vásquez, SD Chile Manager de Ceva Logistics, comentó que “quisimos brindar a los asistentes a la feria la experiencia de conocer desde el interior un proceso fulfillment para e-commerce”.

Cabe destacar que en este imponente montaje también participaron Mindugar, que implementó un sorter a escala que integraba un sistema de picking Put to Light; Jungheinrich, con el despliegue de equipos intralogísticos para movimiento de carga, específicamente Grúas Reach y STG Chile, empresa que implementó equipos para la captura de datos y hardware en general.

En relación a su participación en la Feria, Martín Avaria, Commercial Marketing Manager de CEVA Logistics Chile comentó que “esta es una instancia muy positiva para mostrar lo que estamos haciendo al mercado nacional, cómo hemos crecido y cuál es nuestro negocio.

Hoy entregamos un mensaje de confiabilidad, excelencia operativa, innovación y estamos posicionando nuestra marca CEVA Logistics como un líder en el mercado logístico de Chile y Latinoamérica”.

STG CHILE: LA AUTOMATIZACIÓN CON ROBOTS UNA DE LAS GRANDES APUESTAS

En nuestro país, la automatización con robots ha aumentado de forma considerable sobre todo debido a sus importantes aportes a nivel operativo en el ámbito logístico. Es por ello, que en Logistec Show 2022, este tipo de tecnologías tuvieron un espacio destacado y, por supuesto, se llevaron todas las miradas de los visitantes que interactuaron in situ con los cobots que transitaban por la explanada.

En torno a la exhibición de tecnologías de robótica colaborativa, destacó STG Chile, sponsor oficial de la Feria, que desplegó una interesante variedad de cobots colaborativos AMR, en muestras presenciales y digitales para el disfrute de todos los asistentes, agregando a su muestra – por cierto- últimas tendencias en dispositivos de movilidad y software más demandados por la industria para la gestión de centros de distribución y transporte.

En torno a su participación en Logistec Show 2022, Carolina Vásquez, gerente general y cofundadora de STG sostuvo que “sabemos que muchos visitantes están en busca de nuevas soluciones tecnológicas que les permitan enfrentar el desafío de la digitalización y esperamos desde STG entregar respuestas a las problemáticas actuales con nuestras soluciones”.

Siempre en torno a las tecnologías de robotización, otro actor destacado en la muestra fue Boreal Technologies, enfocados al sector e-commerce chileno. “Nos hemos dedicado a desarrollar nuevas tecnologías enfocadas en la automatización principalmente con robots autónomos, ya que creemos que es importante avanzar hacia nuevos desafíos que nos depara el futuro. Este evento que nos entrega Logistec es una gran oportunidad para seguir creciendo” Fabian Audisio, Chief Revenue Officer de Boreal Technologies.



RACKS Y MUCHO MÁS...

Como siempre, las alternativas de almacenamiento logístico estuvieron presentes en Logistec Show, de la mano de importantes expositores como: Mindugar, sponsor oficial, SLI Group, AR Racking y Rack Rental, entre otros; los que no sólo presentaron imponentes estructuras de racks y las fortalezas de sus materiales, sino también las líneas de servicios innovadores para un mercado logístico en constante crecimiento.

En esta línea, Sebastián García, CEO de Mindugar, empresa especializada en almacenaje y automatización intralogística, destacó que "esta es una feria de gran renombre en la industria y una gran oportunidad para mostrarle al mercado novedades que hemos estado preparando durante todo el año", objetivo más que cumplido, considerando la alta convocatoria alcanzada durante el evento.

FLOTAS Y ÚLTIMA MILLA EN LA MIRA...

Por cierto, debido al explosivo aumento del comercio electrónico en el país, una de las soluciones más cotizadas por las áreas logísticas de diversas industrias dice relación con el optimización, monitoreo y seguimiento de flota y operaciones de última milla. En este contexto, la Feria contó con importantes expositores, entre los cuales destacaron Routing y SimpleRoute,

sponsors oficiales de la exposición, empresas que presentaron sus respectivas soluciones en materia de monitoreo de flotas, software de última milla, entre otras.

Otra de las empresas expositoras destacadas en este ámbito TMS fue Unigis, cuyo stand tuvo gran convocatoria, a partir de innovadoras presentaciones de las aplicaciones que comercializan para lograr una distribución y gestión del transporte inteligente, eficiente y colaborativa.

En relación con la instancia ferial, Francisco Hornauer, CEO de Routing, empresa líder en soluciones innovadoras de la logística, manifestó que "fue nuestro interés mostrar a nuestros clientes actuales y futuros que en un solo lugar pueden encontrar una serie de servicios complementarios para dar soluciones a sus problemas logísticos, lo que nos hace un One-stop-shop para estos temas".

En esta línea, cabe destacar que, durante la exhibición, Routing presentó un completo catálogo de soluciones orientadas a la optimización y seguimiento de flota y carga (TMS), a partir de sus Plataformas Operativas que permiten generar una planificación de rutas 100% automática.

Por su parte, Carlos Alfaro, Business Development Manager Michelin Flotas Conectadas Chile / Perú, empresa experta en soluciones para la gestión inteligente de flotas comentó que "eventos como Logistec Show nos permiten interactuar y generar redes de trabajo, además de conocer en un solo lugar lo último en soluciones y productos para llevar nuestros negocios al siguiente nivel".

Cabe destacar que, durante el encuentro, Michelin Flotas Conectadas presentó a los expositores innovadoras tecnologías orientadas a soluciones que buscan hacer más eficientes las operaciones de las flotas terrestres, con foco en la prevención de accidentes, control de costos y productividad. "Nuestras soluciones están orientadas, principalmente para flotas de tracto camión y para el semirremolque; en este último la novedad es la captura de datos del EBS online para ayudar en la prevención de accidentes".

Finalmente, Carlos Alfaro agradeció la instancia ferial, expresando que "tuvimos la oportunidad de difundir la nueva línea de negocios de Michelin, "Michelin Flotas Conectadas" y conectar con clientes que solo nos conocían por nuestro negocio de neumáticos, pero somos mucho más. Además, logramos acordar pilotos para testear nuestra tecnología y presentaciones con nuevos clientes".

Tras el cierre de la Feria, Paula Cortés, Directora Comercial de Logistec, agradeció la participación de los más de 70 expositores del encuentro, agregando que "es gracias al entusiasmo y compromiso de todas estas empresas que Logistec Show ha logrado posicionarse como la más grande exhibición de soluciones, servicios y tecnologías para la industria logística del país. estamos tremendamente orgullosos de lo que hemos logrado y de haber configurado una instancia de reencuentro y networking para todos quienes participaron de este evento, a los que esperamos tener nuevamente en nuestra versión 2024, junto a nuevos expositores de la industria".



Este Logistec Show 2022 fue un éxito por su gran convocatoria, por el nivel de expertos que fueron parte de estos dos días de feria y por el nivel de las empresas que fueron parte de este evento. Sin duda el futuro nos prepara muchas sorpresas y un gran reencuentro con la industria. El próximo encuentro será en Logistec Show 2024, ¡hasta entonces! ■

EL ENFOQUE HACIA SUELOS EMERGENTES PARA ALIMENTAR LA OFERTA DEL MERCADO DE BODEGAS

10

Liberados ya los principales reportes de Mercado Inmobiliario Industrial chileno, asistimos a nuevos puntos de vista y tendencias proyectados para este sector, que a la fecha transita en un contexto económico nacional marcado por la recesión y la incertidumbre económica que ha llevado a los hogares a ajustar sus niveles de consumo.



Según reportan desde la prestigiosa consultora inmobiliaria CBRE, en su estudio de mercado "Santiago Industrial 1S", como efecto de este "ajuste del consumo de los hogares", "las necesidades de almacenamiento del sector retail en el mediano plazo serán menores". No obstante, la consultora también indica que "la baja oferta disponible, tanto actual como futura, ha creado un volumen de demanda acumulada que sostendría el mercado en buenos términos" mientras la economía se reactiva.

Al mismo tiempo, desde CBRE indican que "la relativa normalización de las cadenas logísticas (tras la pandemia) ha hecho crecer las importaciones de bienes de consumo, que registran un alza del 16,5% a 12 meses al cierre del semestre, concentrado en mayor medida en los bienes semidurables como Vestuario y Calzado", coyuntura a partir de la cual "el mercado de centros de bodegaje se beneficia y vuelve a marcar récords de demanda, que prácticamente agota el espacio disponible, la que ya acapara cerca del 80% de la producción futura".

Si lo miramos desde otro punto de vista, tenemos que si bien en la actualidad se evidencia un freno importante en las ventas del sector retail (trimestre móvil junio-agosto marca una baja del 13% en ventas presenciales) y una consecuente baja en la demanda, los niveles de vacancia se afectan hacia la baja, ya que el "consumo del inventario" almacenado en Centros de Distribución o bodegas es mucho más lento.

Con todo, las proyecciones de la consultora CBRE se enmarcan en los parámetros informados por sus pares Cushman & Wakefield (0.4%) y JLL (0,1%) hace dos meses; estableciendo niveles de vacancia del 0.46%, denominado el actual momento del mercado inmobiliario industrial bajo el rótulo de "sub-ofertado en un contexto de demanda acumulada".

En materia de absorción, en tanto, según estima CBRE, durante la primera mitad del

año en curso, ésta suma 145.882 m², un 25% por sobre el semestre anterior y levemente superior al promedio de los últimos 5 años. "Si bien el volumen de absorción crece, es bajo en relación con el dinamismo de la demanda, que agota el espacio disponible y acapara un gran porcentaje de la producción futura, síntoma de un mercado sub-ofertado que no pudo anticiparse a la aceleración de la demanda registrada durante la pandemia a raíz del cambio en los hábitos de compra y al aumento del consumo producto de la mayor liquidez", establece el reporte.

A partir del análisis de los expertos inmobiliarios, el mercado inmobiliario industrial "juega sus fichas en la producción futura" y los desarrolladores se encuentran activamente colocando dichos espacios y acelerando la gestión de nuevos proyectos. La pregunta es ¿Dónde?

SECTORES AL ALZA EN UN MERCADO SATURADO

En respuesta a la interrogante propuesta, lo primero a definir es que los proyectos que están viendo la luz durante el segundo semestre 2022, están abriendo nuevos horizontes emergentes para la actividad industrial en el ámbito logístico.

Según establece el reporte de CBRE, la producción del 1S de 2022 alcanzó los 136.200 m², correspondientes a desarrollos ubicados en las comunas de Quilicura, Colina y Pudahuel (Noviciado). Dicha producción, si bien mejora en relación con el semestre anterior con una tasa de crecimiento del 3,2% anual, está muy por debajo del promedio de los últimos 5 años, lo que soporta la tesis de la prolongación de un mercado sub-ofertado en un contexto de creciente demanda.

¿Y la producción futura?, según el reporte, a la fecha, los proyectos en construcción suman aproximadamente 400.000 m² e ingresarían al mercado en el periodo 2022 (2S)-2023. A esto se suma un volumen

aproximado de 450.000 m2 proyectados que se encuentra en la fase de permisos de edificación y nuevos proyectos en el pipeline de los grandes operadores.

Siempre en torno a las zonas de mayor participación en el mercado inmobiliario industrial, desde Colliers International indican que, al cierre del primer semestre de 2022, la Zona Poniente registra un 39,5% del total de la superficie arrendable, seguido por la zona Norponiente con un 21,9%, la Zona Norte con un 21,7%; mientras que las zonas Sur y Centro de la RM registran una menor concentración de oferta, con un 11% y 5,5% respectivamente.

Si consideramos este indicador y lo relacionamos en términos de vacancia, tenemos que las Zonas Poniente, Norponiente y Sur registran una tasa de vacancia actual del 0.1%, mientras que la zona Norte se instala con una vacancia del 0.3%.

Por su parte, el reporte de Mercado de Bodegaje elaborado por GPS Property Solutions, confirma la tendencia de participación de Colliers, posicionando al Corredor Poniente con un 44% de presencia, seguido del Corredor Norponiente con un 25%, el Corredor Sur con un 17%; ubicando en cuarto y quinto lugar de participación a los corredores Norte y Oriente con tasas de participación equivalentes al 13% y 1%, respectivamente.

12

A partir de las cifras expuestas, el Sector Poniente mantiene su liderazgo estructural, aunque ello no implica que los sectores Norte, Nororiente y Sur queden relegados, muy por el contrario. Los grandes desarrolladores del mercado de bodegas nacional están apostando fuertemente por estas Zonas en "ascenso", las que día a día ganan en conectividad (debido al desarrollo de nuevos ejes viales) y competitividad debido al valor del suelo; un punto que no se puede dejar de lado, considerando que la actual dinámica de mercado vuelve a poner sobre la mesa el complejo escenario del mercado de suelo industrial, que no solo cuenta con baja disponibilidad a altos precios, sino también con una

demanda en ciernes, debido a que actores de mercados emergentes (como el mundo TI) también están en la búsqueda de suelos para expandir sus m2 de operación.

EL PUNTO DE VISTA DEL MERCADO INMOBILIARIO

A partir de las cifras y análisis expuestos, resulta relevante conocer la visión de los desarrolladores del mercado inmobiliario Industrial nacional. Para ello, en esta oportunidad contaremos con la mirada de dos importantes operadores: Grupo Campos, cuyo operador del mercado de renta inmobiliario industrial: Avanza Park, literalmente, avanza a paso firme en las zonas norte, norponiente y sur de la Región Metropolitana; y Megacentro, destacado desarrollador de complejos logísticos de renta, que en la actualidad posee la mayor cobertura territorial de condominios de bodegas y Centros de Distribución a nivel país.



Nicolás Paulsen
Gerente Comercial
Megacentro

Consultados respecto a cómo evalúan el actual momento del mercado de renta inmobiliaria industrial, los ejecutivos: Nicolás Paulsen, gerente comercial de Megacentro y Nicolás Chelebifski, Subgerente de marketing de Grupo Campos coinciden en que el mercado de bodegaje se encuentra en franco ascenso, con un enfoque en lograr espacios escalables, pensados tanto para el desarrollo de operaciones logísticas eficientes, como también para la comodidad de los colaboradores, en cuanto a cercanía y conectividad.

En esta línea, destacaron aspectos como el enfoque sustentable de los desarrollos que sus respectivas empresas están emprendiendo. En torno a los aspectos que los clientes valoran del servicio de renta

inmobiliaria industrial, Nicolás Paulsen sostuvo que "Por supuesto, aspectos como la conectividad y la seguridad de los condominios de bodegas o centros logísticos es, son aspectos determinantes para elegir entre uno u otro desarrollo. No obstante, hoy los clientes son mucho más exigentes en materias como la calidad de la construcción, pisos, alturas, andenes, etc.; con énfasis en aspectos como la sustentabilidad y el uso de energías renovables en los recintos, ya sea en formato de condominio o en desarrollos Build to Suit (BTS)".



Nicolás Chelebifski
Gerente de Marketing
Grupo Campos

En esta línea, Paulsen destacó el compromiso de Megacentro en torno a los referidos requerimientos (calidad y sustentabilidad) argumentando que "en 2019 Megacentro obtuvo la certificación como "Empresa B", lo que nos marca una hoja de ruta en torno a enfatizar en aspectos como la sustentabilidad, el relacionamiento con nuestras comunidades vecinas, incorporando temas como el uso de energías renovables en nuestros desarrollos inmobiliarios, entre otros aspectos".

Nicolás Chelebifski, gerente de marketing de Grupo Campos, también apunto a la conectividad y seguridad como los principales aspectos que los clientes evalúan a la hora de la renta inmobiliaria, en esta línea, señaló que "según muestran las encuestas de satisfacción que hemos realizado a nuestros clientes, los dos atributos mejor evaluados son la conectividad y la seguridad.

Nuestras bodegas cuentan con seguridad 24/7, control de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV), cerco eléctrico y estamos siempre monitoreando el desempeño de las administraciones de nuestros condominios de bodegas, exigiendo ciertos estándares a nivel de capacitación de los guardias, planes de acción frente a eventos complejos, entre otros". En lo referido

LLEGÓ EL MOMENTO DE ROMPER EL HIELO



Descubre nuestro **servicio LLEGÓ FRÍO** con diferentes cargas y control de temperatura, donde **te aseguramos la frescura y la cadena de frío** de tus productos en todo momento.

¡Llegó el momento de trabajar juntos!



Rigurosidad con la **cadena de frío**



Certezas con las temperaturas de la carga



Servicio **refrigerado y congelado**



ESCANEA Y COTIZA CON NOSOTROS

 [llego.cl](https://www.instagram.com/llego.cl)

 [Llego Última Milla](https://www.facebook.com/LlegoÚltimaMilla)

 [LLEGÓ](https://www.linkedin.com/company/llego)

Llego | Frío



a la conectividad, Chelebifski sostuvo que todos nuestros los proyectos vigentes y que están por comercializarse en nuestros Condominios de Bodegas Avanza Park cuentan con conectividad privilegiada a las principales carreteras del país, lo que es altamente valorado por los clientes.

No obstante, también resaltó aspectos como la conectividad para las personas, destacando el proyecto Las Hortensias, ubicado en la comuna de Cerrillos, al interior del anillo de Américo Vespucio. “Este proyecto de reciclaje industrial alcanza los 9.875 m² construidos y además de contar con entrega inmediata, su ubicación resulta estratégica no sólo para operaciones de última milla, por ejemplo, sino también para los trabajadores, dada su cercanía con estaciones del metro y locomoción colectiva, lo que hoy es un plus para las empresas y sus colaboradores”.

“HOY LOS CLIENTES SON MUCHO MÁS EXIGENTES EN MATERIAS COMO LA CALIDAD DE LA CONSTRUCCIÓN, PISOS, ALTURAS, ANDENES, ETC.; CON ÉNFASIS EN ASPECTOS COMO LA SUSTENTABILIDAD Y EL USO DE ENERGÍAS RENOVABLES EN LOS RECINTOS, YA SEA EN FORMATO DE CONDOMINIO O EN DESARROLLOS BUILD TO SUIT (BTS)”

14

En materia de sustentabilidad, el ejecutivo de Grupo Campos destacó el impulso que la compañía está dando en materia de uso de energías renovables en sus condominios, así como “la reutilización de las aguas grises para alimentar nuestras áreas verdes, lo que no sólo contribuye a nivel mediamambiental, sino también en los costos de gastos comunes de nuestros Condominios”.

Considerando que una de las principales problemáticas que los desarrolladores han

debido afrontar en el último tiempo es la escasez y el encarecimiento de los suelos industriales, muchos han optado por avanzar hacia sectores emergentes para la actividad almacenamiento logístico en la Región Metropolitana, extendiendo incluso su cobertura al resto del país; con el fin de mantener una oferta de m² para empresas del retail, emprendedores y Pymes que siguen buscando espacios de bodegas en un mercado altamente saturado.

En esta línea, Chelebifski comentó que, desde su entrada al mercado chileno, Grupo Campos ha mantenido una estrategia de compra de paños industriales en los sectores sur, norte, norponiente y poniente de la RM, gracias a lo cual han tenido la posibilidad de mantener una oferta de m² vigente para el mercado nacional a pesar de escasez de suelo. “No hemos parado de construir y tenemos oferta disponible con entrega inmediata tanto en nuestros condominios de bodega Avanza Park, como en desarrollos BTS”.

En este plano, resulta relevante lo hecho por Grupo Campos, considerando que en la actualidad mantiene oferta de arriendo en sectores emergentes, tales como Renca (Miraflores y La Divisa), Quilicura (Saladillo) y Huechuraba (Avanza Park Riesco); venta en blanco en los proyectos Avanza Park Caupolicán (Quilicura) y Las Hortensias (Cerrillos), además de espacios disponibles en su próxima entrega: La Divisa San Bernardo, proyecto desarrollado en 4 etapas que pondrá en el mercado 113 unidades de bodegas en arriendo. “Este proyecto de arquitectura flexible y funcional apunta a empresas que buscan optimizar sus procesos en un mismo espacio; integrando bodegaje, almacenamiento y distribución de última milla.

En lo específico, el módulo 4 de este proyecto, destaca por su enfoque 100% logístico, ya que posee la mixtura propia de los condominios de bodega de granvergadura”, destacó Chelebifski.

Desde Megacentro, en tanto, la apuesta también es grande en la zona norte de la RM, donde se emplaza Megacentro Bue-

naventura (Colina) que a marzo de 2023 espera poner a disposición del mercado nacional entre 80.000 a 90.000 m² de bodegas. La conectividad y categoría en construcción destacan en este esperado proyecto, ya que además de ubicarse en un consolidado sector Industrial de la zona norte de la Región Metropolitana, posee conectividad inmediata con la Ruta 5, cercanía a la Autopista Los Libertadores, y a los sectores industriales La Montaña y San Ignacio, así como acceso en minutos con la circunvalación de Américo Vespucio, lo que permite una gran conectividad con el aeropuerto internacional AMB, y el sector oriente de la capital.

No obstante, Megacentro también destaca por su posicionamiento a nivel país. En esta línea, Paulsen indicó que “la región metropolitana es una plaza que tiene mucho movimiento y donde siempre buscamos crecer, en esta línea, el sector norte y norponiente ha mantenido un constante desarrollo principalmente por la calidad de su desarrollo vial.

No obstante, también buscamos desarrollar nuestra oferta a lo largo de todo Chile, y vemos grandes oportunidades en todas las regiones de nuestro país, lo que nos ha valido ser reconocidos como la empresa de mayor cobertura a nivel nacional”.

Efectivamente, Megacentro a la fecha cuenta con Centros Logísticos en las regiones de Temuco, Concepción, Rancagua Copiapó, Coquimbo, Antofagasta, Quilpué y Puerto Montt.

Finalmente, Paulsen destacó la oferta que la compañía está consolidando en el rubro Mini Bodegas para el mercado Pyme, a través de la transformación de espacios industriales en la comuna de Ñuñoa, “una tendencia que se viene dando debido a la creciente demanda de espacios más pequeños en sectores de alta conectividad urbana, con gran potencial para operaciones de última milla”, finalizó el ejecutivo.



PRÓXIMAMENTE NUEVO PARQUE LOGÍSTICO LO BOZA 422

En Bodenor Flexcenter seguimos creciendo con más de 130 mil m², en infraestructura, seguridad y servicios de calidad.

↘ ENTREGA A PARTIR DE JUNIO 2023



SEGURIDAD PERIMETRAL



DOMOS MOTORIZADOS



COMUNICACIÓN RADIAL



ANULACIÓN DE SEÑALES



ALARMAS DE INTRUSIÓN



DETECCIÓN DE INCENDIO



CONTROL DE ACCESO

📍 Av. Boulevard Poniente N°1313, Enea Poniente, Pudahuel, Santiago.

☎ + 56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

**BODENOR
FLEXCENTER**
PARQUES LOGÍSTICOS

REALMENTE... ¿TIENES UNA ESTRATEGIA CUSTOMER CENTRIC?



Muy probablemente en algún foro o blog se ha topado con esta acepción que propone y releva uno de los enfoques que está tomando gran relevancia entre los líderes de las más diversas sectores e industrias y, cómo no, de sus áreas logísticas.

16

Pues bien, en lo esencial, el concepto de customer centric hace referencia a una estrategia que ha cobrado gran protagonismo en las estrategias de negocio de empresas, cualquiera sea su rubro, y que básicamente apunta a “ubicar en el centro de la toma de decisiones a clientes y/o consumidores a fin de fidelizarlos”, ¿Cómo?, conociendo y entendiendo sus prioridades, expectativas y problemáticas. Parece simple ¿verdad?, pero en rigor poner en práctica este enfoque implica

un reto continuo para las organizaciones, ya que implica estar a la vanguardia para encontrar nuevas formas de satisfacer las crecientes e intensas expectativas del cliente, manteniendo altos niveles de eficiencia, teniendo como axioma la constante innovación.

Todo esto no resulta fácil, sobre todo cuando nos encontramos frente a escenarios económicos y sociales marcados por la incertidumbre. Así, adoptar una estrategia Customer Centric no es tarea

de niños. Cuando hablamos de “colocar al consumidor en el centro de acciones y estrategias de la empresa” no sólo nos referimos a hacer cambios en materia de atención al cliente o innovar a nivel de productos o servicios. Hablamos de involucrar a toda la organización en este enfoque, y en este cometido, teniendo muy claro el cómo la performance de cada uno de los departamentos de la organización (abastecimiento, ventas, marketing, operaciones, etc.) contribuirá para maximizar el “customer journey” (viaje del cliente). En este plano, tener una visión holística de este viaje, y trabajar como un ecosistema centrado en el cliente es clave. Pero, aún hay más...

Según el estudio “The customer-centric organization: From pushing products to winning customers”, elaborado por PWC, el enfoque Customer Centric, para entender el real alcance de esta estrategia es necesario responder la siguiente interrogante ¿Qué distingue a las organizaciones centradas en el cliente de otras empresas que proclaman su enfoque en el cliente?

La respuesta es tajante: “las empresas centradas en el cliente entienden no solo lo que el cliente valora, sino también el valor que el cliente representa para sus resultados. Alinean sus modelos operativos detrás de una estrategia de segmentación de clientes cuidadosamente definida y cuantificada y adaptan los flujos comerciales (desarrollo de productos, generación de demanda, producción y programación, cadena de suministro, atención al cliente, etc.) para brindar el mayor valor a los mejores clientes por el mínimo costo. En resumen, han ido más allá de la palabrería y han reorientado todo su modelo operativo en torno al cliente, aumentando la satisfacción del cliente y su propia rentabilidad en el proceso”.

El referido reporte indica que “recientes estudios realizados a empresas de productos y servicios en América del Norte y Europa dieron como resultado que aquellas organizaciones que combinaron con éxito la personalización, que crea valor con la entrega rentable, superan a sus pares de

la industria dos a uno en el crecimiento de los ingresos y generaron márgenes de beneficio del 5 % al 10 % por encima de sus competidores. Sin embargo, para entregar estos resultados, las organizaciones realmente tienen que predicar con el ejemplo. Tienen que hacer cambios drásticos en la organización interna. Solo entonces las empresas pueden evolucionar desde impulsar el producto hasta ofrecer un valor genuino al cliente y a la empresa”.

LOS COMPONENTES BÁSICOS DE UNA ORGANIZACIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE

Según data el mencionado reporte de PWC, para que una organización logre concretar con éxito una estrategia Customer Centric, debe “lograr el equilibrio adecuado entre el placer del cliente y el

beneficio de la empresa”. Para lograr este equilibrio, las organizaciones deben demostrar, no solo publicitar, los siguientes rasgos ganadores:

1 MIRADA AL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE. Según explica el reporte, muchas empresas suelen publicitar “su estrecha relación con los clientes”, cuando en realidad mantienen un vínculo discreto y transaccional. “Como resultado, estas empresas tienen poca información sobre lo que motivó al cliente a comprar su producto o servicio en primer lugar y aún menos información sobre sus necesidades y aspiraciones futuras.

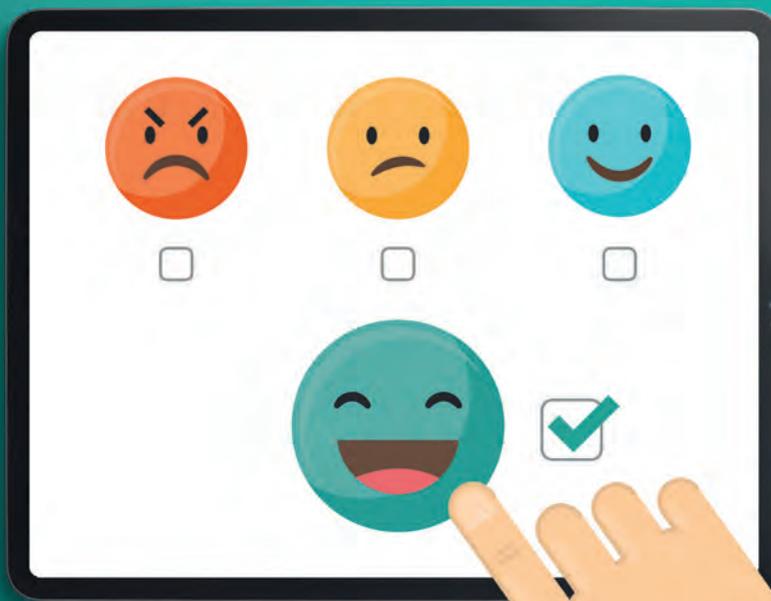
Para adivinar qué más podría desear un cliente y aumentar la penetración, recurren por defecto a un mayor empuje del producto en forma de venta cruzada, una técnica que, a pesar de los miles de millones de dólares de inversión en CRM, ha resultado en gran medida ineficaz”, plantea el estudio. En contraposición, aquellas empresas verdaderamente centradas en el

cliente adoptan un enfoque amplio y diferente. Van mucho más allá del marketing orientado a eventos, desarrollando una visión holística y continua del ciclo de vida en evolución de cada cliente y sus necesidades. “Algunas empresas han utilizado la tecnología para adaptar su enfoque, Amazon.com, es quizás el ejemplo más visible, incorporando inteligencia de datos para conocer e interactuar con el cliente teniendo en cuenta, por ejemplo, su historial de compras o su comportamiento de navegación para adaptar las recomendaciones a sus distintas preferencias. Eso es marketing de ciclo de vida.”

2 CAMBIO DE MENTALIDAD. Convertirse en una organización centrada en el cliente presupone un cambio de mentalidad, pasando de vender productos a resolver problemas. De acuerdo con este concepto, las empresas de muchas industrias han migrado desde la venta de productos “listos para usar” hasta la personalización de soluciones, con el objetivo es diseñar un conjunto

EIT LOGÍSTICA,

TU PARTNER
PARA MEJORAR
**LA EXPERIENCIA
DE COMPRA DE
TUS CLIENTES.**



ISO 9001:2015



¡CONTÁCTANOS! contacto@eit.cl | www.eit.cl

de paquetes de productos modulares que, junto con una relación de asesoramiento, puede ofrecer soluciones personalizadas rentables para los problemas específicos de los clientes.

Así, “las empresas verdaderamente centradas en el cliente abren regularmente sus mentes (y su mercado objetivo) para trabajar con competidores para satisfacer las necesidades de los clientes. La unidad de Motores de Aeronaves de GE Transportation, por ejemplo, pasó de fabricar y vender sus propios motores a reacción a reparar y mantener los motores y repuestos de todos los fabricantes.

Ahora, en lugar de vender motores, la unidad vende empuje y reduce los costos del ciclo de vida del motor a las aerolíneas, y hoy da servicio a tantos motores de sus competidores como a los suyos propios”, destaca el estudio.

3 EXPERIENCIA OMNICAL. Según establece el estudio “los conocimientos y la inteligencia del cliente residen invariablemente donde “ellos están”, es decir, en la primera línea, por lo que los canales de distribución minorista deben estar armados con las habilidades y la autoridad para adaptar las soluciones en el punto de contacto”. Sin embargo, con demasiada frecuencia, la gestión de clientes, la fijación de precios, el marketing y la innovación se dictan de arriba hacia abajo, relegando a la fuerza de ventas al estado simples “tomadores de pedidos”.

En cambio, las empresas ganadoras se esfuerzan por ofrecer a los clientes una experiencia omnicanal integrada. En esta era digital, existen tecnologías que facilitan la adopción del customer centric. La omnicanalidad a través de plataformas digitales, e-commerce y portales de seguimiento permiten generar valor al cliente. Incluso permiten hacerlo desde antes de obtener un producto; mientras que el personal calificado de ventas y atención al cliente se ocupa de las transacciones de consultas y ventas más complejas. Alcanzar el punto óptimo en la experiencia

omnicanal es uno de los secretos de una estrategia exitosa centrada en el cliente.

4 ESFUERZO COLECTIVO INTERFUNCIONAL. Finalmente, una organización centrada en el cliente exige una nueva cultura de colaboración. La cultura de ventas orientada al producto de antaño era, por definición, territorial con poco intercambio entre los silos organizacionales.

Para desarrollar el espíritu de equipo necesario, las empresas deben crear vínculos entre sus organizaciones. “Las métricas financieras y operativas clave cambiarán. Los empleados de todos los niveles en todas las divisiones también deberán comprender profundamente las necesidades del cliente para que la experiencia “de extremo a extremo” sea más eficiente y satisfactoria. Estimular la actitud correcta y crear equipos multifuncionales requerirá un programa de gestión del cambio a gran escala.

MÁS BENEFICIOS A LA VISTA

Recapitulando, si bien cada sector y negocio es diferente, hay una serie de beneficios comunes en centrarse en el cliente para casi todas las organizaciones, entre las que destacan:

La reducción de costos, incidencias y reclamos. Las compañías que aseguran una experiencia clara y sin complicaciones a los clientes pueden reducir sus costos de incidencias y/o reclamaciones, además de aumentar el nivel de satisfacción del consumidor.

Fideliza a nuevos clientes por medio del servicio. Cuando una empresa ofrece acompañamiento a lo largo de toda su relación con el consumidor, puede aumentar el grado de satisfacción en la primera venta.

Esto, a su vez, brinda un beneficio a largo plazo: cuando los clientes entienden el servicio y reciben el apoyo de la compañía

durante la adopción de un nuevo producto, a la larga, sienten mayor confianza en la marca.

Mejoras la eficiencia operativa. Las organizaciones que tienen como estrategia trabajar con sus usuarios para garantizar que el valor se desarrolle de forma conjunta y de acuerdo con las necesidades del consumidor consiguen mejorar su eficiencia operativa.

SIN EMBARGO, CON DEMASIADA FRECUENCIA, LA GESTIÓN DE CLIENTES, LA FIJACIÓN DE PRECIOS, EL MARKETING Y LA INNOVACIÓN SE DICTAN DE ARRIBA HACIA ABAJO, RELEGANDO A LA FUERZA DE VENTAS AL ESTADO SIMPLES “TOMADORES DE PEDIDOS”.

La eficiencia en la experiencia. En algunos momentos, depende tanto del consumidor como de la empresa. Si los clientes pueden realizar una transacción sin incidencias y de forma ordenada, la compañía puede gestionar y realizar la entrega correctamente, así la operación resulta satisfactoria. Para lograr este equilibrio, las organizaciones deben ayudar a los usuarios en esta parte de la conversión a través de un buen diseño de sus servicios.

Permite reconocer las oportunidades de crecimiento. Una ventaja de centrarse en el consumidor es que hace posible que las empresas reconozcan y aprovechen las oportunidades de crecimiento, así como las necesidades insatisfechas de los clientes. Realizar encuestas puede aportar información de valor para atajar problemas a tiempo o impulsar la innovación. Como se aprecia, una cultura Customer Centric es un enfoque amplio y holístico que permite a las organizaciones una real diferenciación de su competencia. Lo cierto es que en la actualidad, clientes y consumidores tienen muchas opciones para elegir, por lo que crear una experiencia de compra única y de alta calidad es crítica.

DALE VALOR AGREGADO A TUS PRODUCTOS



CONSULTA POR NUESTRO **SERVICIO DE MAQUILADO**
PROCESO DE ALTO ESTÁNDAR PARA TRABAJO A GRAN ESCALA



**ARMADO DE PACKS
PROMOCIONALES Y KITS**



**ALARMADO
DE PRODUCTOS**



**ETIQUETADOS ISP Y DE
LEY DE ALIMENTOS**

La devolución de productos es un eslabón más en la cadena de suministro y, por ende, es tan relevante para el cliente como el resto de las interacciones que ejecuta en su mapa de experiencia. Una encuesta realizada por The National Retail Federation a 44.000 tiendas, en Estados Unidos, reveló que un 12% de las compras de moda online se devuelven.

Para Elías Zafe, gerente de Negocios de Ecomsur, dicha cifra es un punto de inflexión, donde, por un lado, está la oportunidad de ganar la confianza de los consumidores al realizar el proceso de cambio o devolución de manera exitosa; y, por otro, la amenaza de que si no se hace bien se puede perder un cliente y generar malas recomendaciones.

Según el ejecutivo, la logística inversa -entendida como la gestión del retorno de las mercancías- debe ser aplicada por las empresas con el mismo cuidado y perfección con la que buscan generar la venta. "Es necesario que las marcas se anticipen a cualquier situación, para que, en caso de tener una devolución de un cliente, el proceso sea igual o más sencillo que la misma compra", dice.

Y es que la postventa es fundamental para la fidelización de los consumidores. "Hay tiendas que están permitiendo los cambios y devoluciones de compras por ecommerce directamente en las tiendas físicas, lo cual es muy relevante en fashion, sobre todo, cuando el producto sí cumple con las expectativas, pero no así en talla o color", comenta Álvaro Ramírez, Country Manager de VTEX Chile.

Otro canal para devoluciones son las entregas en oficinas de couriers, que se encargan de hacer llegar los paquetes devueltos al comercio, así como los locales comerciales que se habilitan para recibir esos paquetes. Para productos del hogar, que son más grandes y requieren de transporte calificado, la recomendación de Ramírez es agendar fecha y hora de retiro en el domicilio del cliente, por lo que tener habilitados los canales de comunicación

LOS NUEVOS PROCESOS Y TECNOLOGÍAS QUE ESTÁN MEJORANDO LA LOGÍSTICA INVERSA



El viaje del consumidor no termina cuando recibe el producto sino con la post venta, etapa que desafía a los operadores a gestionar adecuadamente las devoluciones. La meta es clara: conseguir que la experiencia durante el retorno de mercancías sea tan eficiente como el proceso de compra.

es fundamental. "En esos casos, las tiendas pueden implementar funcionalidades en sus portales de comercio electrónico para recibir las solicitudes de cambio o devolución, o bien, crear un portal de autoatención en el mismo ecommerce", aconseja.

De esta manera, es posible conseguir una experiencia tan fluida como la que se ge-

neró durante la compra y evitar que el cliente se vea obligado a llamar al centro de atención telefónica.

LA EXPERIENCIA DE WE STORAGE

El proceso de devolución se inicia cuando cliente lo solicita, ya sea por cambio



+20 años integrando soluciones tecnológicas para hacer más **eficiente y segura** la cadena de suministros



Mejora la gestión de tu operación



*Estadísticas promedios en base al comportamiento de distintas flotas

CONTÁCTANOS Y TE ENTREGAMOS UNA SOLUCIÓN

www.gpschile.com

56 2 2940 4911

clientes@gpschile.com

o devolución, en la página web del seller. En ese minuto, Westorage hace llegar una etiqueta para que el pedido lo vayan a dejar a la sucursal más cercana del courier, explica Dídac Álvarez, gerente de Proyectos y Sistemas de la empresa. “Cuando llega la devolución a nuestra bodega hacemos la recepción mediante el WMS categorizando si producto está apto para volver a vender o producto se va a Merma. Posterior a esto, gracias a una plataforma de desarrollo propio, se asocia el número de venta con la devolución realizada y automáticamente le llega un correo al seller informando que la devolución ya llegó a bodega y en qué estado se encuentra el producto”, relata.



Liliana Labarthe
Directora de Marketing
Corporativo en Logisfashion

De esta manera, Westorage cierra el ciclo completo de la devolución. Además, la compañía le da salida a los productos que han sido devueltos mediante canales especializados como su marketplace Westore y otros que están disponibles en el mercado. La tecnología, en este aspecto, ha sido clave para mejorar la calidad de servicio. De hecho, la plataforma propia de comunicación automática y otros sistemas como el OMS y el WMS aportan al objetivo.

22

Según Dídac Álvarez, la retroalimentación de los consumidores, hasta ahora, ha sido muy positiva, ya que la información en línea se disponibiliza en tiempo real. “Evitamos la comunicación por correo debido a su poca efectividad. Las recepciones de devolución se encuentran en un formato de tabla de manera ordenada, por lo que el consumidor puede consultar cualquier información adicional en la plataforma, sin interferir en la operación de la bodega”, comenta.

Sin embargo, la logística de reversa aún presenta oportunidades de mejora que deben partir desde los propios ecom-

merce, con el desarrollo de herramientas claras para que el cliente determine las causas de devolución, adjuntando imágenes y tomando el feedback del cliente. “Muchos e-commerce tienen una simple casilla de correo o número WhatsApp, pero no recogen datos y causas reales de porqué se está realizando la devolución”, dice el ejecutivo de Westorage.

Adicionalmente, Álvarez, sostiene que muy pocos couriers apuestan por una devolución real en casa del cliente. “El estándar de la industria es entregar la devolución en la red de pickups points, por tanto, hay que apostar de manera real por extender la red de puntos de devolución o crear una red de lockers urbanos para tal fin”, precisa.

Sumado a lo anterior, muchas devoluciones, una vez que llegan de vuelta, se quedan en bodega sin contar con una segunda oportunidad de venta. “Es aquí donde estamos hoy desarrollando Bipi, para poder ofrecer una solución completa para el producto: una solución real y circular para que estos productos no acaben en vertederos”, señala el gerente de Proyectos y Sistemas de Westorage.

LE EVOLUCIÓN DE LOGISFASHION

En Logisfashion, trabajan con marcas de moda y lifestyle que llegan a sus clientes a través de distintos canales. En el ámbito online, se gestionan ecommerce y marketplace (nacional y crossborder); mientras que en el retail físico conviven las tiendas propias y los grandes almacenes. “Dentro del servicio de ecommerce fulfillment, además del almacenamiento, gestión de stocks, la preparación de pedidos y la distribución última milla contemplamos el servicio de devoluciones o logística de reversa”, detalla Liliana Labarthe, directora de Marketing Corporativo de la empresa.

Dicho servicio es muy requerido por las marcas, porque tiene un impacto importante en el negocio si no se gestiona de forma adecuada. “Además, atendiendo a

que la logística inversa tiene un costo más elevado que el proceso de despacho, se vuelve una preocupación. La gestión de las devoluciones en el ecommerce puede convertirse en un problema si no está bien dimensionado, sobre todo en las ventas internacionales donde el impacto de costo es mucho mayor; o donde no hay una política de devoluciones clara ni se cuenta con un partner especializado para ello”, comenta la ejecutiva de Logisfashion.

En este sentido, externalizar el proceso puede ser de gran ayuda para variabilizar y optimizar los costos, ya que permite agrupar las devoluciones para optimizar los gastos de transporte, acelerar los plazos para recuperar el producto, así como reacondicionar los artículos que no llegan en buen estado y devolverlos al ciclo de venta lo más rápido posible. Además, facilita al usuario final la devolución de los artículos comprados de una forma sencilla y sin complicaciones.



Dídac Álvarez
Gerente de Proyectos y
Sistemas en Westorage

“Con el crecimiento exponencial del comercio electrónico en los últimos años, el porcentaje de devoluciones se ha incrementado, ya que los consumidores trasladaron el concepto de ‘probador’ a sus casas. Determinados productos son más susceptibles de tener ratios de devolución altos, por su tipología”, señala Liliana Labarthe.

En esta categoría podemos encontrar productos de moda femenina y calzado. Al otro lado de la vereda, en tanto, figuran los calcetines, con ratios que son más bajos; juguetes eróticos; y productos underwear donde hay menos devoluciones porque en algunos casos no se acepta la devolución.

“Para Logisfashion, es prioritario optimizar los procesos de nuestros clientes, buscando eficiencias a través de la tec-

nología. Para la gestión de la última milla contamos con una Last Mile APP que nos conecta con un amplio pull de carriers, lo que nos permite ajustar -en todo momento- las distintas opciones de transporte”, detalla la ejecutiva.

Lo anterior, según los plazos, lugar de recogida y necesidades del cliente, ya sea consolidando las entregas; ampliando los plazos; utilizando puntos de conveniencia, en vez de una recogida a domicilio; y jugando con distintas opciones y reglas de negocio, que aportan flexibilidad y, sobre todo, optimización de los costos. “A nivel de sostenibilidad, ya hay partners con entregas sostenibles, última yarda, entregas a pie o en bicicletas, aunque todavía solo en las grandes urbes, pero van apareciendo nuevas soluciones en ese sentido”, añade Liliana Labarthe.

Según interés por la logística inversa ha crecido en los últimos años, producto del aumento en las devoluciones asociado al crecimiento de las ventas online. En este

ámbito, el profesor del Centro de Formación Técnica de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Rafael Martínez, considera que el mundo logístico está al debe. “Se deben aplicar e incorporar actividades que aporten beneficios sociales y económicos, como, por ejemplo, la reutilización, la remanufactura y el reciclaje. Hay que cambiar el paradigma que los productos recuperados son de mala calidad”, sostiene.

Las soluciones End to End de Logisfashion son posibles gracias a un ecosistema tecnológico híbrido (desarrollo propio y de partners) que integra las diferentes etapas de la cadena de suministro y permite mantener la calidad y la mejora continua del servicio. “Nuestros procesos y operaciones en general y el ecommerce en particular, se sustentan en un sistema de gestión de almacén o WMS propio: Logiscore, una herramienta robusta, escalable y segura, capaz de adaptarse a un sector tan cambiante como la moda y el ecommerce”, indica Liliana Labarthe.

Gracias a esta tecnología, la empresa asegura la máxima eficiencia en los procesos, pero también la información y visibilidad que se necesitan. “Ofrecemos distintas alternativas de conectores (Portal de clientes, API, integración ad hoc) para la integración con las distintas plataformas de negocio de nuestros clientes, acompañando su estrategia sin fricciones. Asimismo, toda la experiencia de cliente va aportando datos a nuestro sistema y a través de la dataplatform podemos contar con información muy relevante para la toma de decisiones”, explica la ejecutiva de Logisfashion.

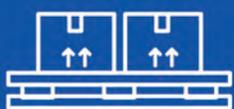
Hoy día, los consumidores quieren comodidad, flexibilidad, seguridad y facilidad en la compra. Por eso, es tan relevante adaptarse en ámbitos como la disponibilidad de producto, las medidas de seguridad y la compra rápida para que la experiencia de compra sea satisfactoria. ■



Almacenaje | Automatización | Complementos | Contacto



Conoce aquí nuestras Soluciones intralogísticas para el E-Commerce



ALMACENAJE



AUTOMATIZACIÓN



COMPLEMENTOS

www.mindugar.cl



+56 (2) 2870 7400



ventas@mindugar.cl

Visítanos escaneando el código QR

EL BOOM DE LOS CONGELADOS Y EL ABC DE LA LOGÍSTICA DE FRÍO



Durante la pandemia, los hábitos de alimentación de los consumidores tuvieron importantes cambios a nivel global, siendo uno de los más significativos el crecimiento sostenido del consumo de alimentos congelados. ¿Cómo ha enfrentado este boom la industria logística de frío nacional? ¿Cuáles son los desafíos que se avizoran?, veámoslo a continuación...

24

En la industria de alimentos, uno de los cambios más relevantes registrados durante los últimos años, que vivimos en pandemia, ha sido el crecimiento efectivo en el consumo de alimentos congelados, una tendencia global que gana adeptos y que según diferentes estudios es un fenómeno que llegó para quedarse. A nivel mundial, los mercados europeo y norteamericano se inscriben como

los más consolidados en el consumo de esta categoría de alimentos. En el viejo continente, según datos publicados por la Federación Británica de Alimentos Congelados se espera que este sector "registre una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 5,15% en los próximos 5 años, con ventas proyectadas de €108 mil millones de euros para 2027". En el mercado Norteamericano, en tanto, según cifras publicadas por la consultora Mordor Inte-

lligence, se proyecta que el mercado de alimentos congelados registrará una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4.14% de cara a 2025; índices que consolidan la tendencia al alza en el consumo de esta categoría productos en dichos territorios.

A nivel nacional, en tanto, las cifras más actualizadas respecto del consumo de productos congelados las aporta la prestigiosa consultora Nielsen, que a mediados de 2021 registraba un alza en el volumen de ventas de productos congelados en el país equivalente al 15%. Lo propio indicaba la consultora Deloitte en su estudio "Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile", publicado a fines de 2021, en el cual se establecía que, en el presupuesto mensual de compra de los hogares chilenos, los productos congelados tenían una participación del 12%. Según lo reportado por Deloitte, el 40% de los consumidores encuestados manifestó comprar productos congelados una vez al mes; siendo el segmento ABC1, el de mayor recurrencia en compra, considerando que el 28% de los encuestados de dicho segmento sostuvo que "compra al menos una vez por semana esta categoría de productos".

Pero no sólo el mercado de consumo interno está en franca vía de crecimiento, a nivel exportador, Chile también se posiciona como un mercado de origen de productos congelados altamente cotizado. Según cifras publicadas por Chile Alimentos, "los productos congelados crecieron en un 86% en una década", marco en el cual nuestro país mantiene participación en el mercado hortofrutícola de alto nivel, como el tercer exportador mundial de frutas congeladas con el 6% de participación del mercado global, antecedido por Polonia con el 9% y Serbia con el 8%".

A partir de las cifras expuestas, cabe destacar que el mercado de los alimentos congelados experimenta a nivel logístico un crecimiento igual de relevante. En esta línea, importantes operadores logísticos de frío y proveedores de tecnologías ligadas a este segmento de negocio estiman



LOGISTICA

OPERADOR LOGÍSTICO MULTI-INDUSTRIA

➤ **SUMA VALOR A TUS CLIENTES
CON NUESTROS SERVICIOS**

- TRANSPORTE
- MAQUILA
- IN-HOUSE
- ALMACENAMIENTO
- MANIPULACIÓN DE CARGA
- CONSULTORÍA



							
Carga Peligrosa	Masivo y Retail	Farma y Cosmética	Hi Tech	Ecommerce	Minería	Carga General	Alimentos

que, de cara al futuro próximo, la oferta de almacenamiento, transporte y tecnologías para la logística de alimentos congelados y refrigerados en Chile seguirá al alza, teniendo como foco la innovación tecnológica, la sustentabilidad y por supuesto, la seguridad del producto, ligada principalmente a aspectos como la inocuidad y la cadena de frío.

En lo relacionado al estatus actual del mercado de almacenamiento de alimentos congelados y refrigerados, Felipe Brain, gerente general de Megafrío Chile comentó que “en la actualidad el negocio logístico de frío y almacenaje de productos congelados tiene altas perspectivas de crecimiento. Tenemos que el consumo de productos congelados por persona en Chile presentó un importante crecimiento durante la pandemia, de entre el 15% al 20%, y aunque porcentualmente, no estamos en los niveles de consumo de mercados como el europeo o estadounidense, los índices de venta actual indican que los actores de este mercado tienen altas oportunidades de crecimiento, lo que a su vez derivaría en una mayor demanda de los servicios logísticos de frío en el país”.



Felipe Brain
Gerente General
en Megafrío Chile

26

Según comentó Brain, “La infraestructura logística de frío está creciendo en todo Chile. Megafrío está creciendo en m2 de frigorífico y capacidad de distribución, con una estrategia que apunta a fortalecer nuestra presencia a nivel nacional; a fin de acompañar el crecimiento de nuestros clientes a nivel nacional”. Igual apreciación manifiesta, Rafael Tagle, gerente general de FrioFort, operador logístico experto en el almacenaje de productos alimenticios: congelados, refrigerados y secos; quien sostuvo que “la oferta de servicios logísticos en Chile se encuentra en buen pie, considerando que “en la actualidad cuentan con buena tecnología, una variada oferta de servicios y

planes de inversión en nuevos frigoríficos a nivel nacional”.

Lo expuesto por Brian y Tagle también se sustenta en las cifras globales. De hecho, según datos publicados por la consultora norteamericana Grand View Research, debido al aumento del consumo de alimentos se estima que para 2028, la industria logística del frío registrará un crecimiento compuesto anual del 14,8%. Los Operadores Logísticos de frío crecen en metros cuadrados, en cobertura e innovación tecnológica y Chile no es la excepción.



Rafael Tagle
Gerente General
en FrioFort

No obstante, aunque aún queda mucho por avanzar. En este punto, Tagle enfatizó que entre los principales desafíos que los actores logísticos de este mercado deberán afrontar en el corto y mediano plazo se encuentran aspectos como: avanzar a nivel tecnológico en materias medioambientales, avanzar en temas regulatorios y por cierto, en la inversión tecnológica a nivel intralogístico, específicamente en materia de automatización, reflexiones que entregan un buen punto de partida para el análisis relacionado a las tendencias que se impondrán para este segmento a futuro.

EL ABC, INOCUIDAD, CADENA DE FRÍO Y VISIBILIDAD

El almacenamiento logístico de alimentos en frío es sin duda uno de los segmentos de servicio 3pl/ 4pl más complejos, ya que no sólo requiere de instalaciones logísticas adaptadas a las estrictas exigencias de los clientes, ligadas a los requerimientos específicos de los productos que se desean albergar, sino también debido a las condiciones específicas que las tecnologías y equipamientos intralogísticos deben

poseer para brindar todo el potencial de eficiencia y productividad requerido.

Básicamente, se trata de una operativa muy exigente, que centra su quehacer en la inocuidad y calidad de los productos almacenados, lo que, en palabras de Rafael Tagle, podría definirse como el ABC de la logística de frío. En este plano, según lo expuesto por el gerente general de FrioFort “no se puede pensar en implementar una solución logística de frío sin tener una base muy sólida de sistemas de gestión de calidad en los frigoríficos que apunten a la inocuidad y visibilidad del proceso logístico. Igualmente, es esencial contar con una unidad de profesionales que gestionan todo lo que diga relación con aspectos ambientales, de aseguramiento de calidad, etc. Ese es el ABC”.

Centrado específicamente en el aseguramiento de calidad e inocuidad de los productos almacenados, Felipe Brain destacó además que los operadores de frío deben consolidar ese requerimiento en base a una gestión de inventario que se complejiza debido a la amplia variedad de SKUs, con requerimientos específicos que de no ser gestionadas de manera adecuada podrían impactar negativamente en la vida útil de los productos (caducidad). En la industria del almacenamiento de alimentos en frío, la calidad es vital, en toda la acepción de la palabra.



Leonardo Navarrete
Chief Commercial Office
en STG Chile

“Al mismo tiempo que el consumo de productos congelados creció en la población, el mercado de congelados también lo hizo, ampliando la variedad que va desde las hortalizas y frutas congeladas, hasta lácteos o carnes de todo tipo en diferentes formatos”, explica Brain, y al existir mayor diversidad de productos al interior del almacén, la exigencia se agudiza. En este punto, ambos ejecutivos coinciden en

la importancia de aspectos como el monitoreo y la trazabilidad de los productos, durante los procesos de almacenamiento y distribución; al tiempo en que plantean como norma esencial “visibilizar” toda la operación hacia el cliente. “Hoy no se puede pensar en no tener en línea toda la información para los clientes. Debemos partir de esa base”, enfatizó Tagle.

En esta línea, Brain sostuvo que “al tratarse de alimentos para el consumo humano, con fecha de expiración y condiciones de almacenamiento y temperatura específicas, toda la operación de almacenaje y distribución se centra en mantener las condiciones de inocuidad y calidad, manteniendo la cadena de frío durante todo el proceso. A lo anterior se suma otro desafío importante: el visibilizar en tiempo real todo el proceso de cara al cliente, para lo cual es esencial contar con sistemas apropiados para que el cliente pueda revisar en línea donde está su producto, la rotación del inventario, los tiempos de entrega, etc.”.

EL DESAFÍO TECNOLÓGICO...

Siempre en torno a los desafíos de los Operadores Logísticos de frío, cabe destacar lo expuesto por Rafael Tagle respecto al reto de la automatización. Al respecto, el gerente de FrioFort indicó que “si pensamos en las tendencias de este mercado, tenemos que la industria logística de frío, en general, está al debe en materia de automatización (intra-logística) y aseguramiento de la última milla; aunque se está avanzando en esta dirección. No debemos perder de vista que no nuestras operaciones no sólo se deben enfocar al consumo interno, sino también al mercado de exportación, considerando que Chile crece exponencialmente en la exportación de alimentos congelados y refrigerados, lo que implica una logística muy competitiva”.

En torno al desafío de la automatización en la industria logística de frío, Leonardo Navarrete, Chief Commercial Officer de

STG Chile, destacado proveedor de tecnologías de vanguardia para la cadena de suministro, sostuvo “hoy día la tendencia va orientada hacia la eficiencia al interior del CD a partir de la implementación total o parcial de la automatización, a garantizar la trazabilidad de la cadena de frío de las cargas, a la visibilidad de los procesos y la incorporación de equipamientos de vanguardia como la robótica colaborativa”.

“HOY EN DÍA, LO QUE LOS CLIENTES QUIEREN ES TOTAL TRAZABILIDAD DESDE EL CD AL PUNTO DE VENTA O DE ENTREGA, POR LO TANTO, LA INTEGRACIÓN DE HERRAMIENTAS DE MONITOREO Y SENSORES DE TEMPERATURA ES BÁSICO”.

En esta línea, Navarrete sostuvo que “en materia de automatización en frigoríficos, una de las tendencias en ascenso es la automatización y robótica, que contribuyen a la continuidad operativa con la mínima interacción humana”; agregando que “si Consideramos que las operaciones de almacenamiento se dan en cámaras frigoríficas con temperaturas extremas, en lo concreto, los sistemas automatizados sin duda aportan competitividad operativa, ya que garantizan mayor autonomía de trabajo, inocuidad y continuidad operativa”; permitiendo destinar el “recurso humano” a tareas específicas, tales como la maquila, la preparación de pedidos y despachos, en ambientes con temperaturas compatibles y controladas, “tareas que pueden ser apoyadas por cobots colaborativos que acerquen los pallets a los puntos de preparación de pedidos o despachos”.

En este punto, Navarrete sostuvo que “este tipo de equipamientos automatizados debe ser compatible con la operación a baja temperatura, para evitar riesgos de condensación o contaminación ambiental que pueden impactar en la inocuidad del producto”. En este plano, los expertos

coinciden en que equipos como transelevadores o transportadores prescindan de gas y de otros combustibles fósiles contaminantes, por lo que minimizan las emisiones de CO2 a la atmósfera son equipos estándar utilizados en la automatización de frigoríficos a nivel global.

Por otra parte, Leonardo Navarrete destacó la operativa de distribución, la que, en su opinión, “es el proceso más complejo en la logística de frío, ya que las mercaderías en tránsito están altamente expuestas a la ruptura de la cadena de frío. “El desafío del transporte y la última milla de los productos congelados y refrigerados es complejo. Hoy en día, lo que los clientes quieren es total trazabilidad desde el CD al punto de venta o de entrega, por lo tanto, la integración de herramientas de monitoreo y sensores de temperatura es básico”.

En torno al monitoreo y la trazabilidad de los cargas congeladas y refrigeradas, Navarrete sostuvo que “hoy existen robustas soluciones y softwares de trazabilidad que permiten controlar de manera inteligente los procesos de última milla, garantizando visibilidad de la carga end to end. Por cierto, estas operaciones deben complementarse integrando sensores de alto desempeño que generen alertas frente a posibles quiebres de la cadena de frío”. Otro factor que Navarrete destacó en materia de implementación tecnológica para la industria logística de frío es la importancia de contar con partners estratégicos capaces de proveer soluciones y herramientas de alto estándar y de acompañar al cliente en su implementación para alcanzar la eficiencia y productividad esperada.

A partir de lo expuesto, es claro que los actores y partners estratégicos de industria logística de frío en Chile tienen muy claro su desafío presentes y futuros; al tiempo que tienen una visión clara de cómo avanzar para superar las brechas existentes, de cara a un mercado que seguirá en franco crecimiento. ■

MI DIRECCIÓN NO TIENE COBERTURA: ¿CUÁL ES LA SOLUCIÓN?

POR CAROLA HIDALGO L.

“Despachamos a todo Chile” es una frase que se lee con frecuencia en los sitios de comercio electrónico. Sin embargo, hay zonas que, simplemente, no tienen cobertura: “Son lo que llamamos sectores rurales o extra urbanos, que es lo que está fuera de la ciudad, por así decirlo”, explica Félix Martínez, Gerente de Operaciones de Starken.

Para especificar, Martínez señala que en la Región Metropolitana “todo lo urbano se refiere a todas las comunas dentro del anillo Américo Vespucio, mientras que lo extra urbano, por el lado norte, es Colina y Lampa, por ejemplo. Por el sur es Calera de Tango, Melipilla, Casablanca, entre otros”. El problema no es que la persona viva en una parcela o en un fundo alejado de la urbe. Tienen una dirección, “pero los softwares no la encuentran”, dice Martínez.

28

En Starken cuentan con dos servicios: la entrega directamente en el domicilio y la entrega en una agencia de la empresa para su posterior retiro. Frente a la problemática de las direcciones sin cobertura, Martínez señala que hay un porcentaje que se ha georreferenciado: “No significa que en los sectores extra urbanos la georreferenciación sea cero, anda en torno a un 70% y 75%, que son las direcciones que sí encuentra. Pero para ejemplificar: no es lo mismo ir a la ciudad de Lampa que ir a un fundo de Lampa.

Finalmente es un pequeño porcentaje de direcciones que no se pueden ubicar”.

Para solucionarlo, lo que le ha dado muy buenos resultados a la reconocida empresa, es el contacto directo entre el conductor de la última milla con el cliente, quien le da las indicaciones finales por teléfono. “Por otro lado, otra gran solución ha sido mantener siempre una flota específica para los distintos sectores extra urbanos. De ese modo, las personas ya empiezan a reconocer la zona.

Como llevan tantos años, cuando el cliente le indica que su dirección queda en ‘Calle El Roble a la altura del portón rojo, sin número’, esa persona ya sabe dónde queda el portón rojo. En resumen, las alternativas que damos son tres: la primera es retirar en una agencia que esté ubicada en la zona urbana de esta zona extraurbana; la segunda es a través de la georreferenciación; y por último es el contacto telefónico del conductor con el cliente para la referencia. Eso sí, no podemos dejar de lado que es una flota experta, que lleva un buen tiempo entregando en diferentes zonas, lo que de todas maneras facilita el proceso”, indica Martínez.

Distinto es el caso de Samex, empresa dirigida a la carga industrial. Mauricio Parot, Gerente General de la compañía, dice que, en su caso,

las zonas que generalmente no tienen cobertura son los extremos de las ciudades. El motivo es bien sencillo: “Porque no hay desarrollado un negocio o una industria. Somos muy fuertes en mover repuestos, insumos para la minería y para la construcción. Eso, en los extremos, generalmente, no es demandado. Al no haber demanda, se nos hace muy caro mover un camión para ir a entregar una caja o un pallet. En relación a eso decidimos si es que tenemos o no frecuencia en estas zonas que están más lejanas”.

Pero no significa que no despachen del todo. De hecho, la solución la llaman “servicio especial”. Al aplicarlo, acuerdan con sus clientes una tarifa puntual para una carga en particular. “Por ejemplo, si un cliente nos pide ir a San Vicente -que está alejado de Talca- le ofrecemos esta opción. Acordamos una tarifa donde mandamos un camión dedicado exclusivamente a dejar su carga, sin importar la zona extrema”, explica Parot.

TIEMPOS, DESPACHOS Y GEOREFERENCIACIÓN

Otra parte importante de la logística es cumplir con los tiempos, porque lo ideal es que la empresa realice la entrega en el menor pla-



En la última década, y principalmente en los últimos dos años, la evolución del e-commerce se aceleró a pasos agigantados. Gracias a la pandemia –en gran parte–, el uso de redes sociales, sitios web e incluso el correo electrónico, se transformaron en los lugares favoritos para concretar compras y ventas. Pero, ¿qué pasa con quienes viven en zonas donde la última milla no llega? Si dejar de comprar no es opción, entonces ¿cómo enfrentan esta problemática las empresas de despacho?

zo posible: “Si queremos entregar en esos lugares más extremos a un bajo costo, significa que tenemos que acumular o hacer sinergia con otros clientes para poder llegar a precios más bajos y ojalá armar una frecuencia. Siempre resolvemos el requerimiento del cliente, pero puede tener un costo mayor”, complementa Parot. El retiro en la oficina también es una opción. Como Samex es una empresa de carga industrial, no tienen puntos de venta. Dejan en la puerta o lo va a buscar el cliente. Tienen cobertura a todo Chile y el servicio especial viene a complementar para satisfacer las expectativas del cliente.

Para seguir cumpliendo de forma efectiva a lo largo de todo el país, actualmente están trabajando en un plan de expansión: “Estamos evaluando abrir una sucursal en Arica y otra en Valdivia. Hoy cubrimos esas zonas, pero no tenemos centros de distribución. Esos centros nos van a permitir tener un mejor servicio para los clientes, con una frecuencia más diaria. De a poco nos vamos expandiendo hacia ciudades de Chile que son claves”.



Mauricio Parot
Gerente General
en Samex

Desde Starken marcan la diferencia entre lo que es la distribución en Santiago y regiones. Sin duda, el tiempo de preparación es lo que los separa. “Si tomamos todo como origen Santiago, tengo toda la noche para procesar la carga que tengo que entregar al día siguiente. Armar las rutas sistémicamente, hacer todo el proceso. Sin embargo, la carga que también va con entrega al día siguiente pero con destino a extremos como Copiapó en el norte o Puerto Montt en el sur, debemos considerar que se pierde gran parte de la noche en el trayecto hasta esa ciudad.

Obviamente es más fácil llegar a Viña del Mar, pero en los casos extremos los camiones troncales -que son los de larga distancia- están llegando a las 10 de la

mañana. Por lo tanto, tienes que agilizar mucho el proceso de descarga para alcanzar a entregar toda la carga al día siguiente”, explica Martínez.

Una de las cosas relevantes a nivel sistémico es la georreferenciación de los puntos de entrega para poder facilitar la llegada, porque el conductor en su celular puede hacer la conexión con aplicaciones como Waze o Google Maps. Con estas herramientas llega rápidamente al punto de entrega, en el caso de zonas más urbanas. De hecho, en la Región Metropolitana, Starken cuenta con tres mini hubs: uno en el sector oriente, otro en el centro y en el sur poniente. Desde estos centros, “hacemos la distribución de la última milla, que se abastecen desde el hub principal, para acercar la carga a distintos domicilios. Tenemos uno rural ubicado en Melipilla, que también distribuye a comunas aledañas”, enfatiza Martínez.

LA FAMOSA ÚLTIMA MILLA Y SUS DESAFÍOS

Así como “despachamos a todo Chile” se transformó en una frase del día a día para los comercios electrónicos, el término “última milla” también pasó a formar parte del vocabulario diario. Y si la cobertura total es un requisito, acortar los tiempos de espera ya es ley. Porque la inmediatez se adueñó de las redes sociales y de la logística de los comercios, los que se han visto enfrentados a un exigente y transformado consumidor post pandemia.

Por lo mismo, el incremento de flotas o la integración de la inteligencia artificial y hasta robótica en sus procesos logísticos, son ambiciosos desafíos que algunos ya están trabajando para ganar la preferencia, confianza y fidelización de un amplio público online.

Sin duda, los tiempos de entrega son un punto crítico, ya que tiene el poder de alterar la satisfacción del cliente: a menos tiempo, mayor satisfacción. La cadena no

se corta ahí: si no hay satisfacción, tampoco habrá una grata experiencia de compra. Y para planificar los despachos, hay que planificar las rutas, otro posible talón de Aquiles para los e-commerce y su última milla. Como lo declaró Felipe Porter – VP de Ventas de DispatchTRACK / Beetrack – en julio en La Tercera, la planificación de los trayectos “se traduce a la optimización de la ruta para las entregas rápidas, con sugerencias de mejores trayectos posibles para los conductores, que analiza patrones meteorológicos, tráfico y condiciones de las carreteras”.



Félix Martínez
Gerente de Operaciones
en Starken

Para un mejor desempeño de la última milla y mayor eficiencia de los procesos logísticos, la inteligencia artificial es una excelente opción, por ejemplo, para una óptima coordinación de rutas de trayecto. En este aspecto, la integración de la tecnología es y será fundamental.

La última milla es un integrante más del equipo en los comercios electrónicos, por eso, es importante imitar los buenos ejemplos. Mercado Libre es uno de ellos: no tan solo aumentaron su flota, sino que también aumentaron su presencia a lo largo de Chile con más centros de acopio y distribución, lo que dio como resultado un mejor almacenaje de sus productos para su posterior reparto, abarcando todo el territorio.

La rápida evolución del e-commerce implica también mayores desafíos. Si la mejor tecnología acompaña el proceso -no tan solo a nivel de comercio electrónico, sino que también en la logística de los negocios en general- hay que aprovecharla. Llegar a zonas extremas con soluciones fáciles y rápidas es una ventaja con la que pocos cuentan. Hacer propio ese desafío y convertirlo en una práctica recurrente de las empresas es la tarea de hoy. ■

ARRIMAQ



LA SOLUCIÓN PERFECTA A UN PRECIO INSUPERABLE BT tyro



LAS BRECHAS OPERACIONALES DEL MUNDO LOGÍSTICO

Cumplir con las expectativas de los clientes es un objetivo prioritario para cualquier empresa y la cadena de suministro enfrenta retos asociados a ellas. Éstos son: llegar a tiempo con el producto; hacer sencillos los procesos de cambio y devolución; mejorar el stock; y certificar los procesos, entre otras variables.

Durante meses los medios de comunicación anunciaron la llegada de la tienda sueca de muebles y decoración IKEA. El arribo de la marca rápidamente despertó el interés de los consumidores que apostaban todas sus fichas por una empresa de estándares europeos. Sin embargo, aún para una compañía con 75 años de historia el reto de cumplir en tiempo y forma con las entregas a domicilio no ha sido una tarea sencilla.

“Sabemos que durante estas dos primeras semanas algunos de nuestros clientes tuvieron inconvenientes con la velocidad ofrecida en nuestros despachos.

El interés que generó nuestra llegada a Chile superó las expectativas y queremos asegurarles que estamos aprendiendo y trabajando con toda nuestra energía para robustecer los procesos”, fue la disculpa que publicó la empresa en su cuenta de Instagram.

Los comentarios en la red social no se hicieron esperar, pues, los consumidores pierden la paciencia cuando se les compromete una fecha de entrega y ésta no se cum-

ple. “Comprar en IKEA ha sido, sin duda, la experiencia menos europea del mundo. Al comprar daba como rango de entrega entre los días 23 y 25, al hacer seguimiento por la página y llamar al centro de atención telefónica me dijeron que el 26. Pero, no llegaron y al llamar, nuevamente, para preguntar me indicaron que podía ser en cualquier minuto dentro de los próximos cinco días.

Finalmente, el 27 me llamó un camionero para decirme que está afuera de mi condominio y que su camión no cabe, así que no me entregará. Al yo insistir buscando que lleguemos a una solución, me dice que dejará mis cosas en la calle y me corta. Sigo sin saber qué será de mi compra”, relata Tanny Aguilera (31).

Empatía y personalización es lo que buscan hoy los consumidores, algo que la clienta de IKEA no logró percibir en ningún momento de su experiencia. Y aunque el número de pedidos online parezca enorme, cada vez que alguien hace una compra espera que su pedido llegue en el tiempo comprometido; y cuando se trata de ecommerce,

espera que el producto cumpla con lo que promete en la pantalla.

Lo bueno es que las cosas han ido mejorando. Al menos eso quedó demostrado durante el último Cyber Monday, cuando el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) recibió 550 reclamos, que se comparan con los 683 que hicieron llegar las personas para el Cyber Day realizado a fines de mayo. ¿Dónde se concentran las quejas? Principalmente en cancelaciones unilaterales de compras, problemas de stock y ofertas que no eran tales.

PERSONALIZACIÓN

El crecimiento exponencial del ecommerce ha llevado a que las tecnologías avancen para responder a sus demandas, con una experiencia cada vez más personalizada. “En la actualidad, hay varias tiendas que están aprovechando dichos avances, como el Live Shopping, que permite que las marcas realicen transmisiones en tiempo real, presentando sus productos en una plataforma habilitada para el comercio electrónico; o los Marketplaces, en los que una tienda complementa su catálogo con los productos de terceros. Pero, siempre hay oportunidades para seguir creciendo”, reconoce Álvaro Ramírez, Country Manager de VTEX Chile.

Según el ejecutivo, lo que sigue pendiente en esta industria es seguir potenciando las tecnologías disponibles en el mercado. “El Personal Shopper, por ejemplo, es una tendencia que acerca aún más al cliente con la marca, pues le permite comunicarse, por medio de una videollamada, directamente y, en tiempo real, con un asesor experto que le ayuda a tomar una decisión, lo cual disminuye la posibilidad de un cambio o devolución”,

señala. Sin embargo, las grandes empresas proveedoras tienen en frente la oportunidad para subirse al carro de las nuevas tendencias, como los marketplaces B2B, por ejemplo, donde los minoristas pueden encontrar todos los productos que necesitan, en un solo lugar. “En estos se pueden ahorrar el tiempo en la investigación y la comparación de compras, mientras ahorran dinero al agilizar el fulfillment y proporcionar a los compradores una sensación de seguridad, al poder concretar una compra desde cualquier país y dispositivo”, añade Ramírez.

la primera brecha está en la educación, pues, considera que la teoría y la práctica no conversan. “En comercio exterior, hay una desconexión entre los diversos eslabones de la cadena logística. Es muy poca gente la que tiene una visión de 360°. Como ésta es una carrera de relevos, si alguno falla, falla toda la cadena. La información está difuminada en muchos eslabones y personas, lo que hace difícil encontrarla”, añade.

Por su parte, Pamela Muñoz, cofundadora de Colorido Group, explica que, para las empresas pe-

en el proceso de fulfillment. Si bien en Chile y Latinoamérica los volúmenes de devoluciones son moderados, en Europa y, especialmente, en Alemania, alcanzan hasta un 50% de las ventas. “Hay una tendencia clara de las marcas por minimizar el impacto de las devoluciones en el negocio y concienciar al usuario sobre el impacto que tienen en el medio ambiente.

En Europa, grandes grupos de moda están implantando iniciativas para desincentivar las devoluciones, cobrando por las devoluciones online y potenciando las devoluciones en

“Grandes empresas, como Amazon, por ejemplo, tienen muchos recursos para automatizar procesos, contratar personal y lograr sus objetivos en tiempos de entrega, rapidez y eficiencia dentro de la operación. En cambio, las empresas de menor tamaño se esfuerzan por competir y ser más eficientes con menos recursos, lo que les permite tener una relación mucho más cercana y personalizada con sus clientes”.

Precisamente, una de las problemáticas importantes que observa en el ecommerce el fundador de eBest, Francisco Muñoz, es la trazabilidad del fulfillment. “Este debe ser calidad y a medida. Al existir tantos agentes involucrados en este proceso, el cual solo los más grandes pueden realizar completamente por sí mismos, obliga a hacer grandes sacrificios a los ecommerce que son más pequeños”, dice.

Además, el emprendedor cree que hacen falta más proveedores logísticos; y, en la cadena de fulfillment de calidad, que se generen sinergias reales con los ecommerce, para ofrecer resultados de excelencia al consumidor. “El gran problema del ecommerce es ese, el fulfillment”, enfatiza.

En tanto, para la cofundadora de Click and Connect, Paula Pastén,

queñas y medianas, las principales brechas operacionales se ven reflejadas en el capital humano y en la automatización de los procesos operativos. “Grandes empresas, como Amazon, por ejemplo, tienen muchos recursos para automatizar procesos, contratar personal y lograr sus objetivos en tiempos de entrega, rapidez y eficiencia dentro de la operación. En cambio, las empresas de menor tamaño se esfuerzan por competir y ser más eficientes con menos recursos, lo que les permite tener una relación mucho más cercana y personalizada con sus clientes”, comenta.

MENOS Y MEJORES DEVOLUCIONES

La devolución -que es parte del hábito de compra- está integrada

tienda”, Liliana Labarghe directora de Marketing Corporativo de Logisfashion. Según la directora de Negocios Logísticos del Conosur de Essity, Mariza Tores, años atrás el consumidor tenía que demostrar cumplir con muchos requisitos cuando quería devolver un producto. Luego, la legislación comenzó a evolucionar y fue acompañando al consumidor en el ejercicio de sus derechos para que pudiera devolver un producto sin tener que demostrar un motivo específico.

“De manera paralela, nos hemos visto enfrentados a consumidores cada vez más informados y exigentes, lo que nos obligó a transformarnos como industria y convertir el proceso de devolución en una actividad tan importante como la de entregar productos con el adecuado nivel de servicio en tiempo y forma”, dice. En este contexto, la ejecutiva afirma que la logística



inversa debe ser un proceso rápido y eficiente, que acerque a los clientes a lugares a las zonas urbanas y residenciales, para que ellos mismos depositen sus artículos sin ninguna restricción. Además, las empresas pueden acortar la brecha pendiente en devoluciones desarrollando pequeñas bodegas que sirvan no sólo para ser más rápidos en la entrega de los productos de ecommerce, sino también para recogerlos, de modo que el consumidor disfrute de una experiencia de compra completa y satisfactoria.

MÁS TECNOLOGÍA

La logística ha tenido que adaptarse a los distintos canales de entrega y exigencias de los consumidores, mediante tecnologías que se antepone a las necesidades y tendencias de consumo. El desafío ahora depende de la innovación. De hecho, según Accenture, un 86% de las empresas a nivel mundial está haciendo inversiones moderadas o altas en Inteligencia Artificial (IA).

“Hoy el usuario digital es muy exigente ya que el mercado le ha dado alternativas de envíos. Para cumplir, hay que mejorar los flujos de recolección con el uso de IA y tecnologías que mejoren los procesos y disminuyan las tomas de decisiones del operador, quien se debe encargar solo de ejecutar”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.

Las consecuencias de no implementar IA y automatización en la última milla pueden ser grandes. “La logística inversa es uno de los procesos más costosos, por ende, completar un despacho e identificar las tendencias de recepción de cada cliente son claves para evitar inconvenientes como, por ejemplo,

que un producto retorne a la bodega”, menciona Navarrete.

El consumidor espera precisión al recibir los detalles de su entrega y que se le ofrezcan opciones para recibir el pedido en base a su disponibilidad y tiempo. Sin embargo, las cadenas logísticas no solo deben ofrecer el despacho a un domicilio, sino también la opción de retiro. “El autoservicio puede mejorar sustancialmente la satisfacción del cliente. Ofrecer entregas en puntos o pick up dentro de la ciudad para aquellos compradores que están en constante movimiento y buscan retirar sus productos en sus recorridos diarios puede ser fundamental para agilizar la última milla”, detalla el ejecutivo.

La tecnología siempre jugará un papel importante en una pronta entrega. Ofrecer monitoreo de despachos, menor fricción con personas y asistencia inmediata marcará la diferencia. “En el futuro veremos prácticas 100% enfocadas a la IA. Nos enfrentamos a un mercado cambiante pero cada vez más demandante. Las compañías de última milla deben enfocarse en invertir en esta tecnología y también en automatización para que todos los procesos sean cada vez más limpios, ágiles, seguros y certeros”, comenta el gerente comercial de STG Chile.

MEDIR Y CERTIFICARSE

La revisión continua de la gestión es crucial para identificar las eventuales falencias que pudieran entorpecer las operaciones. Aunque, claro está, la información sin acción, no sirve. “De ahí que la detección de esos puntos bajos debe traducirse en la implementación de procesos de mejora continua, que optimicen los recursos dispo-

nibles y potencien la eficiencia y productividad de la organización”, afirma Guillem Pastor, CEO de Cerhtia. La mejor manera de comprobar los avances y el cumplimiento de ciertos estándares es a través de las certificaciones. El proceso implica que una organización se someta voluntariamente a una revisión por parte de un organismo independiente y debidamente calificado para garantizar que la empresa o servicio cumple con los requisitos necesarios para obtener determinada acreditación.

“En la práctica, ser auditado por un externo refleja la decisión de una organización de asegurar la solidez de sus procesos. De ahí que se entienda que las certificaciones de los procesos en determinados ámbitos son una garantía de calidad, un sello que distingue a aquellas organizaciones que han logrado excelencia en los procesos evaluados, lo que es determinado tras la auditoría de sus procesos e instalaciones, entre otros”, sostiene Guillem Pastor.

Lo anterior, no solo contribuye a fortalecer el funcionamiento de cualquier empresa del mundo logístico sino que también potencia su imagen interna, con equipos de trabajo motivados; y externa, lo que se traduce en una mejor valoración en el mercado.

“Una empresa cuyos procesos han sido validados genera mayor confianza y credibilidad entre sus clientes. Es en este contexto que se entiende la existencia, a nivel global, de más de 1.500 certificaciones en ámbitos tan variados como calidad de procesos productivos, uso de la energía, salud, medio ambiente y seguridad; y que más de 800 mil empresas cumplan con el estándar internacional ISO 9001”, señala el CEO de Cerhtia. ■



**¡Mejora la eficiencia de tu operación
y reduce la huella de carbono!**

Drivin Rewards

- Obtén beneficios tangibles
- Eleva la productividad de tus conductores
- Mejora la calidad de servicio
- Disminuye el impacto ambiental



¡No esperes más y empieza hoy!

SOLICITA TU DEMO





SCAN QR E INGRESA A
AR-RACKING.CL

CALYCO CONFÍA EN AR RACKING SU CRECIMIENTO EN POSICIONES DE ALMACENAMIENTO

Experiencia, calidad de las estructuras, tiempos de entrega, disponibilidad de stock, exitosa implementación y buenos precios son algunas de las cualidades de AR Racking que llevó a este operador logístico a entablar una relación comercial y confiar en esta empresa de estanterías metálicas industriales para el proyecto de crecimiento de sus instalaciones.

Aportar soluciones de almacenaje óptimas y ayudar a los clientes a avanzar en mayor eficiencia desde la operativa de sus bodegas es el objetivo central de AR Racking, empresa especialista en sistemas de almacenaje, que le ha permitido posicionarse en el mercado como uno de los grandes proveedores integrales de rack metálicos industriales y consolidarse además como un socio diferencial para empresas de servicio logístico.

La industria logística ha vivido tiempos disruptivos y también de desarrollo. En medio de este escenario, los operadores logísticos adquirieron un papel relevante en los últimos años, especialmente tras los cambios que impuso el Covid-19 en las cadenas de suministro y el auge del e-Commerce; y así lo ha experimentado Calyco, operador logístico, que vive un proceso de crecimiento para responder a los desafíos del mercado.

En este escenario lleno de retos, Calyco confió en el liderazgo de AR Racking para ganar competitividad para los servicios de logística integral que ofrece a sus clientes; alianza que se materializó en la entrega de una bodega versátil y ágil con racks de máxima calidad de AR Racking. Calyco Chile, empresa familiar con origen en Argentina con más de tres décadas

de experiencia como operador logístico y que en estos instantes cuenta con presencia en diversos países latinoamericanos, se refirió a la relación que establecieron con AR Racking. Andrés Cuglia, gerente general; Vladimir Vergara, responsable de proyectos y mejora continua y Esteban Fernández, jefe de Transportes de Calyco Chile relatan cómo fue el proceso de adecuación y mejora de su bodega.

DESARROLLO EN EL MERCADO CHILENO

Andrés Cuglia, gerente general de Calyco Chile SPA se refirió al origen y desarrollo que la empresa ha tenido en Latinoamérica, desde los años 80; fecha en que comenzó su operación en Argentina. “La empresa nació como operador logístico de empresas de consumo masivo y con los años se fue diversificando en distintos países. El 2000 se estableció en Uruguay, desde 2019 opera en Chile y este año se estableció en Perú.

El desarrollo de la empresa da cuenta de su enorme crecimiento y solidez en Sudamérica”, afirmó el ejecutivo.

A 3 años de su llegada a Chile, Cuglia recordó los inicios de la compañía, lo que catalogó como “duros”. “La situación social en el país era inestable, luego vino la crisis sanitaria global que puso en jaque muchos negocios y, además, la operación comenzó con un único cliente (Unilever). La situación se estabilizó y hoy en día, ya contamos con una cartera de clientes fidelizada y con proyección de adquirir un centro de distribución propio en un futuro no tan lejano”, señaló.

Actualmente, la empresa -establecida en las dependencias en el Centro Logístico Lo Aguirre de Bodegas San Francisco- cuenta en Chile con 35.000 m2 de bodegas con una capacidad de almacenaje de 30.000 posiciones pallet, capacidad operativa entre in & out de 50 camiones diarios.

En cuanto a los clientes, el gerente general afirmó que “trabajamos con empresas del rubro como Emerson (empresa de soluciones para la minería), Direct tv (logística integrada y transporte), próximamente se integrará Soprole (materia prima), también está Bosch (termo tecnología), se posee bastante almacenaje de Oster, entre otras”.

AR RACKING “CUMPLE”

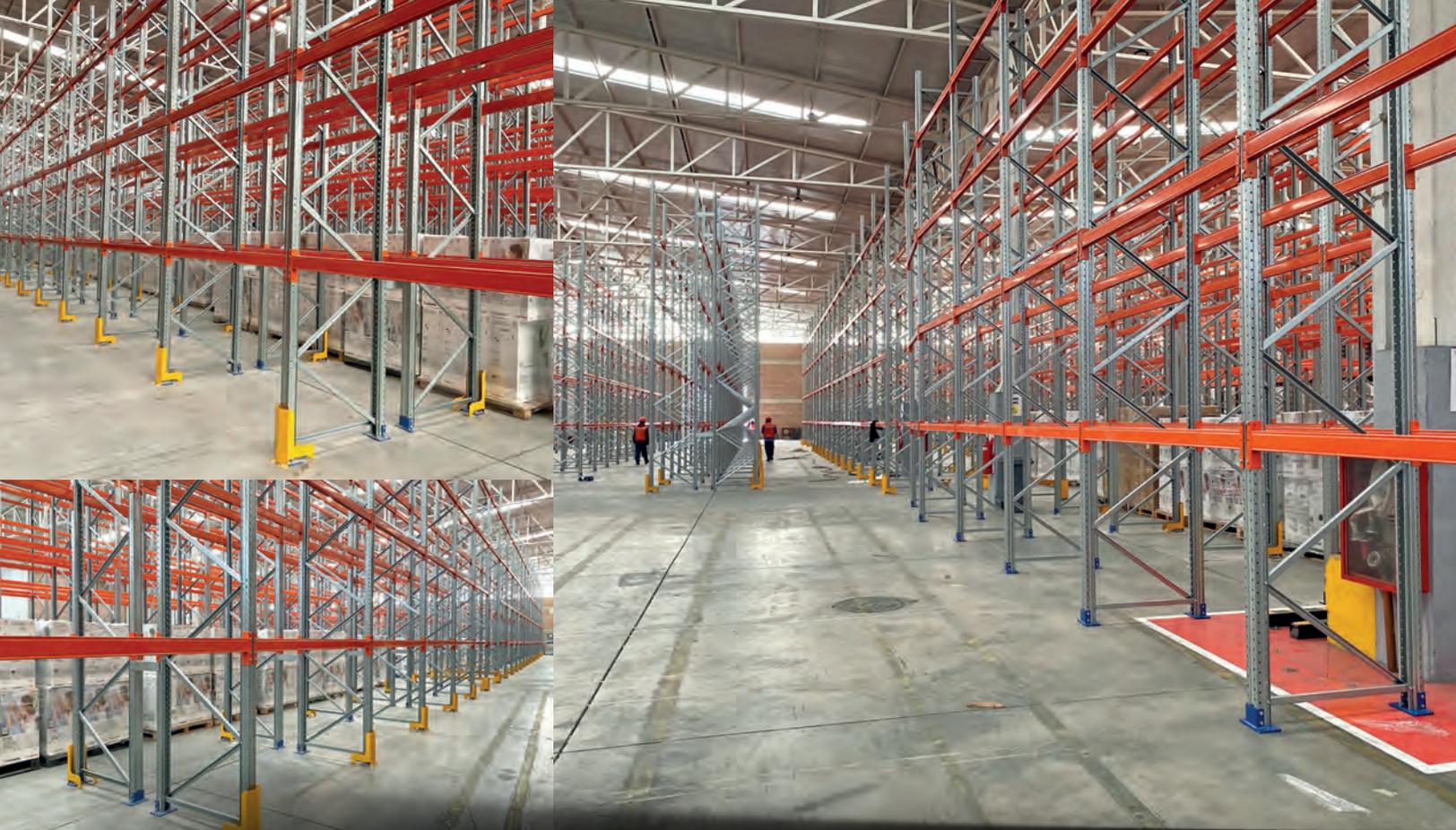
Tras un benchmark del mercado que arrojó una variedad de proveedores de racks metálicos industriales en Chile, los ejecutivos de Calyco recurrieron a sus clientes,

quienes le comentaron la experiencia de trabajar con AR Racking. “Los comentarios que recibimos sobre AR Racking fueron muy positivos y vimos que contaban con un gran prestigio, así que nos pusimos en contacto con ellos”. Tras el primer acercamiento, Cuglia se refirió a la experiencia en el desarrollo del proyecto, donde

destacó la asistencia comercial constante de AR Racking. “En todo momento al solicitar los requerimientos fuimos atendidos

Andrés Cuglia
Gerente General
Calyco Chile SpA





muy profesionalmente por el área comercial con un gran apoyo del área gerencial. Realmente las respuestas fueron rápidas y se ha tenido una muy buena experiencia, debido a que todo lo ofrecido fue plasmado en la instalación de los racks y los tiempos de respuesta fueron tal y como se plantearon. En esto fue clave el excelente trabajo desarrollado por el Gestor de proyectos de AR Francisco González”, agregó.

A reglón seguido, el ejecutivo aseguró que “a diferencia de otros proveedores de racks con los que no tuvimos buena experiencia, la relación con AR Racking ha sido muy satisfactoria. Estamos realmente sorprendidos con los tiempos de entrega, su agilidad y con la calidad de los racks instalados. Hubo un cumplimiento total en las fechas de carga, entrega y montaje de la solución de almacenaje. Los plazos se cumplieron estrictamente en el proyecto de 5 mil posiciones pallet de rack selectivos”.

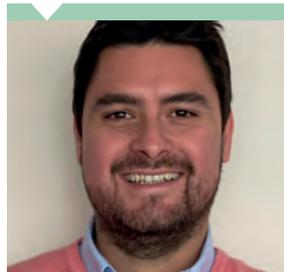
En cuanto a los factores que los llevó a trabajar junto a AR Racking en este proyecto de crecimiento, el gerente general de Calyco comentó que lo primero que

movió la balanza a favor de la empresa de soluciones de almacenamiento fue la recomendación y buenas referencias en el mercado chileno. En segundo lugar, la variable precio es algo que se priorizó también, pues “era importante encontrar una empresa que tuviera los materiales disponibles y no había tantas que tuvieran disponibilidad inmediata”.

CALIDAD Y PLAZOS REDUCIDOS: SELLO DE AR RACKING CHILE

“Conocemos perfectamente las necesidades del mercado nacional y aportamos soluciones integrales que dan respuesta directa y específica a las demandas de los clientes”, explica Germán Flores, gerente general de AR Racking Chile. Con sede y bodega de stock de producto acabado en Santiago, la empresa se ha posicionado en Chile como empresa líder y de confianza

Francisco González
Gestor de Proyectos
AR Racking Chile



en sistemas de almacenaje industrial. “Transparencia, plazos super competitivos, personalización y altos estándares de calidad de nuestros racks son los aspectos que más valoran las empresas que confían en nosotros”, añade Flores.

Además, la robustez y resistencia de los sistemas de AR Racking está avalada

por el cumplimiento de la norma chilena NCH 2369 que establece los requisitos para el diseño sísmico de estructuras e instalaciones industriales.

Actualmente, y más aún desde la crisis sanitario global y sus desencadenantes, la logística es un elemento clave para el éxito de las empresas, porque influye directamente en la satisfacción, la fidelización de los clientes, en la confianza de nuevos consumidores y es además un elemento de diferenciación y de competitividad mayor de los negocios, con fuerte incidencia incluso en los e-Commerce. ■



SCAN QR E INGRESA A
DERCOMAQ.CL

CLAVES PARA LA EFICIENCIA ENERGÉTICA, AHORRO Y DURABILIDAD DE MAQUINARIA

Desde hace algunos años muchas empresas, de todos los tamaños y rubros, han cambiado el paradigma interno de que es necesario comprar siempre todas las maquinarias que necesitan para resolver alguna problemática o de cara a sus necesidades vigentes de operación, de crecimiento o de modernización.

En la actualidad, tanto en Chile como en el resto del mundo, muchas organizaciones están optando por arrendar equipos que les entreguen soluciones más eficientes para sus negocios y que les aseguren la continuidad operacional, siempre estando a la vanguardia tecnológica.

“Y si hablamos de eficiencia y ahorro, el mundo de la maquinaria rentada y eléctrica es un ejemplo de ello. Gracias a su evolución ha incorporado estas nuevas tecnologías contribuyendo a una mayor seguridad, control de flota y, lo más importante, en energía, buscando ser más eficiente en ahorro y durabilidad”, sostiene Osvaldo Araya, Jefe Rental Industrial en Dercomaqa.

Osvaldo Araya
Jefe Rental Industrial
Dercomaqa



Durante los últimos 10 a 15 años, el mercado Rental ha crecido significativamente en Chile y se observa cada vez más que compañías que antes solo compraban equipos, ahora buscan evaluar alternativas de arriendo, siendo la electromovilidad una opción además de la maquinaria tradicional. El cambio del formato de compra a arriendo de unidades ya es una realidad que llegó para instalarse definitivamente. “De hecho, en países desarrollados como In-

glaterra o USA, el porcentaje de arriendo versus compra ronda en torno al 60%-40% o incluso a un 80% en algunas familias de productos, como las plataformas alzahombres (trabajo en altura)”, señala el experto.

Dercomaqa Rental -perteneciente a Dercomaqa S.A. del grupo Derco- es un área de servicio de arriendo de maquinaria con presencia comercial a través de una amplia red de sucursales y cobertura en asistencia técnica a lo largo del país a través de su red de servicios técnicos, tanto propios como externos.

Ofrece un servicio de arriendo integral de maquinarias para acompañar a las empresas de todos los tamaños en sus necesidades de movimiento y transporte de cargas, principalmente en los rubros de minería, construcción, agrícola, logística y bodega. Esta área de la compañía entrega asesoría inicial gratuita con las mejores alternativas según el proyecto hasta el apoyo técnico durante la operación de los equipos.

Tal como enfatiza Osvaldo Araya, “queremos realmente ser un aliado de los em-

presarios. Que a través de nuestro apoyo integral se enfoquen en su core business (actividad principal de su compañía), sin desviar esfuerzos en la operación de maquinarias; que logren soluciones más eficientes para sus negocios y aseguren la continuidad operacional de su actividad con una asesoría técnica permanente”.

En el mercado de Rental es fundamental contar con la variedad de equipos que se ajusten a las reales necesidades de cada empresa o cliente. “Nos preocupamos de que nuestros clientes tengan lo justo y necesario y los asesoramos para que tengan y arrienden un mínimo de equipos que permitan sus estándares de continuidad operacional definidos, pero también para que no tengan equipos de sobra y pagar de más”, destaca .

MAQUINARIA ELÉCTRICA DE VANGUARDIA

En cuanto a las tecnologías, el experto recomienda que los clientes se planteen cuál es el problema que necesitan resolver o qué oportunidad de mejora requieren. Haciéndose la pregunta correcta se sabrá con mayor precisión qué tecnología necesitará. “Por ejemplo, si su problema es la alta emisión de contaminantes y además quiere reducir sus costo de combustible, tenemos opciones de equipos híbridos - que funcionan a gas - con los que se puede obtener un ahorro del 25% en el consumo o bien, la más alta tecnología eléctrica 100% compuesta por Ion de Litio”, asegura Araya.

Otra problemática a resolver podría ser bajar a cero los accidentes – idealmente - o el riesgo de que ello ocurra, mejorando sus estándares de seguridad en sus operaciones, reemplazando por ejemplo sus escaleras o andamios por las plataformas alza hombres (disponibles en marcas JLG, Hangcha y JCB), otorgando una mayor seguridad y productividad para sus trabajadores.

Hace algunos años los equipos eléctricos tenían un uso principalmente en espacios



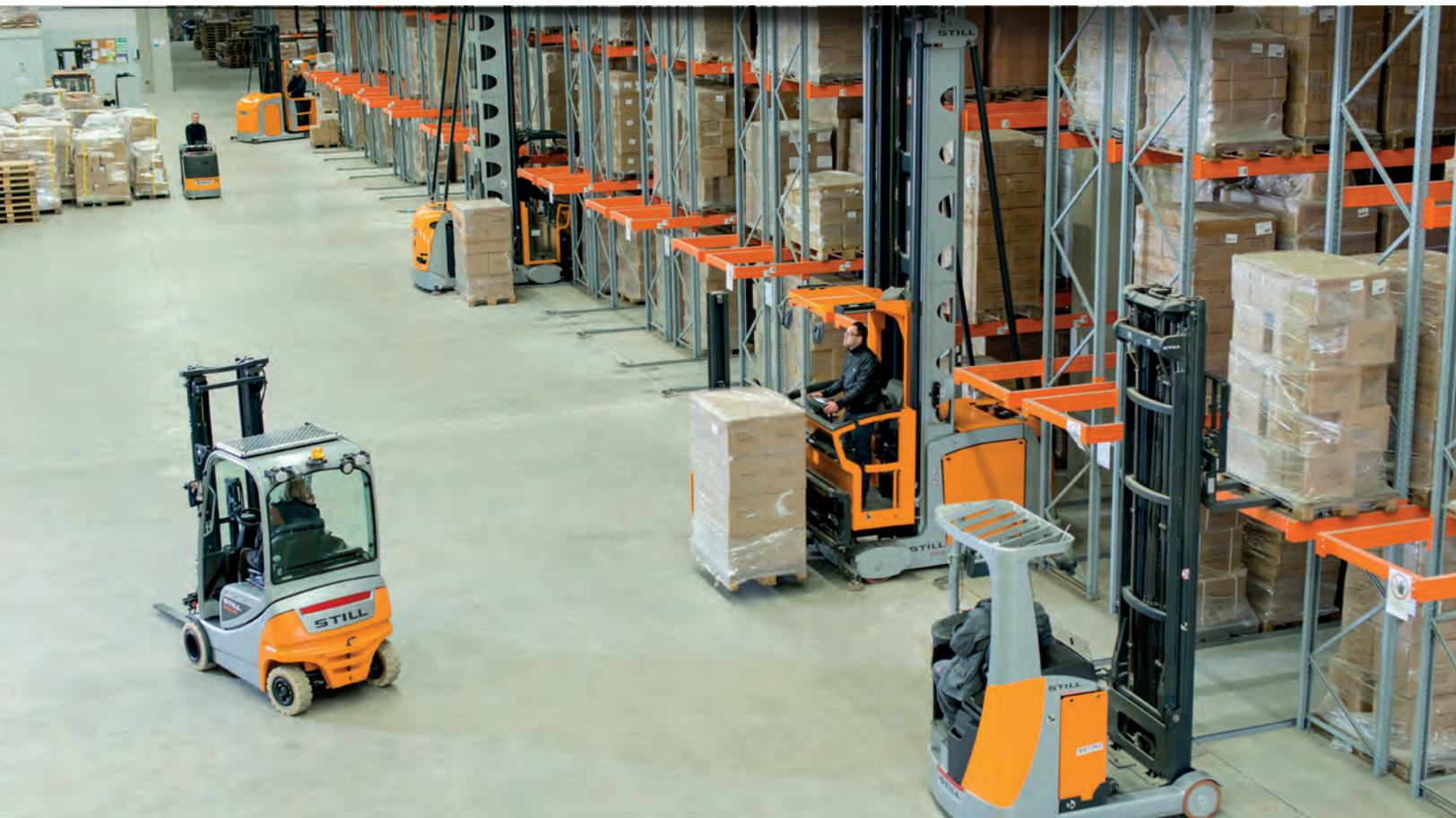
interiores como bodegas, siendo parte fundamental en las operaciones con normas claras en cuanto a las velocidades de desplazamiento, todo esto se logra con los equipos eléctricos. Hoy, la utilización se ha ampliado a otros escenarios como es el caso de la industria portuaria con equipos de alto tonelaje.

Dercomaq se ha preocupado siempre por entregar los mejores productos a sus clientes pero no solo para la venta, dado que también cuenta con sistema de arriendo de maquinaria, haciendo mucho más accesible su uso gracias a la flexibilidad en los periodos de contratos, proyectos a medida del cliente, equipos para

cada operación de acuerdo al uso real del mismo, distintas marcas y modelos para las distintos usos, gran cobertura a nivel nacional, con toda su red de servicios y distribuidores oficiales. "Este servicio va dirigido a todo tipo cliente, hacemos un levantamiento de cada operación, no solo en el mundo MH del material Handling si no también en otros ambientes de trabajo como es el caso del mundo de maquinaria de construcción, transporte y agrícola", enfatiza Araya.

Sin duda la electromovilidad pasó a ser un elemento clave en cualquier industria. Por ello, desde hace un tiempo en Dercomaq se ha puesto como prioridad entregar al

mercado chileno nuevas maquinarias que se adapten a las exigencias en materia de seguridad, resistencia, emisiones y ahorro. De esta manera queda en evidencia que la industria logística seguirá trabajando fuertemente para seguir mejorando la implementación de herramientas tecnológicas, mientras, Dercomaq continúa actualizando su amplia gama de maquinaria adaptándose a los tiempos, satisfaciendo de la mejor manera las necesidades de cada uno de sus clientes, como siempre lo ha hecho. "El desafío es seguir siendo pioneros en la industria en esta materia", concluye Osvaldo Araya. ■





WILDO ARÉVALO MENAY

GERENTE CONSULTORA DUTYPAY, INGENIERO COMERCIAL MBA

EMBARQUE EFECTIVO Y SEGURIDAD. DADO EL CONTEXTO MUNDIAL, LA CADENA LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO INTERNACIONAL SE HA SATURADO EN ESPECIAL LA TRANSFERENCIA DE CARGAS EN EL PUERTO. ESTO HA DERIVADO EN PROLONGADAS ESPERAS PARA LOS BUQUES, LOS CUALES REQUIEREN DESCARGAR O CARGAR. A SU VEZ LOS ESPACIOS EN LAS NAVES SE HAN VUELTO ESCASOS. ESTO HA DERIVADO EN FENÓMENOS QUE NO ERAN TAN RECURRENTES.

Uno de ellos es el Roleo, dice relación con las mercancías que están para embarcar en los buques, ya sea de exportación o en tránsito, que quedan en piso en el puerto al no poder embarcarse por falta de espacio.

Esta externalidad negativa producida por la falta de espacio en los buques y saturación de los puertos a golpeado los costos y la eficiencia logística toda vez que los exportadores están cumpliendo parcialmente con las fechas comprometidas con su cliente en el extranjero. Por otro lado, produce demora en el cierre de la operación como lo es el denominado DUS-LEG, esta etapa es el cierre del ciclo documental administrativo ante el Servicio Nacional de Aduana. Permite gatillar una serie de procesos de pago a proveedores, así también el obtener el beneficio de IVA exportador.

La buena noticia, es que Servicio Nacional de Aduana se encuentra en la implementación del denominado "Embarque Efectivo". Este mensaje sistémico permitirá transparentar la información de los Roleos, y a su vez cerrar los documentos de exportación (DUS-LEG), varios días antes de lo que ocurre en la actualidad, generando mayor fluides en lo financiero, pago de proveedores e IVA exportador. Beneficiando la cadena logística de exportación, en especial a las PYMES.

A su vez, quisiera dejar a disposición un sitio web www.planificacionnaviera.cl de uso gratuito, donde podrán encontrar la Planificación Naviera por puerto consolidada, y a su vez podrán inscribir naves para que el sistema les avise las fechas de zarpe y fechas de llegada, vía correo electrónico. Es un hecho cierto que el trabajo público y privado permitirá mejorar la competitividad del país y bajar ese 19%

del PIB que le cuesta la logística al comercio exterior nacional. La seguridad es otro gran espacio de mejora en la actividad portuaria. El mencionado aumento y saturación de la logística de entrada y salida de mercaderías, ha puesto presión sobre los controles de acceso, exigiendo que cada vez sean más rápidos. Esto último, la mayoría de las veces, se traduce en tener que relajar algunas medidas de control o hacerlo de manera aleatoria, con el consiguiente aumento del riesgo de robos.

Cabe destacar que estas vulnerabilidades no sólo deben ser analizadas en los puntos de acceso, sino que se debe revisar el proceso completo, o al menos desde que se asignan los transportes y conductores encargados de retirar las mercaderías. Normalmente estos sistemas están expuestos a los mismos riesgos de cualquier sistema expuesto en internet, que normalmente son protegidos con claves de acceso simple. Es sabido que las claves simples no son un mecanismo de seguridad suficiente para cualquier sistema que contenga funcionalidades sensibles, como es el caso de definir quién será la persona encargada de retirar un contenedor en el puerto.

Acá también hay otra buena noticia, y es que estos desafíos ya fueron resueltos en otras industrias. En el caso de asegurar el acceso y la autorización del retiro de una carga por parte de un determinado transporte se puede homologar a lo que hacemos cuando se realiza un transferencia bancaria. Por otro lado, asegurar el control de acceso robusto pero ágil del conductor al puerto, se puede homologar a los controles biométricos que se realizan en los aeropuertos.

Esto último requiere un enrolamiento (biométrico) previo, tema que también esta resuelto por ejemplo en la creación de cuentas bancarias a distancia, con sistemas que son capaces de verificar la identidad de una persona con una simple foto de la cédula y una selfie tomada con un celular.

El mayor desafío podría estar en buscar proveedores de cada una de estas tecnologías y desarrollar proyectos que las integren para ser aplicadas a la industria portuaria. Esto podría significar un alto costo y tiempo pero, la otra buena noticia, es que ya existe proveedores que entregan servicios (en la nube) de verificación de identidad con autenticación remota y presencial los que puede ser fácilmente integrables a los sistemas del puerto. ■

Esnova

Racks SpA

Fabricante de Sistemas de Almacenaje
para Bodegas y Centros de Distribución.

Stock para entrega inmediata, · 5 años de garantía · Cumpliendo la normativa de cálculo sísmico NCH2369



Autoportantes

Carro satélite

Rack dinámico

Rack de paletización
convencional

Cantilever

Estanterías con
pasillos elevados

COMPARTIMOS

Estanterías para
carga manual, picking

Esnova Racks SpA Lo Aguirre Trade Center, Módulo G.
C/ Tranquilo, n° 383 - Ciudad de los Valles - Pudahuel - Santiago
comercial.chile@esnova.com T. +56 23 323 6250 - +56 23 323 6251

www.esnova.com

La fortaleza de la sencillez



CAROLINA VÁSQUEZ
GERENTE GENERAL Y COFUNDADORA DE STG.

ADAPTACIÓN, RESILIENCIA Y NUEVAS OPORTUNIDADES: LA NUEVA ERA DE LA LOGÍSTICA.

COMO TODAS LAS INDUSTRIAS Y SECTORES EN EVOLUCIÓN, LA LOGÍSTICA VIVE NUEVOS RETOS Y DESAFÍOS CONFORME SE ADAPTA EL MUNDO A UN NUEVO ESCENARIO. FUERZAS DE TRABAJO DISMINUIDAS, RETENCIÓN DE TALENTO, INCERTIDUMBRE ECONÓMICA, TENSIÓN GEOPOLÍTICA, AUMENTO DE COSTOS Y DEMORAS EN LOS ENVÍOS SON LA DINÁMICA DE LOS ÚLTIMOS MESES. SIN EMBARGO, PESE A LAS ADVERSIDADES, HEMOS VISTO NUEVAS OPORTUNIDADES.

Por años, la industria se caracterizó por una fuerza de trabajo masculina. Sin embargo, esto ha cambiado gradualmente. Según datos de Gartner, las mujeres representan el 39% de la fuerza laboral total de la cadena de suministro en 2022, sufriendo una ligera caída frente al 41% registrado en el año 2021. Es por ello que adaptarse a las tendencias y necesidades es clave para crear industrias resilientes e íntegras. La equidad de género edifica la fuerza de las empresas modernas, competitivas e inclusivas. El rol femenino va más allá de un punto de vista diferente, se trata de un liderazgo con habilidades blandas y mejor capacidad para concretar objetivos, lo que se traduce en una mejora en la productividad colaborativa de las organizaciones, además de una mayor rentabilidad.

Las empresas logísticas sostienen el equilibrio de las cadenas de suministros, por ende, tienen el compromiso de mantener el valor de su oferta y responder a las exigencias de consumidores más empoderados y demandantes de experiencias phygitalas. Pero no sólo eso, sino también reimaginar y administrar con un enfoque diferencial y flexible que asegure la continuidad de su negocio y procesos que nunca duermen.

LA TECNOLOGÍA COMO FACTOR PREDOMINANTE

Durante la última década, hemos sido testigos de cómo las cadenas de suministro han puesto el foco en el avance de tecnologías y automatización de

sus procesos con el fin de hacerlos más ágiles y satisfactorios. Pero esta digitalización y evolución tecnológica trae consigo la importante tarea de desarrollar nuevas habilidades y conocimientos en los colaboradores y profesionales de la industria.

Hoy en día, las empresas están necesitando nuevas capacidades, mientras que la sociedad exige una mayor inclusión femenina que demuestre el potencial de nuestro género. Para ello, la única manera de impulsar esta participación es fortaleciendo nuestros conocimientos con habilidades y una visión de liderazgo.

Tener una participación activa en el mundo de la tecnología y la logística me ha permitido estar en constante aprendizaje e innovación. Ser apasionada por la labor que uno hace no tiene precio, las habilidades innatas de nuestro género pueden contribuir al cambio. Y en un rubro de misión crítica, el equipo humano debe estar por delante de cualquier otro aspecto.

MUJERES Y LIDERAZGO: UNA MISIÓN CRÍTICA

Si bien actualmente vemos escasa participación de las mujeres en la industria, debemos encaminarnos hacia horizontes más amplios, cerrar la brecha hoy es un tema de discusión prioritario. Las habilidades preceden al género, no se trata de fuerza física para mejorar, sino de tecnología, automatización y entendimiento.

Las empresas deben ser resilientes a las disrupciones de todo tipo, tanto internas como externas. Actualmente somos testigos de una escasez de mano de obra en el sector que exige retener y potenciar el talento para ampliar las oportunidades y superar gradualmente la actual crisis, evolucionando hacia nuevas formas, dejando atrás los viejos paradigmas. La clave es avanzar, invertir en tecnologías que mejoren la productividad y agilicen todos los procesos de las cadenas de suministro, desde que el consumidor compra hasta la última milla, y también renovarse y abrir nuevas oportunidades.

Como sociedad e industria, tenemos el deber de creer en todas las capacidades por igual e impulsar iniciativas que sigan fortaleciendo la participación femenina para que sean parte de esta nueva revolución tecnológica que llegó para seguir creciendo.





MARCAMOS EL RITMO DE TU OPERACIÓN

Más ágil, eficiente y segura



INDUSTRIA
LOGÍSTICA



COMERCIO
INTERNACIONAL



CARGA
SOBREDIMENSIONADA



PARTES
Y PIEZAS

- TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN TERRESTRE
- TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN AÉREA
- RETIRO Y ENTREGA EN ÚLTIMA MILLA
- LOGÍSTICA INVERSA
- SISTEMA DE TRAZABILIDAD (MYSAMEX)



Contáctanos:  +56 9 3864 2276  contacto@samex.cl

www.samex.cl



DIEGO PLAZA

ANALISTA FINANCIERO TRIBUTARIO DE MAXXA.CL

REFORMA TRIBUTARIA Y PYMES: LOS PROS Y CONTRAS DE LA PROPUESTA. EN JULIO PASADO, EL GOBIERNO DE GABRIEL BORIC DESPACHÓ AL CONGRESO UN NUEVO PROYECTO DE REFORMA TRIBUTARIA, CUYO PROPÓSITO PRIMORDIAL ES AUMENTAR EL INGRESO DEL FISCO PARA PODER AVANZAR EN TEMAS PRIORITARIOS DE SU AGENDA. LA PROPUESTA, QUE SE CONTINUARÁ DEBATIENDO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DE ESTE AÑO, SIGUE DANDO QUE HABLAR EN VARIOS SECTORES. UNO DE ELLOS, LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES), SECTOR QUE GENERA MÁS DEL 70% DE LOS EMPLEOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE SE HA VISTO FUERTEMENTE AFECTADO POR LA CRISIS ECONÓMICA NACIONAL Y GLOBAL.

Tras el envío del proyecto, tanto la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) como la Comisión Tributaria del Colegio de Contadores de Chile, entre otros, dieron a conocer su preocupación. En tanto, el Gobierno tras conversaciones con los distintos actores ha comenzado a informar modificaciones al proyecto. Por esto, es importante entender cuáles son las propuestas que podrían beneficiar al sector y cuáles son los conceptos que podrían generar problemas.

Dentro de la propuesta de reforma, hay varios elementos interesantes y positivos que competen al sector, como por ejemplo, el beneficio tributario para "nuevas empresas", que podrán optar a un crédito especial de IVA por los primeros doce meses de funcionamiento, que va gradualmente bajando.

Así, durante los primeros 3 meses las nuevas empresas no pagarán IVA, mientras que -durante los segundos 3 meses- deberán pagar el 50% de los impuestos facturados por ventas. Finalmente, en los 6 meses restantes, deberán pagar un 75% de los impuestos facturados. "En total, 12 meses de beneficio tributario".

Otras dos propuestas que, en mi opinión, también benefician a las pymes son: primero, la reducción de los intereses en pago de deudas con Tesorería al 1%, con lo cual será menos costoso poner al día las deudas con esta entidad; y en segundo lugar, la exención de impuesto a las empresas de Fondos de Inversión Privados, que tengan como foco la inversión en capital de riesgo, lo que permite que las pymes puedan tener acceso a apalancamiento financiero que les permita crecer.

En torno a los impuestos, si bien no existe una rebaja porcentual en los impuestos por ser pymes, sí existen herramientas como los Regímenes Tributarios. El incentivo a la reinversión que rebaja la base

de Impuestos a declarar hasta un 50% -y el concepto de utilizar como crédito el Impuesto Renta de la empresa para rebaja o devolución de dinero- son herramientas potentes que tiene nuestro sistema tributario a favor de las pymes.

Algo interesante que se ha generado es la revolución que significó el Registro Empresas y Sociedades (Empresa en un día), que es el crédito para disminuir el pago de IVA en etapas iniciales. En ese sentido, agrega que las últimas reformas impulsaron la creación de empresas, y las propuestas de esta nueva Reforma reconocen y suman medidas manteniendo las que están funcionando.

No obstante, existen aspectos y elementos que todavía tienen espacio para mejorar. Este es el caso de la restricción para el uso de pérdidas tributarias acumuladas o de arrastre -que hoy pueden ser utilizadas para rebajar la base de impuestos de una compañía- la que irá bajando gradualmente hasta llegar al 50% en 2027.

El uso de pérdidas tributarias es un mecanismo que permite a las empresas que tuvieron pérdidas, poder absorberlas cuando la empresa comienza a lograr utilidades, reduciendo así las tasas impositivas por el tiempo que demore en subsanar las mermas. Restringir su uso, es desconocer lo más básico del ciclo de cualquier negocio.

Enfrentados a esta reforma, es importante que las pymes estén muy bien informadas de los cambios venideros. Las pymes tienen un buen régimen tributario desde la reforma anterior, que por primera vez las clasificó y definió que todas las empresas que venden menos de 75.000 UF al año son pymes. Además, de detallar los regímenes tributarios a los que se debían atener. Sin embargo, para poder ocupar lo que se hizo en la reforma anterior y lo que se está haciendo en la actual, lo que sigue es educar a las pymes. ■



RENTAL

SEA CUAL SEA TU PROYECTO U OPERACIÓN EN MENTE...

FULL RENTAL

LA FLOTA DE MODELOS MÁS MODERNA DE LA INDUSTRIA

FULL
SERVICIO

TECNOLOGÍA

MIX DE
MARCAS

PLAZOS
FLEXIBLES

MAQUINARIAS
MULTICATEGORÍAS



Cotiza en dercomaqrental.cl

600 786 1000



SCAN QR E INGRESA A
FRIOFORT.CL

INNVITA WMS Y TMS FORTALECEN LA DISTRIBUCIÓN B2B DE SUS CLIENTES

El actual panorama internacional y los indicadores económicos que afectan a nuestro país y el mundo entero, anticipan un escenario menos favorable para enfrentar desafíos logísticos. Por esto, se hace necesario el integrar eficazmente las distintas etapas de los procesos logísticos con nuevas herramientas tecnológicas que permitan lograr una correcta relación con los clientes, impulsando la distribución B2B.

En un contexto de debilitamiento del comercio mundial, la irrupción de la pandemia del COVID-19 ha tenido grandes consecuencias en las principales economías mundiales especialmente en cuanto a exportaciones, importaciones, transporte y logística de bienes. La escasez de insumos, los retrasos de transportes y la falta de contenedores, son algunos de los grandes desafíos que, han llevado a los miembros del sector logístico a adaptarse y evolucionar, para encontrar mejores soluciones para sus clientes en un corto plazo.

Hoy día mirando los indicadores económicos que afectan a nuestro país y lamentablemente al mundo entero, es razonable anticipar un escenario menos favorable para enfrentar estos desafíos logísticos, lo que forzará irrestrictamente a los proveedores de logística integral, a aumentar sus niveles de servicio, disminuir los tamaños de compra y hacer más eficiente la logística de distribución.

LA IMPORTANCIA DE LA INTEGRACIÓN DE PROCESOS PARA UN EFICIENTE B2B

Si bien, gran parte de los operadores del rubro al querer hacer más eficiente la lo-

gística de entrega de bienes, se tiende a focalizar los esfuerzos principalmente en los servicios en la optimización de la ruta, en la capacidad de los transportes, en las ventanas horarias y del nivel de cumplimiento, en el tracking en tiempo real del avance del proceso de distribución y en la información inmediata, esfuerzos que a pesar de ir en relación directamente proporcional con la satisfacción de sus clientes, desafortunadamente representan un panorama incompleto.

El proceso de distribución es el paso siguiente a los procesos de warehousing o almacenamiento de productos antes de ser trasladados, por lo que cuando se requiere aumentar la eficiencia y el nivel de servicios de las entregas, estas deben integrarse eficientemente con los procesos de almacenamiento y preparación de pedidos, para así lograr que esta cadena funcione sincrónica y rítmicamente.

En Frioport S.A. -operador logístico integral especialista en manejo de productos alimenticios- están conscientes no solo de los desafíos logísticos ya enumerados sino también de la importancia de integrar eficazmente las distintas etapas de los procesos logísticos, para que sus clientes logren una correcta relación a la vez con sus clientes. Desde hace 10 años y junto con la capacidad técnica de su partner

estratégico INNVITA -proveedor de soluciones digitales logísticas- han dedicado grandes esfuerzos y capacidad local, a la integración de dos principales sistemas tecnológicos:

Se trata del software WMS (Warehouse Management System), fundamental para realizar procesos de picking de pedidos y de todas las operaciones en tiempo real al interior de un centro de distribución. El software TMS (Transportation Management System), por otro lado, es una solución esencial para el control de pedidos en ruta que se envía a los clientes de sus clientes, manteniendo en todo momento información en tiempo real, característica crucial en la gestión de la cadena de suministro.

Al integrar estos dos sistemas, Frioport S.A. e INNVITA entregan a sus clientes una ventaja única que les permite gestionar todos sus procesos logísticos de manera rápida y con un solo click, entregándoles la información sobre todo su flujo, desde la llegada de productos a su centro de distribución en Buin, hasta la entrega final a sus clientes. De esta manera las soluciones INNVITA WMS y TMS, optimizan las prácticas Business-to-Business (B2B), cruciales hoy en día para el intercambio de productos, servicios o información entre empresas.

Adicionalmente, existen muchas otras funcionalidades adicionales de estas dos herramientas como son: el control de calidad, servicios de valor agregado, flujos de aprobación, alertas tempranas (vencimientos, productos no conformes, entre otras), agendamiento y una capa de BI (Cuadro de Mando) para la gestión operacional y gerencial.

DISTINTOS SECTORES BENEFICIADOS CON INNVITA WMS

Durante el período de ejercicio 2021 y 2022 la adquisición de INNVITA WMS creció notablemente, ya que varias empresas



decidieron implementarlo para fortalecer la distribución B2B.

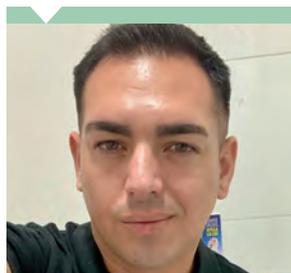
“INNVITA WMS nos ha ayudado en todos los procesos logísticos de nuestros productos farmacéuticos. Partimos hace ya casi 6 años, con un crecimiento positivo pero que requería un control adecuado de los stocks y mermas”, afirma Dagoberto Sanhueza, gerente de logística de Farmacias Simi, uno de sus más recientes clientes.

Con esta herramienta se da cumplimiento a estándares, regulaciones, normas legales, transparencia y requisitos de una organización, siendo vital para la confianza y tranquilidad de una empresa y sus clientes.

Todo Carnes, empresa dirigida por Francisco Jerez comenta “hemos decidido implementar INNVITA WMS para llevar un adecuado y mejor control de nuestros inventarios de productos cárneos, en especial el control de la facturación al momento del despacho, instancia en la cual

se determina el pesaje de cada caja”. En la actualidad, INNVITA WMS y TMS están disponibles en dos versiones: para empresas que controlan mercaderías propias (MP) y para operadores logísticos 3PL (Third Party Logistics).

Dagoberto Sanhueza
Gerente de Logística
Farmacias Simi



Además, está disponible en modalidad SaaS (software como servicio) que permite el arriendo del software tanto en la nube, como en modo “On premise”, que se instala en los servidores de cada cliente.

La integración de INNVITA WMS junto con la aplicación TMS, se optimiza la gestión de la mercadería de manera ordenada desde su lugar de almacenamiento inicial hasta el final (en las manos del cliente), estableciendo una lógica de entrega a los distintos puntos que se definieron en la distribución de cada pedido.

De esta manera, finalmente se logra cumplir con los compromisos de entrega, realizando una trazabilidad completa y

exigente de cada producto. Hernán Hendemane, gerente de Logística y Transporte en Frioport S.A. centra la importancia del uso de INNVITA WMS en sus ventajas de trazabilidad: “Contamos con capacidad de almacenamiento para 20 mil pallets multiambiente y movemos 170 mil toneladas, lo que equivale a 20 millones de cajas anuales de productos que requieren completa trazabilidad.

Nos interesa saber cuándo llegaron, dónde se almacenaron y quién las despachó, lo que sería totalmente imposible de trazar si no contáramos con este software”.

Teniendo en cuenta el eficiente dominio de los procesos de la gestión logística de principio a fin, INNVITA WMS tiene además una mejora permanentemente en sus funcionalidades y así continuar dando un completo soporte a las empresas y consumidores que forman parte de esta nueva y vertiginosa logística. ■



SCAN QR E INGRESA A
LOGISFASHION.COM

INNOVACIÓN, Y TECNOLOGÍA: LA CLAVE DE LOGISFASHION PARA RESPONDER A LA “NUEVA LOGÍSTICA”

El impacto de la tecnología en la logística es innegable; transformándose en un pilar fundamental para alcanzar una operación moderna que responda a los retos y desafíos de visibilidad, eficiencia y cumplimiento que los consumidores finales demandan. A partir de esta realidad, Logisfashion ha apostado por implementar un ecosistema tecnológico híbrido a fin de apalancar su crecimiento y consolidarse como un partner estratégico para los actores de la industria de la moda y lifestyle.

Los cambios que ha enfrentado la industria logística han sido enormes, generando nuevos paradigmas que llevan al sector a afrontar nuevos escenarios. Como efecto de la pandemia, quedó claro que para desplegar una operativa logística exitosa y eficiente es clave que los clientes tengan plena visibilidad de todos los procesos que integran su cadena logística y la analítica de datos respecto del dichos eslabones.

Para ser competitivos en este nuevo escenario logístico y responder a los retos operacionales actuales, existe consenso en que, hoy en día, resulta casi imposible concebir procesos logísticos exentos de la implementación tecnológica e innovación.

Así, la incorporación de herramientas que permitan mayor eficiencia y productividad a nivel operativo es materia obligada y Logisfashion, multinacional logística especializada en moda y lifestyle, así lo ha entendido, convirtiendo esta premisa en un pilar esencial para su crecimiento presente y futuro. La apuesta de este operador logístico apunta al desarrollo y crecimiento apalancado en la innovación y la tecno-

logía; reforzando su operación con el objetivo de responder a los nuevos desafíos logísticos y a las demandas de los clientes de la industria de la moda, un sector altamente complejo y con requerimientos muy específicos.

DESARROLLO HÍBRIDO

Este enfoque tecnológico e innovador, que distingue a Logisfashion, se viene impulsando hace una década, acompañando de una filosofía de mejora continua y excelencia operacional. Así, desde 2012 a la fecha, la compañía ha invertido fuertemente en este plano con una mirada estratégica de futuro.

La empresa multinacional se ha preparado para responder a los constantes cambios operacionales que han exigido las cadenas de suministro de sus clientes; optimizando, visibilizando y flexibilizando sus procesos. El primer paso de esta política de innovación y digitalización fue la migración de todos sus sistemas a “la nube”, teniendo a Microsoft como partner tecnológico y a Azure como plataforma cloud.

Este paso inicial, concluyó el 2017 con la creación del Warehouse Management System LogisCore, sistema de gestión de almacén de desarrollo propio. Como resultado, hoy en día, la compañía puede desplegar sus sistemas en cualquier rincón del mundo gracias de la arquitectura de sistemas en la nube y arrancar nuevas operaciones en plazos muy cortos de tiempo (SaaS/PaaS/IaaS).

El WMS LogisCore se ha transformado en el soporte central de la operación de la compañía, aportando conexión web en tiempo real durante todo el proceso logístico. La herramienta cuenta, además, con un módulo de integraciones que facilita la conexión entre sistemas; un módulo de “reporting” para generar indicadores y ratios de interés para el cliente; características que apuntan a la integración operacional multiplataforma, a través de un esquema de almacenamiento cloud que facilita la estructura e implementación de la operativa.

La mirada tecnológica “híbrida”, basada en la alianza con empresas tecnológicas de clase mundial y en el desarrollo propio de soluciones han sido parte fundamental de la política de crecimiento de Logisfashion; un camino de cambios, con modelos operativos centrados en la nube que se han convertido en componentes claves de la modernización de los entornos de TI de las empresas.

A este respecto, Gonzalo Martínez, CIO de Logisfashion sostuvo que: “Apostar por desarrollar nuestro propio WMS y por la infraestructura cloud hace 10 años ha sido clave para situarnos en la posición que estamos hoy en día y poder abordar el crecimiento del negocio, la internacionalización, los nuevos mercados de la manera que lo hemos hecho”.

Así, el desarrollo TI en la logística es una realidad. La estrecha relación entre ambos sectores es innegable, pues se ha transformado en un sustento de desarrollo para la logística y un tremendo desafío para quienes se van quedando atrás en las innovaciones.

MIRADA END TO END

Los servicios end-to-end de Logisfashion se sustentan en distintas plataformas que integran las diferentes etapas de la cadena de suministro, integrando su WMS Logiscore propio con plataformas Forwarding para gestionar las operaciones de transporte internacional y la LastMile app para conectar con la distribución y gestión de la última milla.

En una etapa más avanzada de este camino, la multinacional dio un nuevo salto hacia la digitalización de sus procesos con la implementación de Microsoft Synapse / Data Platform, dándole valor al dato e información, dotando de inteligencia al negocio.

Enfocado siempre en generar valor, Logisfashion ha continuado con la política de innovación que 10 años después del primer hito los tiene trabajando, por ejemplo, en la automatización industrial con la incorporación de AGVs y robots colaborativos en su operación. La compañía hoy se presenta robusta, flexible, con servicios

óptimos y con una operación rentable, consolidándose como partner logístico internacional con soluciones omnicanal a lo largo de toda la cadena de suministro.

Así, en 2021, Logisfashion alcanzó la certificación ISO 27001 (Sistema de Gestión de Seguridad de la Información) que los avala en el cumplimiento de la norma internacional que proporciona un marco de trabajo para los sistemas de gestión de seguridad de la información (SGSI) con el fin de proporcionar confidencialidad, integridad y disponibilidad continuada de la información, así como también cumplimiento legal.

El camino transitado por este operador logístico confirma que la innovación siempre ha sido una parte esencial de la empresa, siendo la tecnología el pilar del crecimiento, a través de herramientas robustas, escalables y seguras, capaces de adaptarse a un sector tan cambiante como la moda y el e-Commerce, entregando a los clientes: una máxima eficiencia de los procesos, la información y visibilidad que necesitan, con soluciones end to end. Finalmente, este foco tecnológico continúa y para eso

la compañía invierte el 3% de su facturación anual en tecnología; materia de infraestructuras, hardware, equipos TI propios, nuevos desarrollos y licencias.

En concreto, esta fuerte inversión está enfocada en cuatro líneas estratégicas. Por un lado, la automatización industrial con el foco en la robótica móvil y la conexión de la infraestructura (IoT) para aportar mayor flexibilidad, escalabilidad y eficiencia en los procesos operativos de los clientes. La gobernanza del dato y la analítica prescriptiva y predictiva para mejorar la planificación, ejecución y entrega del servicio. La plataforma de integración y desarrollo de nuevos negocios end to end innovadores (conectores, Lastmile delivery platform...), ofreciendo a los clientes nuevos servicios que se están demandando en el mercado con trazabilidad en toda la cadena de suministro. Y, por último, la digitalización de procesos de negocio con el objetivo de garantizar la eficiencia, robustez y escalabilidad, además de mejorar la rentabilidad a través de la inteligencia de negocio y la eficiencia de los procesos internos. ■





SCAN QR E INGRESA A
ROCKTRUCK.CL

ROCKTRUCK CRECE COMO OPERADOR INTEGRAL MIRANDO A LA ELECTROMOVILIDAD EN LA ÚLTIMA MILLA

La electromovilidad dejó de ser una tendencia y se convirtió en una realidad en la logística. Sus beneficios no sólo apuntan al ámbito operacional o de servicio, sino que también responde a una tendencia mundial en cuanto a la preocupación por el cambio climático. RockTruck ingresó a la electromovilidad con fuerza con flota liviana, apuntando a la flexibilidad de sus soluciones.

En momento en que la última milla se ha transformado en uno de los principales eslabones -en una cadena logística tremendamente exigida- la conciencia sobre sus efectos a nivel medioambiental y en el desarrollo de las ciudades es clave, puesto que es fundamental para fortalecer la relación con el cliente y reforzar el nivel de servicio de la compañía.

En esta línea, el transporte ha reforzado sus proyectos para disminuir sus emisiones de CO2. La optimización de rutas, una adecuada mantención de los vehículos y una conducción correcta son algunas de las acciones que han aportado a esta nueva visión; sin embargo, de la mano del desarrollo e innovación tecnológica se han sumado nuevas soluciones, por ejemplo, la electromovilidad.

En Chile, el tema de la electromovilidad tomó vuelo y varias empresas se volcaron a esta tendencia. Tal es el caso de RockTruck, operador de transporte de carga integral, que ingresó al camino de la electromovilidad para responder a la revolución de la última milla. RockTruck desde el inicio de sus operaciones en 2018 se ha enfocado en revolucionar la industria lo-

gística. La innovación es parte de su ADN y ha llevado a la compañía a iniciar un proceso revolucionario en cuanto a la incorporación y penetración de la electromovilidad en sus operaciones, siempre con el objetivo de “entregar la carga de norte a sur en tiempo y forma”.

MÁS QUE RÁPIDEZ, FLEXIBILIDAD

Felipe Oyarzo, subgerente de operaciones de Última Milla de RockTruck se refirió al buen momento que vive este eslabón de la cadena, en términos operacionales y que ha generado también nuevas exigencias por parte de los clientes y que “nos ha obligado a estar en línea con los cambios, por ejemplo, con la necesidad constante de flexibilidad”.

“Muchos creen que el foco logístico está en la rapidez; sin embargo, todo depende del tipo de producto, pero, en general, la prioridad la tiene la calidad y el poder cumplir con lo que el cliente pide”, afirmó el ejecutivo. Ante esta realidad, RockTruck ha dispuesto distintos tipos de soluciones y flotas para las diferentes entregas. “Las empresas de última milla deben contar

con una diversificación de servicio y flotas para poder cumplir con las demandas de este mercado, desde camiones hasta scooter, ya que el foco del cliente está en el cumplimiento del servicio más que en la velocidad. La clave está en entrega dónde y cuándo el cliente lo requiere”, enfatizó Felipe.

Lo anterior se mezcla con la conciencia medioambiental, ya que “hay una cultura de valorar mucho las acciones de las empresas y cuando uno comienza a buscar alternativas para avanzar en esta línea asoma la electromovilidad que tiene beneficios a la comunidad tremendamente valorado por los clientes y también permite una reducción en los costos operacionales asociados al combustible. Todos ganan con la flota eléctrica”.

Oyarzo reconoció que este cambio cultural hacia la electromovilidad era considerado hace años como un “cambio estratégico costoso y eso generaba cierta incertidumbre”, pero “todo lo que se haga en esta línea es bienvenido y en RockTruck asumimos el compromiso del cambio”.

“Investigamos sobre los distintos modelos eléctricos, sus costos, sus beneficios y también sus contras; y nos dimos cuenta de que era una tecnología accesible y que tiene muchos beneficios. Decidimos migrar a estos modelos para no quedar atrás en un mercado que avanza hacia allá y para poder contribuir también al cuidado del planeta”, recalcó el subgerente de última milla.

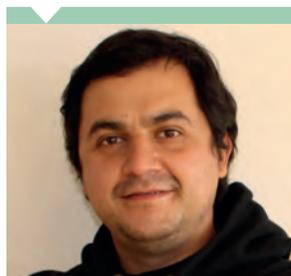
ESTRATEGIAS QUE MARCAN DIFERENCIAS

En la práctica, RockTruck ha concretado este cambio estratégico con flota ultraliviana, enfocada al rubro de supermercado. “Estamos implementando bicicletas y scooter eléctrico que tiene cualidades únicas que agilizan la operación, tales como, su rápida carga y la posibilidad de usar las ciclovías”, afirma Oyarzo. Si bien, el sector supermercado ha sido el puntapié inicial de este cambio operacional, la



compañía ya mira nuevos sectores y nuevas soluciones, tal como lo comentó el ejecutivo: “iniciamos con supermercados, tenemos aproximadamente 15 vehículos y ahora partiremos también con autos eléctricos y llevar flotas eléctricas a regiones. Estamos buscando diversificar los vehículos para poder cumplir con los distintos servicios que demanda el cliente”.

Felipe Oyarzo
Subgerente de Operaciones Rocktruck



¿Cómo se proyecta el crecimiento de esta tendencia? A este respecto, Felipe afirmó que “el crecimiento de este modelo de negocio ha sido rápido y dado el éxito esperamos en un par de meses ya duplicar la operación con estos equipos. Estamos mostrando a la industria que el modelo resulta y que los niveles de servicios, costos y experiencia de cliente así lo demuestra”. Sin duda, la última milla es uno de los mercados más competitivos y eso obliga a los distintos actores a buscar formas y caminos de diferenciación y el ingreso al mundo eléctrico es una alternativa. “A muchos le da miedo ingresar al mercado eléctrico, pero

nosotros quisimos asumir el riesgo y no nos hemos equivocado, porque ha sido tremendamente exitoso”.

En cuanto al servicio propuesto, Felipe comentó que cuentan con “soluciones de entrega que van desde los 15 minutos a dos días y en todos los modelos tenemos nivel de cumplimiento superior al 98%. Tenemos flexibilidad, adaptando soluciones a las necesidades del cliente. No somos solo autos, no solo camiones ni solo camione-

ta; somos una empresa integral con soluciones flexibles capaces de responder a los desafíos de la logística moderna”. De acuerdo con las proyecciones, RockTruck estima un aumento de la facturación de última milla de un 250% este año, en comparación al año anterior.

ARMAMOS TU LOGÍSTICA

Ante el éxito de RockTruck en términos comerciales en sus 4 años de historia,

los proyectos de la compañía no paran. “Estamos abriendo nuevas instalaciones de almacenaje (bodegas); tenemos una en Santiago, abrimos una recientemente en La Serena y proyectamos abrir otra en Concepción lo que nos permitirá acceder a muchas más localidades del norte y sur desde nuestra propia bodega, dando muchas más posibilidades a nuestros clientes de llegar a zonas que antes eran difícil”, detallo Oyarzo.

En cuanto a la flota eléctrica, la empresa espera que su flota crezca en un 500% este año. Oyarzo afirmó además que la compañía está mirando nuevas inversiones para poder iniciar un proceso de expansión internacional.

El desarrollo y expansión de RockTruck no se detiene y es así como hoy se posiciona como una empresa que entrega un servicio integral con soluciones desde la primera a la última milla. Así, la consolidación de la empresa va de la mano de un crecimiento sostenido dinámico, tecnológico y cercano; donde la electromovilidad cobra valor en el diseño integral de las soluciones ante los nuevos retos del sector. ■

LA ADAPTACIÓN DEL MUNDO LOGÍSTICO A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



52

LA VISIBILIDAD EN LA CADENA LOGÍSTICA IMPLICA TRAZAR, MONITOREAR Y OBTENER DATOS QUE PERMITEN TOMAR MEJORES DECISIONES PARA MEJORAR LOS PROCESOS Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE. ESA ES LA PRINCIPAL VENTAJA QUE OFRECEN LAS NUEVAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS QUE ESTÁ ADOPTANDO LA INDUSTRIA.

Ninguna industria puede desvincularse de la transformación digital, pues, la tecnología no solo está contribuyendo a hacer más eficientes y productivos los procesos sino también a mejorar la experiencia del cliente. “La pandemia generó una ruptura de la cadena de suministros, falta de capacidad de respuesta y la disminución de la mano de obra. Esto aceleró la incorporación de herramientas tecnológicas para enfrentar estos desafíos, agilizar tareas, reducir los riesgos y problemas generados y mejorar el servicio en función de la experiencia del cliente”, explica Patricio Delgado, gerente general de la consultora augure.cl, especialista en transformación digital.

En este ámbito, los desafíos operacionales requieren de la urgente incorporación de tecnologías de la información, para agregar valor de cara al cliente. “De ahí viene el concepto de logística conectada, que ha permitido mejorar planificación de pedidos y envíos anticipándose a la demanda, junto con disminuir los retrasos en las entregas, a través del monitoreo y rastreo en tiempo real”, comenta Álvaro Cepeda, director de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Andrés Bello (UNAB), sede Viña del Mar.

Según el académico, la logística conectada se ha visto reflejada en diversas soluciones para optimizar rutas, gestión de flotas, análisis de vehículos y seguridad contra robo, pérdida o daño de los envíos. Además, la nueva mirada del sector apunta a pronosticar la salida y llegada de los envíos, mejorar la eficiencia operativa y, por cierto, la productividad al integrar múltiples dispositivos conectados en una sola interfaz. “Como resultado, la logística conectada encuentra amplias aplicaciones en empresas de diferentes verticales de la industria, como la au-

tomotriz, la atención médica, el comercio minorista, la fabricación y los alimentos y bebidas, entre otras”, señala Álvaro Cepeda.

En este contexto, Patricio Delgado, afirma que la transformación digital en la industria logística ha presionado la generación de nuevas capacidades digitales en áreas como el almacenamiento, la preparación y el transporte. Sin embargo, esto ha dejado al descubierto cierto nivel de desconexión con las necesidades y problemas del “nuevo cliente” y un freno en la eficiencia para eliminar las actividades que no generan valor.

“Las empresas logísticas que han priorizado descubrir los puntos de dolor de consumidores y empleados y han impulsado la innovación rápida, a través de la cocreación entre clientes y empleados, están llevando la delantera. Algunas ya se están focalizando en implementar las soluciones y capacidades tecnológicas que -saben- mejorarán la experiencia de clientes, consumidores y empleados”, comenta el gerente general de Augure.cl

Igualmente, Octavio Gamboa, consultor asociado de Augure.cl cree que falta mucho por recorrer, pero valora que las industrias estén automatizando sus instalaciones internas, bodegas y la etapa de última milla. “Aunque con automatización y con inteligencia artificial aplicada por tramos no resultará. Se debe hacer un proceso completo e integrado, ya que hoy día el mundo logístico es globalizado. Lograremos progresos incrementales si lo seguimos haciendo particionado por sector, pero si lo hacemos integrado haremos cambios exponenciales”, dice.

EL PODER DE LOS DATOS

Para el profesor de la UNAB, Álvaro Cepeda, la analítica de datos y los servicios de tecnologías de la información juegan un papel protagónico en los ciclos logísticos convencionales. Y es que, con base en información histórica de los procesos

continuos de transporte y entrega se pueden obtener diferentes estimaciones. Por ejemplo, sobre el precio de los combustibles, las opciones de ruta o la congestión. “A nivel de artículos y operaciones de almacenamiento y transporte, destaca la tecnología RFID (Radio Frequency Identification), junto con los dispositivos IoT (Internet of Things) en camiones, envíos y unidades de productos individuales”, sostiene.

Los datos que generan los dispositivos permiten a las organizaciones conocer la ubicación exacta y el estado de las cargas. Adicionalmente, la logística conectada abre un mundo de eficiencia al interpretar los precios de transporte y envío, antes de seleccionar los freight forwarders para envíos al extranjero, lo que aumenta la visibilidad y transparencia general en la logística. “Aparte de esto, los factores, incluidos el espacio de almacenamiento, la colocación correcta de las existencias y la cantidad de trabajadores que se necesitan, se pueden predeterminedar”, afirma el académico.

A lo anterior, se suma la creciente adopción de soluciones basadas en la nube y la digitalización en las empresas de todo el mundo, que está estimulando el crecimiento de este tipo de soluciones. En este sentido, Gino Giovanetti, especialista en excelencia operacional y logística de Augure.cl, hace hincapié en que los clientes, cada vez más, exigen productos ajustados a necesidades personales y muy rápido. “La inteligencia artificial permite anticipar gustos y preferencias y realizar los prellenados de canales para llegar en tiempo con atomización de demanda”, comenta.

De ahí que la sincronización de datos sea tan importante para construir el camino al éxito. “Pensando en la industria logística actual, es relevante que las empresas con cadenas de suministro tradicionales den el primer paso y establezcan una relación con un operador logístico o partners tecnológicos que respondan a las necesidades más específicas del negocio”, sostiene Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.



EMOTEMP
TEMPERATURE TRANSPORT LOGISTICS

EMO-TRANS
OFICINA TALCA

Atención personalizada y ejecutivos a su servicio

Transportamos sus muestras incluyendo el servicio de maquila y embalaje en Talca o en nuestra sucursal del aeropuerto internacional de Santiago.

EMOTEMP una empresa del grupo EMO-TRANS con el cuidado y experiencia desde 1965.

@emotranschilesa
www.emotrans.com

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Pese a que la tecnología es indispensable en la cadena de suministro, por las incontables ventajas que ofrece, evidentemente presenta algunos riesgos. Afortunadamente, las herramientas para hacerles frente está disponible. Si bien los ciberdelincuentes, buscan las brechas para abrirse paso en la gestión, el almacenamiento y el transporte de bienes, la ciberseguridad ha avanzado con dinamismo, buscando anticiparse a las nuevas tácticas delictivas.

“La ciberseguridad tiene un rol esencial en la protección de la cadena logística de suministros, que se ve expuesta a amenazas como ataques informáticos, a través de diferentes virus o gusanos, entre otros programas maliciosos diseñados para dañar al sistema. Lo anterior puede derivar en un serio perjuicio para la compañía y terceras personas, ya sea por la pérdida de datos confidenciales internos, como por las hojas de ruta, acuerdos comerciales, nombres de clientes, rutas comerciales, entre otros aspectos”, explica Germán Fernández, director de Operaciones de CronUp.com

Según el especialista en seguridad informática, un ataque a un centro de logística de alimentos podría generar serias dificultades en el acceso de las personas a estos productos, perjudicando a una zona geográfica completa y a toda la cadena de distribución. “De igual modo, la intervención de ciberdelincuentes puede dar pie al desarrollo de mercado negro, estafas en los precios, etc. Dicha información, si llega a manos de la competencia, puede hacer que ésta logre una gran ventaja competitiva, al tener antecedentes de clientes y, sobre todo, las hojas de ruta”, enfatiza.

Las empresas de la industria logística cuentan con información muy sensible, tanto por los productos y servicios que transportan, como por los datos confidenciales de sus propios clientes. Por eso, junto con incorporar tecnología están preocupándose de cubrir cualquier brecha que lleve a los ciberdelincuentes a ingresar donde no deben. “El cierre de las operaciones, generado por un ataque informático, puede tener un impacto inmenso en los sectores productivos”, sostiene Germán Fernández.

Por lo anterior, la ciberseguridad debe ser integrada como una necesidad básica para cualquier empre-

sa, enfocando los esfuerzos en la actualización de los equipos y la instalación de cortafuegos en la red corporativa, así como en la integración de un sistema de alerta temprana de riesgos cibernéticos. De eso se trata la ciberinteligencia, es decir, la habilidad de anticiparse a las amenazas informáticas.

“La reducción de vulnerabilidades se puede concretar con la instalación de balizas electrónicas o códigos de barras que registren tanto la entrada como la salida de la mercancía desde la zona de almacenamiento”, comenta el especialista en ciberseguridad. Igualmente, la capacitación de los trabajadores en seguridad informática es esencial, ya que ellos ayudan en la detección de posibles amenazas y apoyan la implementación de las soluciones idóneas.

Tomar acciones preventivas en seguridad informática no solo da más tranquilidad a la empresa, sino que, además, ofrece una mayor confianza a los clientes. “Además, una empresa que cuente con ciberseguridad, muestra una ventaja significativa frente a una compañía que aún no ha incorporado medidas para evitar la intervención de los ciberdelincuentes. De esta forma, también se mantiene segura a toda una cadena de distribución”, concluye Germán Fernández.

Como advertimos al inicio, a partir de los eventos recientes, la digitalización de procesos desató una verdadera vorágine entre los actores del rubro logístico por implementar nuevas tecnologías y protegerse. Así, la digitalización se ha convertido en una pieza clave del progreso de la industria y el rediseño de sus procesos.

No obstante, muchas empresas del sector aún carecen de las defensas necesarias para hacer frente a ataques cibernéticos, los cuales – hemos visto – van mucho más allá de la simple afectación de un equipo, pudiendo resultar en el freno total de operaciones, hecho que -a su vez- podría implicar millonarias pérdidas.

El llamado entonces es hacia la prevención, teniendo siempre en cuenta el relacionamiento con partners estratégicos que puedan dar respuestas integrales a los desafíos que el rubro logístico tiene a nivel TI. Entonces, la pregunta que subyace es ¿Esta su organización y su operación logística preparada para enfrentar ataques? ■

“La ciberseguridad tiene un rol esencial en la protección de la cadena logística de suministros, que se ve expuesta a amenazas como ataques informáticos, a través de diferentes virus o gusanos, entre otros programas maliciosos diseñados para dañar al sistema.”

NOS MOVEMOS,
CON FLOTA ELÉCTRICA
ULTRALIVIANA



TUS ENTREGAS AHORA LLEGAN A LA VELOCIDAD DE LA LUZ

 www.rocktruck.cl

✉ hablemos@rocktruck.cl | ☎ +569 5858 8355

📘 RockTruckLogistics | 🌐 Rocktruck | 📷 @Rocktruck.cl

 **ROCKTRUCK**
LOGISTICS

TECNOLOGÍA INTEGRADA. LA VISIÓN DE LOS LÍDERES SOBRE EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DEL FUTURO

FRENTE A UN PANORAMA OMNICANAL EN CONSTANTE EVOLUCIÓN, VOLÚMENES CADA VEZ MÁS GRANDES, ENTREGAS CON PERÍODOS MÁS CORTOS Y UNA CARENCIA DE TRABAJADORES A NIVEL MUNDIAL, LOS LÍDERES DE LA INDUSTRIA DEBEN MODERNIZARSE PARA NO QUEDARSE ATRÁS. CON ELLO EN MENTE A CONTINUACIÓN LES PRESENTAMOS LA VISIÓN DE ESTOS LÍDERES ACERCA DEL FUTURO PARA LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICOS.

Proporcionar a los trabajadores tecnologías y dispositivos que optimicen la mano de obra o implementar automatización completa. Por cierto, según establece el estudio, la automatización completa (sin intervención humana) sólo es considerada por el 16% de los encuestados.

Según el más reciente informe de Zebra Technologies, denominado “Visión sobre el futuro de los almacenes”, estudio que integra la perspectiva de 1.403 tomadores de decisión a nivel mundial, en TI y operaciones de distintos sectores, tales como: transporte y logística, comercio minorista, entrega de correo y paquetería y distribución mayorista, “El 46 % de los participantes indicó que el principal impulsor en sus planes de crecimiento es un aumento en la velocidad de entregas a los clientes finales”. En este punto, “el 60 % remarcó que la captación del personal o la eficiencia y productividad laboral representan los mayores desafíos”, por lo cual “el 80 % de las organizaciones planea invertir en tecnologías nuevas para ser competitivas”.

A partir de los indicadores anteriores, para el año 2024, el 61 % de los encuestados sostuvo que su operación intralogística dependerá de una combinación de personas y tecnologías, en lo que se ha denominado como: automatización y potencialización parciales. En tanto, un 27% de los encuestados sostuvo que planea automatizar completamente su centro de distribución para el 2024.

La demanda continua y aparentemente insaciable de los clientes de buscar y comprar productos ya sea a través del canal físico como digital, según el reporte, “supone un cambio integral en la cadena de suministro”. Así, la mentalidad de “lo quiero ahora” abarca todas las industrias y requiere líderes inteligentes capaces de gestionar con eficiencia los

resultados económicos y garantizar una sólida recuperación de la inversión sin sacrificar la satisfacción de los clientes.

A partir de la reflexión anterior, propuesta en el reporte, cabe destacar que los líderes encuestados indicaron “la necesidad de modernizar las operaciones mediante la implementación de tecnologías innovadoras que impulsen resultados positivos”. Según se detalla, el 40 % de los encuestados señaló que la creciente demanda de los consumidores es uno de los impulsores más importantes para el crecimiento y la inversión tecnológica. Más de un tercio de los encuestados indicó que sus planes de expansión y la reformulación de sus estrategias se debieron a la necesidad de acortar los plazos de entrega; ¿cómo dar respaldo a estas estrategias?, la inversión tecnológica es la clave.

LA SINERGIJA ENTRE EL RECURSO HUMANO Y LA TECNOLOGÍA

Ahora bien, en torno a las soluciones de automatización intralogística y la digitalización de la cadena de suministro, el factor humano es determinante. En este plano, el 77% de los encuestados indicó que “potencializar a los trabajadores mediante tecnología es la mejor forma de empezar a implementar la automatización en los almacenes”, pero solo el 35 % de los encuestados sabe exactamente dónde empezar a automatizar.



Invertir en personas es esencial para cumplir con la demanda. Implementar nuevas tecnologías, nuevos procesos y mejorar los flujos de trabajo son solo una parte de la ecuación. Y es que los líderes logísticos están, según señala el estudio, en una constante búsqueda de optimización de la productividad, la eficiencia y la precisión; y las estrategias son claras: Proporcionar a los trabajadores tecnologías y dispositivos que optimicen la mano de obra o implementar automatización completa. Por cierto, según establece el estudio, la automatización completa (sin intervención humana) sólo es considerada por el 16% de los encuestados.

Respecto del 84% restante, cabe destacar que -el punto de equilibrio radica en incorporar la automatización en las rutinas de los trabajadores. Ahora bien, atraer, contratar y retener a una nueva generación de trabajadores que tengan las competencias y habilidades adecuadas, no es una tarea fácil. Así, el reporte sostiene que “los líderes de la industria deben lograr que el trabajo en los centros de distribución o bodegas sea más atractivo y deben considerar la tecnología como un aspecto clave que marcará la diferencia”.

Los encargados de almacenes buscan nuevas formas de ampliar el conjunto de habilidades de los trabajadores. Más aún, el 88 % de los encuestados señala que la comodidad y ergonomía de los traba-

jadores serán iniciativas laborales muy importantes en los próximos cinco años. Según el 79 % de los encuestados, los trabajos en almacenes también serán más atractivos debido a la transformación tecnológica actual. El 54 % de los encuestados ya está ampliando la oferta de capacitaciones sobre aspectos técnicos y la cadena de suministro para retener la fuerza laboral y fomentar trayectorias profesionales para sus empleados más valiosos.

ALMACENES HÍPERCONECTADOS

Es sabido que el WMS (Warehouse Management System) es el sistema de registro básico encargado de administrar todos los componentes de una bodega o Centro de Distribución, entre ellos: Mercancías, activos, personas, flujos de trabajo y transacciones. Y como en todos los procesos, el primer paso más lógico es mejorar los cimientos, y la modernización de almacenes no es la excepción.

Según ratifica el Reporte, durante los próximos cinco años, los tomadores de decisión actualizarán o agregarán más módulos a sus WMS o migrarán a sistemas mejores y más completos. Estos sistemas optimizarán la experiencia de los usuarios de dispositivos móviles (al interior del CD) y permitirán incorporar nuevas funciones de entrada de datos que

“A medida que los tomadores de decisión busquen un mayor uso y visibilidad de activos, apoyo en tiempo real y desempeño alimentado por datos, estas funciones avanzadas del WMS serán esenciales para garantizar la optimización del almacén”

abran camino a un desempeño alimentado por datos. En tanto, el WMS del futuro deberá contar con la capacidad de incluir datos en tiempo real provenientes de soluciones, sensores y sistemas con acceso a la ubicación en toda la organización. “A medida que los tomadores de decisión busquen un mayor uso y visibilidad de activos, apoyo en tiempo real y desempeño alimentado por datos, estas funciones avanzadas del WMS serán esenciales para garantizar la optimización del almacén”, indica el reporte.

En este plano, a nivel mundial, el 43 % de las organizaciones encuestadas planea implementar sistemas de localización en tiempo real, mientras que el 55 % de los tomadores de decisión planea continuar mejorando sus soluciones de RTLS o implementar nuevas herramientas de este para el año 2024.

Así, durante los próximos cinco años, el 80 % de los encargados de Centros de Distribución intentará que sus WMS se comuniquen con los sistemas de administración del centro de clasificación y transporte para garantizar la sincronización total de toda la cadena de suministro.

PREPARACIÓN DE ALMACENES CON NIVELES DE AUTOMATIZACIÓN ESCALABLE

58

Con todo, las nuevas tecnologías y, principalmente, la automatización será fundamentales para alcanzar mayor productividad, eficiencia y precisión; si el objetivo final es ser competitivos.

En este plano, según lo expuesto en el reporte, “los líderes proactivos a nivel global ya han invertido sustancialmente en soluciones de automatización fijas para las tareas de manejo, selección, embalaje, clasificación y traslado de mercancías”. También han comenzado a utilizar innovaciones tecnológicas y estrategias de SaaS flexibles para mejorar la productividad y

la eficiencia de los flujos de trabajo. Cabe destacar que, según reporta el informe, “en la actualidad, los tomadores de decisión ven la automatización con otros ojos. La necesidad de contar con flexibilidad y portabilidad es esencial para el ciclo cambiante de las operaciones de almacenamiento, sobre todo durante las épocas más activas”, lo que sin lugar a duda debe marcar un precedente para los actores de mercados como el chileno que buscan optimizar sus operaciones y satisfacer las cambiantes necesidades de sus clientes y de los consumidores finales.

En este plano, los sistemas transportadores robóticos, los denominados cobots y los vehículos autónomos y otras tecnologías de vanguardia, por cierto, proporcionan el nivel de flexibilidad y portabilidad que requieren los almacenes de última generación.

En esta línea, el reporte asegura que “dentro de los próximos cinco años, los tomadores de decisión utilizarán cada vez más soluciones robotizadas de manejo de materiales”, una aseveración que se sustenta en cifras, considerando que los líderes logísticos encuestados proyectan un crecimiento en la adopción de nuevas tecnologías que oscila entre el 6% y el 8%. En este plano, algunos de los usos previstos de robots, de cara a 2024, son: administración de inventario entrante (24 %), embalaje (22 %) y recepción de mercancías (20 %).

Finalmente, en lo referido a la optimización de los flujos de trabajo, el reporte de Zebra Technologies sostiene que “la automatización mejora la productividad y el cumplimiento de los trabajadores. Las tareas repetitivas, como escanear, clasificar y seleccionar, se realizan de forma rápida y uniforme. Al tiempo que disminuye el tiempo de los traslados dentro la instalación, lo que permite a los trabajadores dedicarse a tareas más importantes”.

Conscientes de lo anterior, el 75% de los líderes encuestados indica que “proporciona a sus colaboradores tecnologías y dispositivos especializados para aumentar

la eficiencia, la velocidad y la precisión y, así, mejorar su rendimiento”. Al tiempo que el 29 % de los tomadores de decisión señala que, para el año 2024, “planea implementar automatización completa para algunas tareas repetitivas”.

ANÁLISIS PREDICTIVO... EL PASO SIGUIENTE

Tal como se establece en el reporte, la automatización intralogística se considera como “algo tangible”; que se puede ver y tocar. Hablamos de cobots transitando en el almacén, sorters alimentando estaciones de preparación de pedidos, transelevadores tomando pallets desde las alturas...No obstante, la automatización también integra elementos intangibles, tales como las herramientas de análisis de datos, que están emergiendo como uno de los aspectos más importantes para la automatización de centros de distribución y bodegas a nivel mundial.

En esta línea, según el estudio, “los líderes encuestados planean agregar nuevos niveles de inteligencia a sus operaciones para asistir en el proceso de toma de decisiones. Para los trabajadores, esto implica contar con la posibilidad de utilizar datos para predecir lo que ocurrirá o conocer lo que debería suceder.

En lo que respecta al manejo de materiales, la automatización se traduce en soluciones más inteligentes capaces de llevar a cabo tareas más complejas”.

Así, para aumentar el desempeño alimentado por datos, los tomadores de decisión planean implementar herramientas de análisis predictivo en operaciones de mercancías entrantes/salientes (36 %) y usar aprendizaje automático (33 %) para mejorar la toma de decisiones con apoyo en tiempo real, lo que sin duda será el próximo paso para la integración total de los centros de distribución del futuro. ■

EGA • KAT ^{Logística}

MÉXICO • COLOMBIA • CHILE • PERÚ • USA



SOLUCIONES LOGÍSTICAS A TU MEDIDA

www.egakat.com

Síguenos en nuestras
redes sociales:





CARGAS INUSUALES: DE QUÉ TRATAN Y CÓMO RESUELVEN LOS PROBLEMAS DE LA LOGÍSTICA

Vacunas, joyas, divisas, diamantes. Hoy todo se puede transportar. Sin embargo, estas “cargas inusuales” cuentan con un tratamiento especial relacionado, principalmente, a la logística y la seguridad. ¿Cómo se movilizan este tipo de encomiendas y qué lineamientos deben cumplir las empresas que realizan este servicio?

Desde una obra de arte y joyas, hasta las vacunas contra el COVID-19 en plena crisis sanitaria. El traslado de cargas de alto valor es toda una ciencia, que incluye capacitaciones al personal que lo realiza y ajustes en su logística, sobre todo en plena pandemia.

Es el caso de Brinks, empresa con 160 años en el mercado y 43 en Chile.

Comenzó trasladando efectivo y monedas en Estados Unidos, pero poco a poco se fue ampliando hacia la carga valorada: oro, metales, diamantes, entre otros. De



hecho, hace cinco años, implementaron el traslado de cannabis en Canadá. En 2019 crearon Brinks Global Services (BGS), la línea de negocios en Chile que se dedica exclusivamente a traslados de carga valorada de cualquier tipo que no sea "cash in transit" (efectivo) y que nació debido al aumento de la delincuencia. "Sabemos que las necesidades de invertir en otro tipo de commodities se vio reflejado en los traslados. Nuestro servicio es tres en uno: custodia, traslado y seguros. El envío de artículos electrónicos es nuestro mayor mercado. Sin embargo, podemos mover joyería, ropa de alta gama y productos

procesados de la minería, como monedas de oro", explica Alejandra Angulo, Gerente Comercial y de Operaciones de BGS Chile.

Fue en pandemia donde las cargas de algo riesgo y poco comunes llevó un solo nombre: vacunas. "Poder transportarlas bajo los estándares de seguridad nos permitió explorar ese tipo de commodity. Vimos la necesidad que hay de movilizar lo farmacéutico. El valor que tenía el hecho de que la vacuna llegara al centro que correspondía era vital, porque habían compromisos que cumplir por parte del Servicio Nacional de Salud", explica Angulo.

"En la industria Farmacéutica y del Cuidado de las Personas (Pharma & Healthcare), además de contar con un equipo especializado y estar siempre disponible, debes ser capaz de hacer un correcto análisis de ruta, planes correctivos y una asesoría constante para poder contar con la confianza de tus clientes"

Pero así como el transporte de encomiendas comunes debe ajustar sus procesos logísticos según el funcionamiento del mercado, el de cargas inusuales también presenta desafíos a la hora de despachar artículos de valor. Para Rodrigo Bustos, Managing Director de JAS - compañía de transporte de carga internacional y proveedor logístico con más de 40 años de trayectoria- la principal complejidad en la cadena de suministro es el número de diferentes actores que participan en ella para completar el proceso end to end: "Ocurre cuando hablamos, por ejemplo, de una carga de alto valor o carga sensitiva a temperatura, lo que hace que el proceso sea aún más complejo. A su vez, hemos visto un aumento en los tiempos de tránsito, disminución de frecuencias y grandes problemas de congestión que

han afectado a toda la industria del transporte internacional".

Bajo esta complejidad, es clave trabajar por una relación de confianza entre empresa y cliente, donde la comunicación es primordial: "Esto significa mantenerlos informados en tiempo y forma referente a sus embarques. Además de informar, debes entregar alternativas de solución ante potenciales problemas.

Una vez solucionado el problema específico, debes trabajar en el correcto plan de acción para poder evitar este tipo de situaciones en el futuro. En la industria Farmacéutica y del Cuidado de las Personas (Pharma & Healthcare), además de contar con un equipo especializado y estar siempre disponible, debes ser capaz de hacer un correcto análisis de ruta, planes correctivos y una asesoría constante para poder contar con la confianza de tus clientes", explica Bustos.

Para Brinks, los desafíos van de la mano con los tiempos de espera. En el caso del retail, a veces son muy largos "y creo que en algunas bodegas aún no se ha tomado el peso para hacer el proceso más expedito para las empresas de transporte de valores.

Esa consciencia ha costado generarla y ha sido un trabajo diario que se hace junto con la seguridad de la bodega para poder acceder a un servicio más rápido. Lógicamente mientras más tiempo estemos fuera, mayor es el riesgo para la tripulación. En aeropuerto a veces nos pasa lo mismo. Las tramitaciones toman más tiempo del requerido", señala Angulo.

Precisamente la seguridad de las personas que trasladan estas cargas de alto valor es un tema no menor a la hora de ejercer el servicio. En Brinks, están validados por el OS10 de Carabineros, lo que los obliga a cumplir con ciertas normas de seguridad tanto en sucursal como en ruta. Cuentan con camión blindado y su tripulación está facultada para utilizar armas. Por lo mismo, deben seguir rigurosamente las instrucciones en caso de ataque.

“Hay un protocolo de seguridad que se va actualizando y todo quien ingresa se le hace un entrenamiento sobre cómo actuar frente a una situación de riesgo. Como estamos abalados por el OS10 de Carabineros, están supervisando constantemente el protocolo de la sucursal, así que, a nivel nacional, contamos con el respaldo de la autoridad y cumplimos con las medidas de seguridad que exigen.”

Toda la custodia de Brinks, independiente de qué carga sea, cuenta con estos protocolos y con la tecnología, infraestructura y métodos para el resguardo de la custodia de dinero, oro, divisas, diamantes, etc”, explica Luis Aránguiz, especialista en marketing de la compañía.

“Hay un protocolo de seguridad que se va actualizando y todo quien ingresa se le hace un entrenamiento sobre cómo actuar frente a una situación de riesgo. Como estamos abalados por el OS10 de Carabineros, están supervisando constantemente el protocolo de la sucursal, así que, a nivel nacional, contamos con el respaldo de la autoridad y cumplimos con las medidas de seguridad que exigen”.

EL VALOR DEL TRANSPORTE

El mercado del transporte internacional está en permanente cambio. Y la pandemia provocó grandes dolores de cabeza para varios proveedores de este servicio. Dentro de los que ofrece JAS está el flete por avión y la carga marítima, dos medios fuertemente golpeados por la crisis sanitaria: disminuyó el tráfico aéreo y se cerraron varios puertos: “JAS invirtió en el desarrollo de sus propios vuelos charter de manera de compensar la caída de frecuencia y capacidad, poniendo a dispo-

sición de sus clientes la capacidad asegurada en las principales rutas aéreas.

A pesar de la recuperación, el nivel de frecuencia y rutas ya no será el mismo que había pre pandemia por un buen tiempo. De hecho, muchas aerolíneas han convertido aviones de pasajeros para poder movilizar carga de manera más eficiente”, explica Rodrigo Bustos.



Alejandra Angulo
Gerente Comercial y de Operaciones en BGS Chile

En el ámbito marítimo, la escasez de contenedores, las cuarentenas en puertos claves, la reducción de eficiencia en el retiro de los contenedores desde los puertos y el aumento de demanda generalizado durante la pandemia generaron tremendos cuellos de botella para la industria: “Desde JAS intentamos mantener a nuestros clientes actualizados de manera constante con la situación del mercado para que ellos pudieran tomar la decisión correcta en tiempo y forma. Transferir carga Full Container Load (contenedor completo) a Less than Container Load (menos de una carga consolidada) para asegurar su salida, migración de un puerto a otro, utilización de contenedores NOR (Non Operating Reefer) y envíos multimodal, fueron algunas de las soluciones que implementamos”, complementa.



Rodrigo Bustos
Managing Director en JAS

Contar con buenos sistemas de visibilidad online, dice Bustos, les ha ayudado para que los clientes se mantengan informados de sus embarques de alto valor. El escenario se pone desafiante al ver un aumento muy grande de embarques catalogados como urgentes o de alto valor para los

clientes por todos los atrasos sufridos en la cadena de suministro. “Creemos haber sorteado de buena manera lo complejo del escenario durante la pandemia., estando muy presente frente a los clientes y comunicando referente a sus embarques, hayan sido buenas o malas noticias”, explica.

Se habla de envíos de alto valor, pero ¿a qué se refiere, realmente, esta denominación? Frente a esta pregunta, Buscos señala que un embarque de alto valor “no solo puede ser medido por el valor específico de las mercaderías en términos de costo, sino también por la urgencia de este para su cliente final o porque hay una vida que espera de ese medicamento o insumo médico, por ejemplo”.



Luis Aránguiz
Especialista en Marketing en Brinks

“Si hablamos de una obra de arte o algo que sé que tiene un valor significativo para mí y que quiero que no le pase nada en el traslado, podríamos hablar de una carga valorada”, señala Alejandra Angulo desde BGS. “Sin embargo, también hay un tema relacionado a los seguros: ¿Cómo acredito que lo que yo dije que valía 500 millones de dólares, efectivamente valga eso y el seguro después lo respalde? Es difícil cuantificar una carga cuando tiene un valor emocional porque la persona va a pagar el servicio por algo que no quiere perder, pero cuando activamos otro tipo de seguros probablemente no sea lo más eficiente en términos de costo para el cliente”, concluye. ■



Soluciones de almacenaje

A la medida de tus desafíos

De minibodegas a centros de distribución
entre **Antofagasta** y **Puerto Montt**.

De uso particular a grandes empresas.

Con formatos "build to suit" hechos a la medida.

En **Patio Industrial** tenemos justo lo que necesitas.

Nuestros servicios



Comunícate con nosotros

Contacto@patio.cl

(56 2) 2979 6600



PATIO INDUSTRIAL

GRUPO PATIO

Presencia Nacional



HIDRÓGENO VERDE: EL POTENCIAL CHILENO; EL IMPACTO EN EL TRANSPORTE MARÍTIMO Y EL ROL DE LOS PUERTOS NACIONALES

Científicos de todas las latitudes han advertido que pronto el mundo experimentará una crisis climática sin precedentes en la historia causada por la acción humana; crisis que sólo podrá ser contenida si se desarrollan acciones transformadoras a escala global orientadas a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y descarbonizar el planeta al 2050.

Considerando que tres cuartas partes de las emisiones de gases de efecto invernadero del planeta se producen por el uso de combustibles fósiles; la producción y el uso de la energía están al centro del desafío, partiendo del axioma de que la forma en que la energía se produce y se consume en el mundo deberá experimentar cambios radicales.

Por cierto, nuestro país se ha comprometido con la acción climática de manera decidida y ambiciosa, siendo un precedente claro de lo anterior la firma del Acuerdo de París en 2015, en el cual 197 países se comprometieron a alcanzar la "carbono neutralidad" durante la segunda mitad de este siglo. Chile fue una de las primeras naciones latinoamericanas en unirse, y a lo largo de estos años ha cumplido a cabalidad con este mandato internacional. A través del proyecto de ley marco de cambio climático, será uno de los primeros países en fijar por Ley la meta de ser carbono neutral al 2050.

En torno a la producción de energías amigables con el medio ambiente, según expertos a nivel nacional e internacional, Chile tiene una oportunidad única para desarrollar una industria competitiva en materia de energías renovables. En este contexto, según datos aportados por el Ministerio de Energía, los sectores solares y eólicos están madurando aceleradamente en nuestro país. "En 6 años, Chile ha quintuplicado su capacidad de generación

de esas fuentes y se proyecta que, al 2030, hasta el 70% de su matriz eléctrica sea renovable. La creciente inversión en estas energías, así como en almacenamiento y en infraestructura de transmisión, es una señal inequívoca de una transición decidida a un sistema eléctrico más sostenible", ha indicado la cartera.

A partir de la diversificación de su matriz energética, nuestro país avanza determinadamente en la denominada Estrategia Nacional Hidrógeno Verde, lanzada en 2020, instancia que busca posicionar a Chile como el líder mundial en la producción, uso doméstico y exportación de este combustible a nivel mundial. "Nuestra Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde tiene como objetivo tomar esta oportunidad y convertirla en realidad", aseguró la comisión estratégica; apuntando, además, a promover el uso del Hidrógeno Verde en actividades productivas claves como la minería, la agricultura y el transporte, a fin de ser más competitivos a nivel nacional e internacional.

IMPACTO DEL HIDROGENO VERDE EN EL TRANSPORTE MARÍTIMO

Como se ha expuesto, la industria del transporte es una de las que se podría ver directamente impactada por el uso de combustibles sustentables, tales como el

Hidrógeno Verde. De hecho, la industria marítima a nivel mundial está impulsando una importante transformación en esta línea, y Chile es protagonista.

¿Cómo afectaría el uso del Hidrógeno Verde a la industria marítima global? Pues según datos publicados por la Agencia Internacional de Energías Renovables (IRENA) "una rápida sustitución de los combustibles fósiles por combustibles renovables basados en el hidrógeno verde y los biocombustibles avanzados podría permitir reducir hasta el 80% de las emisiones de CO2 atribuidas al transporte marítimo internacional para mediados de siglo, es decir, para 2050".

En este contexto, la IRENA establece que los combustibles renovables deberían aportar al menos el 70% de la combinación energética del sector en 2050, según muestra el informe recientemente publicado "A pathway to decarbonise the shipping sector by 2050". El documento esboza una hoja de ruta para el sector marítimo mundial en consonancia con el objetivo climático global de 1,5°C.

"Entre el 80% y el 90% del comercio internacional se realiza por vía marítima. La descarbonización del transporte marítimo mundial es uno de los sectores más difíciles de abordar y, a pesar de las elevadas ambiciones, los planes actuales se quedan cortos", declaró Francesco La Camera, Director General de IRENA, a la pre-

sentación de las cifras. Así, el hidrógeno verde comienza a armar su pista de aterrizaje para transformarse en una de las principales fuentes de energía durante las próximas décadas y ocupar un rol central en la estrategia de descarbonización que están transitando distintos países. En Latinoamérica, Chile y Uruguay han iniciado un camino exploratorio para dar los primeros pasos, teniendo en cuenta sus ventajas naturales con perspectivas que lucen alentadoras.

En este plano, según el informe, Maritime Forecast to 2050 elaborado por la consultora DNV, alrededor del 5% de la energía para el transporte marítimo debería provenir de combustibles neutros en carbono en 2030.

“La transición de la infraestructura de combustible necesaria para entregar los 270 millones de toneladas de combustibles alternativos que se necesitarían para la descarbonización marítima total para 2050 es un desafío gigantesco”, indicó el

estudio. En esos términos, el informe estima que se necesitarán entre US\$8.000 millones y US\$28.000 millones de una inversión total adicional por año solo en los buques para lograr la descarbonización para 2050. También se necesitarían entre US\$30.000 millones y US\$90.000 millones por año para escalar la producción en tierra y contar con infraestructura para la distribución y abastecimiento de combustibles 100% neutros en carbono para mediados de siglo.

Las fuentes de energía más costosas y las inversiones en tierra podrían aumentar los costos anuales de combustible del sector en más de US\$100 mil millones a US\$150.000 millones cuando estén completamente descarbonizados, un aumento del 70 al 100 % a partir de hoy. Por lo tanto, se estima que la descarbonización del transporte marítimo por completo para 2050 requerirá aproximadamente 2,5 veces más inversión que las proyectadas por la Organización Marítima Internacional (OMI)

PUERTOS CHILENOS. HUBS SUSTENTABLES

Siempre en torno a la Estrategia de Hidrógeno Verde, cabe destacar lo expuesto por David Medrano, coordinador de la Unidad de Desarrollo Portuario del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), durante su alocución en la última versión de la Feria Transport 2022, que se llevó a cabo a fines de septiembre pasado. En la ocasión, Medrano destacó los compromisos suscritos por nuestro país en relación con la descarbonización -Corredores Verdes y uso de Hidrógeno Verde- como elementos catalizadores para desarrollar e impulsar de manera integral el sistema portuario chileno.

Durante su presentación titulada “Los puertos como hubs sustentables: Desafíos y oportunidades de la descarbonización”, Medrano señaló que “el hidrógeno no es algo que nace para los puertos, no es algo que nace desde la actividad portuaria ni desde el transporte marítimo, pero

Llevamos tus productos a todo Chile

y mejoramos la experiencia de compra de tus clientes.



- Mejora tus ventas y potencia tu ecommerce
- Haz seguimiento a todos tus envíos
- Lleva tu ecommerce al siguiente nivel



Conoce más en [Starken.cl](https://starken.cl)

starken
EMPRESAS

donde efectivamente el nodo portuario de transporte marítimo desempeña una función clave que es garantizar el transporte de este nuevo energético desde los puntos de generación hasta los puntos de consumo, como pasa con cualquier otra carga que movamos a través de nuestros terminales. Ante este nuevo energético tenemos una oportunidad bastante significativa, tenemos un amplio reto por delante que queremos comenzar a trabajar de manera bastante intensa como sistema portuario en Chile”.

“HAY UNA RELACIÓN CLARA QUE SE TIENE QUE DAR ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO DE MANERA DE PODER PLANIFICAR ADECUADAMENTE QUÉ INFRAESTRUCTURA, DÓNDE Y CUÁNDO VAN A SER NECESARIAS PARA DESARROLLAR ESTA INDUSTRIA.”

Según señaló el Coordinador de la Unidad de Desarrollo Portuario del MTT, “el hidrógeno es la excusa para el desarrollo que queremos seguir impulsando de manera general para todas las cargas, que es esa mejora de nuestro sistema de política, regulación y planificación del desarrollo portuario integral de todo el sistema portuario en Chile, haciendo las adaptaciones que sean requeridas, construyendo desde lo que tengamos ya fortalecido y probando. Mejorando también esta planificación con el territorio, esa coordinación clara con los diferentes actores en todas las escalas territoriales; aportando al territorio, manteniendo esa coordinación pública-privada para que efectivamente el aporte que hoy en día generan nuestros terminales se siga desarrollando”, complementó.

Al mismo tiempo, la autoridad añadió que “hay una relación clara que se tiene que dar entre el sector público y privado de manera de poder planificar adecuadamente qué infraestructura, dónde y cuándo van a ser necesarias para desarrollar

esta industria. Necesitamos una coordinación muy clara entre los diferentes niveles locales, regionales y nacionales para que esta industria se pueda desarrollar y, además, sea coherente con la multiplicidad de usos que hay en el territorio”, concluyó.

A partir de lo expuesto por Medrano, queda de manifiesto el rol que nuestro país desea interpretar a nivel global en materia de producción y exportación del Combustible verde del futuro; apreciado en distintas latitudes del globo debido a su importante potencial como elemento que contribuiría a la descarbonización planetario y específicamente de la reducción de la huella de carbono de las operaciones de comercio exterior, especialmente aquellas enmarcadas en el ámbito marítimo portuario.

OTRAS CIFRAS DE INTERÉS

Según indica el reporte de IRENA, “si el sector del transporte marítimo internacional fuera un país, sería el sexto o séptimo emisor de CO₂”. De ahí que el camino de la descarbonización de 1,5 °C propuesta por IRENA se base en cuatro medidas clave, tales como: la electrificación indirecta mediante el empleo de combustibles verdes basados en el hidrógeno, la inclusión de biocombustibles avanzados, la mejora de la eficiencia energética de los buques y la reducción de la actividad sectorial debido a los cambios sistémicos en la dinámica del comercio mundial.

Así, a corto plazo, los biocombustibles avanzados desempeñarán un papel fundamental en la reducción de las emisiones, aportando hasta un 10% de la combinación energética total del sector en 2050. A medio y largo plazo, los combustibles verdes basados en el hidrógeno serán fundamentales y representarán el 60% de la combinación energética para mediados de siglo. El etanol y el e-amoniaco son los combustibles verdes basados en el hidrógeno más prometedores, y en particular el e-amoniaco está llamado a ser la columna vertebral de la descarbonización

del sector en 2050. Al respecto, desde IRENA señalan que “el e-amoniaco podría representar hasta el 43% de las necesidades energéticas del sector en 2050, lo que implicaría el uso de unos 183 millones de toneladas de amoniaco renovable sólo para el transporte marítimo internacional, una cantidad comparable a la producción mundial de amoniaco actual”.

El informe también concluye que los costos de producción de los combustibles alternativos y su disponibilidad dictarán en última instancia el empleo real de los combustibles renovables. En este plano, los expertos sostienen que, aunque los costos de las energías renovables han disminuido a un ritmo acelerado, es necesario que disminuyan más para que los combustibles obtenidos a partir de estas fuentes se conviertan en la principal opción de propulsión”.

“Los objetivos climáticos y la ambición de descarbonización pueden aumentar si se adoptan medidas políticas internacionales pertinentes y oportunamente coordinadas. Será fundamental una tasa de carbono realista, que ponga un precio de carbono ajustable a cada combustible para evitar nuevas inversiones en combustibles fósiles y activos varados”, señalan los autores del informe.

Por último, IRENA hizo un llamado a todas las partes interesadas para que desarrollen modelos de negocio más amplios y establezcan asociaciones estratégicas en las que participen las industrias de alto consumo energético, así como los proveedores de energía y el sector petroquímico. “Es necesario que las partes interesadas estén plenamente identificadas y comprometidas, y que los distintos actores trabajen en pos de un objetivo común.

En este sentido, los órganos de gobierno que regulan el sector del transporte marítimo internacional deben desarrollar ejercicios de planificación integrales y participativos, estableciendo acciones paso a paso para alcanzar las cero emisiones en 2050”. ■

MICHELIN **FLOTAS CONECTADAS** *POWERED BY SASCAR*

MICHELIN **MUCHO MÁS QUE NEUMÁTICOS**



*PREVENCIÓN DE
ACCIDENTES*



*CONTROL DE
COSTOS*



*SEGURIDAD DE
CARGA DE VEHÍCULO*



*CONSERVACIÓN
DE CARGA*



*LOGÍSTICA DE
PRODUCTIVIDAD*





“AUTOMATIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN: ELEMENTOS CLAVES EN LA LOGÍSTICA POST PANDEMIA”

SERGIO ROMERO
SUPPLY CHAIN MANAGER CHILE
PEPSICO

Según el ejecutivo, hoy se puede hablar de una nueva logística marcada por los cambios y la constante necesidad de las operaciones de lograr flexibilidad, a través de la mejora continua para satisfacer las demandas de los clientes.

15 años de experiencia en compañías multinacionales de consumo masivo han permitido a Sergio Romero tener una visión amplia del actual escenario de la logística y los cambios que se proyectan para optimizar un sector que es tremendamente desafiado.

El ingeniero civil y máster en Supply Chain Management se ha desempeñado en distintos roles de Customer Service, infraestructura, almacenamiento, transporte, flota, optimización de red, entre otras.

Actualmente, Sergio se desempeña como Supply Chain Manager Chile en PepsiCo, desde donde dirigió los temas de logística de la compañía en medio de la pandemia desde Colombia y hoy lidera la agenda de Supply Chain para PepsiCo Chile, empresa con cerca de 650 rutas para atender el mercado y 58 mil clientes a nivel país.

Entre los proyectos más destacados del ejecutivo se encuentra la transformación de la red de distribución de Chile, automatizando el abastecimiento primario, expandiendo el Mixing Center de Santiago, optimizando el network en regiones, una torre de control de transporte y logrando un Org-Design en la estructura de talento.

En esta entrevista, Sergio Romero analiza para Logistec los principales aspectos que hoy mueven al área de Supply Chain.

¿HAS VISTO UN CAMBIO EN LA MENTALIDAD EN LA INDUSTRIA? Sí, totalmente. Con la pandemia tuvimos que cambiar como operábamos, desde el inicio de nuestra cadena logística hasta el final de ella. El confinamiento, las nuevas formas de consumir y las nuevas tendencias del mercado hicieron que a partir del 2020 tuviéramos que implementar modificaciones que llegaron para quedarse, por ejemplo, adaptarnos a responder a un peak de alta demanda de productos. Para ello, debimos aumentar nuestra capacidad de almacenamiento a través de centros externos, aumentar nuestro inventario y también incrementar la seguridad en nuestros procesos.

¿SE PUEDE HABLAR DE UNA NUEVA ERA DE SUPPLY CHAIN? Absolutamente. La

pandemia trajo dos conceptos a los procesos operacionales que llegaron para quedarse: la automatización y la digitalización. Ambos conceptos se transformaron en pilares fundamentales en el trabajo diario.

Poder mantener nuestra producción en la planta de Cerrillos, la eficiencia en el Mixing Center Santiago y nuestra presencia en las 27 sucursales de Arica a Punta Arenas, eran los objetivos de toda la compañía.

Esta realidad nos enseñó que no podíamos seguir operando de la misma manera, sin innovar, por lo que tuvimos que implementar automatizaciones en los principales cd para continuar con nuestros flujos de producto terminado. Lo mismo con nuestros procesos más importantes los cuales fueron digitalizados por completo.

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS ESTRATÉGICOS DE LA LOGÍSTICA MODERNA? El concepto de logística moderna se relaciona con "mejora continua". Siempre hay una mejor forma de realizar el trabajo, es por eso por lo que es importante innovar constantemente los procesos, los equipos, la infraestructura. Siempre transformar, para así lograr la excelencia operativa. Y en busca de esa mejora continua tenemos que apuntar siempre a la eficiencia, no sólo en términos de costos, sino que también como es nuestro caso buscando disminuir nuestros niveles de CO2, por ejemplo.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ¿CÓMO ENTIENDES ESTE CONCEPTO? Para mí, la planificación estratégica se traduce en que todas las áreas de la compañía estén alineadas con el plan de negocios y el propósito. En PepsiCo, buscamos duplicar el tamaño del negocio en los próximos cinco años. En el equipo de Supply y operaciones debemos estar alineados con el propósito y tener las herramientas necesarias para apuntar a ese crecimiento.

¿CÓMO SE RELACIONA HOY LA LOGÍSTICA CON LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA? El reto diario que tenemos en logística es brindarles a nuestros clientes un buen servicio, en el menor tiempo posible, con el costo correcto y con eficiencia en los procesos. Por lo tanto, incorporar innovación y tecnología a los procesos logísticos es el único camino para hacerlo posible.

E-COMMERCE, OMNICANALIDAD Y CLIENTES ¿CUÁLES SON LOS RETOS? El e-Commerce es un canal que ha crecido muchísimo. Actualmente, la gente sigue prefiriendo utilizar esta vía para hacer sus pedidos. El co-

mercio electrónico definitivamente es un canal que tiene múltiples oportunidades de crecer y siempre las va a tener.

Para nuestra compañía es fundamental identificar las oportunidades que nos entrega tanto a nosotros como compañía como también a nuestros consumidores. En esta línea, es clave también desafiarnos día a día a mejorar este canal, buscando todas las opciones para entregar una experiencia de usuario satisfactoria.

DEFINE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:

Flexibilidad: Es importante poder adaptarse y tener una mentalidad de cambio, lograr entender y replantearse las diversas prioridades que surgen. En la compañía tenemos un programa que se llama Agility, enfocado no en hacer el trabajo de manera más rápida, sino de manera flexible, ante los cambios que plantea el mercado.

Continuidad operacional: No dejar de atender a nuestros clientes ningún minuto del día. Cuando hay una disrupción, ya sea tecnológica, fallas técnicas, cortes de vías; aunque ocurra cualquier imprevisto, siempre hay que encontrar la forma de no parar.

Gestión y excelencia operacional: Calidad, hacer las cosas bien desde la primera vez. Tener cero pérdidas en los procesos, que sea una cadena limpia de fallas (es humano cometer errores, claro; pero hay que estar enfocados siempre en buscar la excelencia continúa operacional).

Es importante estar constantemente preguntándonos: cómo lograr ser flexible y cómo lograr tener un proceso fluido, cómo generar las soluciones para no parar y ser eficientes en los procesos.

¿CÓMO SERÁ EL FUTURO DE SUPPLY CHAIN? Para mí, el futuro del Supply Chain, es una cadena de abastecimiento automatizada y digitalizada, con energías renovables, con un impacto mínimo al medio ambiente, entregando alta eficiencia en los procesos.

Con una red de distribución optimizada y con capacidades correctas para no tener disrupciones en la atención a cada uno de nuestros clientes.



CUANDO EL FINANCIAMIENTO ES RESTRINGIDO Y LOS MÁRGENES ACOTADOS, MANTENER A RAYA LOS COSTOS ES CLAVE PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO. POR ESO, GESTIONAR, MEDIR, CONTROLAR Y PLANIFICAR SON ACCIONES TAN IMPORTANTES PARA LA CADENA DE SUMINISTRO.

CÓMO CONTROLAR LOS COSTOS LOGÍSTICOS EN ESCENARIOS COMPLEJOS

70

La segunda semana de octubre el Banco Central de Chile publicó los resultados de la “Encuesta de Créditos Bancarios”, correspondiente al tercer trimestre del año. El sondeo reveló que la oferta de crédito a grandes empresas y pymes continúan estrechas. “La fracción de entidades que reporta estándares de otorgamiento de crédito

más exigentes para las grandes empresas y pymes es similar a la del trimestre anterior (46%), destacando el hecho que, para grandes empresas, ningún banco señaló alguna flexibilización”, informó el organismo. Pero, también hay otros factores que impactan a la cadena de abastecimiento. “Las variables como el dólar, los impuestos y la energía son muy relevantes, pero están fuera del control de

los operadores logísticos. Entonces, para enfrentar un escenario de altos costos la mejor alternativa es mejorar la gestión de la cadena de suministro”, comenta Marco Batarce, académico de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad San Sebastián.

Según la especialista tributaria Claudia Valdés Muñoz, gerente general de Best Business Solutions Consulting (BBSC), la gestión logística resulta desafiante para las operaciones de cualquier empresa, pues cada uno de los elementos involucrados en el flujo logístico genera un costo que es necesario controlar para mantener la competitividad empresarial. “Entender que todo el proceso genera costos es fundamental”, afirma.

En este contexto, Nicolás Starck, académico de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Finis Terrae, detalla que los costos logísticos asociados a un producto constituyen la suma de costos ocultos que se producen por la serie de actividades o etapas -como almacenaje o transporte- desde que el producto sale desde el productor hasta que llega al consumidor final. “Los costos logísticos están representados por la suma de todos los costos que se producen en la cadena de valor”, recalca.

Por ejemplo, cuando en Costa Rica se producen plátanos que se venden a Chile, deben empaquetarse en cajas que se transportan en buque y que cruzan muchas veces el Canal de Panamá. Luego, llegan hasta un frigorífico que los almacena en las bodegas de un vendedor mayorista que, a su vez, las vende a un minorista, que termina ofreciéndolos a una cadena de supermercados o a revendedores, hasta llegar a nosotros los consumidores.

“Todos los costos de aprovisionamiento, almacenaje y transporte que se han ido produciendo son logísticos”, explica el profesor Starck. Según el académico, los costos logísticos operacionales son aquellos que se relacionan con las facilidades logísticas. “Un ejemplo pueden ser alma-

cenas, mercados, centros de distribución, etc. También existen costos logísticos de transporte (o de acarreo), que son los relacionados con el movimiento de las mercaderías. Un movimiento que va desde su origen hasta los respectivos destinos.

En la mayoría de los casos, el costo de transporte es el componente más importante del costo logístico”, argumenta el académico de la Universidad Finis Terrae.

Otro factor determinante de los costos logísticos es el tamaño o la rotación del inventario. “Una buena política de inventarios toma en cuenta, entre otras cosas, la incertidumbre de demanda y del aprovisionamiento, la calidad del servicio (fidelización de clientes) y los costos”, añade el profesor Marcos Batarce de la Universidad San Sebastián. Entre las causas que incrementan los costos logísticos, se encuentran los “malos diseños” del sistema de reparto, la baja productividad de los trabajadores de la cadena de valor y la ineficiencia en el transporte. Esto úl-

timo incluye la falta de seguimiento de las pautas de mantenimiento de vehículos, según Nicolás Starck, quien añade que al producirse una falla en este ámbito, los productos se atrasan en su despacho o las empresas deben acudir a sistemas alternativos.

CÓMO CONTROLAR MEJOR

Para medir los costos logísticos existen diversos indicadores, que permiten definir los objetivos e impactos del proceso logístico. “Se trata de medidas que nos permiten identificar desviaciones, así como cumplimiento de las metas planteadas”, explica el profesor de la Universidad Finis Terrae, Nicolás Starck.

En este contexto, para minimizar los costos, las herramientas de control de gestión y una rigurosa automatización de procesos pueden ser sumamente útiles, ya que contribuyen al monitoreo de cada etapa del proceso logístico. “El plan de cuentas se debe ajustar al proceso con-

table, para que sea posible entregar a la autoridad fiscal los reportes del costeo, en tanto lo requiera en procesos de fiscalización”, explica la gerente general de BBSC, Claudia Valdés.

“EL PLAN DE CUENTAS SE DEBE AJUSTAR AL PROCESO CONTABLE, PARA QUE SEA POSIBLE ENTREGAR A LA AUTORIDAD FISCAL LOS REPORTES DEL COSTEO, EN TANTO LO REQUIERA EN PROCESOS DE FISCALIZACIÓN”

De ahí el beneficio que representa entender de “costeos por absorción”, ya que, el proceso -de servicio o de producto- va agregando costos que llegan a la contabilidad a través de las facturas y reconocimiento de gastos, especialmente de mano de obra. “Los sistemas contables avanzados tienen incorporadas inteligencias de costeo por absorción, las que si

Danco

**DESARROLLO NUEVA ETAPA
CENTRO LOGÍSTICO
DANCO NOVICIADO**

**SUPERFICIE: 24.000 M²
ESPACIOS FLEXIBLES
ANDENES CON NIVELADORES
11 METROS DE ALTURA (al hombro)**

Ubicación Estratégica | **Alto estándar Seguridad** | **Bodegas Clase A**

CONTÁCTANOS

+562 2739 1027 | almacenaje@danco.cl | www.danco.cl

no se comprenden bien, pueden implicar errores contables difíciles de explicar. Y que, por cierto, causan diferencias en los resultados de los costeos de los procesos, respecto de lo que se presenta en los estados de resultados”, detalla la gerente general de BBSC.

El manejo de la obsolescencia y la merma también son factores críticos para el control. “Muchas veces las configuraciones de sistemas suponen mermas y obsolescencias estimadas, que se deben comparar periódicamente con las efectivas. Finalmente, agregar el efecto del precio promedio ponderado versus ‘el primero que entra, el primero que sale’, necesario en algunas industrias, donde, además, tenemos productos cuya naturaleza tiene asociada una vida útil limitada, como sucede en la industria farmacológica o en la de alimentos”, indica Claudia Valdés.

En suma, la planificación y control de los costos en logística no sólo pasan por las definiciones del proceso, sino también por los sistemas de control, los sistemas contables y el sistema de costeo, explica la especialista tributaria. Todo debe estar preparado para responder con información fidedigna, tal como la autoridad fiscal lo exige.

TECNOLOGÍA Y GESTIÓN

El uso de tecnología para la automatización de procesos es fundamental para el control de los costos logísticos, en opinión de Cristián Montero, socio director de Adactiva. “Pero, también es relevante hacer los estudios de flujo ideales de la empresa, que tienen que compararse con los reales para poder hacer las correcciones de las desviaciones que se estén dando”, indica el especialista tributario.

Según Marco Batarce, académico de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad San Sebastián, herramientas de gestión de almacenes y técnicas como el cross-docking aportan al trabajo relacionado con la mercancía en inventario y la recolección en la bodega cuando se prepara un pedido. En tanto, el uso de

RFID es útil para el seguimiento de mercancías. “Otra forma de reducir o controlar los costos es el uso de tecnología para la gestión”, comenta.

“GENERALMENTE, LAS GRANDES EMPRESAS Y OPERADORES LOGÍSTICOS CUENTAN CON RECURSOS HUMANOS Y TECNOLÓGICOS ESPECIALIZADOS QUE PUEDEN UTILIZAR HERRAMIENTAS AVANZADAS PARA LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO. SIN EMBARGO, PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EXISTE MARGEN POR EXPLOTAR EN GESTIÓN LOGÍSTICA”

En este sentido, la distribución puede ser mejorada con el uso de sistemas de rueteo y control de inventarios que ofrecen información en línea. “Generalmente, las grandes empresas y operadores logísticos cuentan con recursos humanos y tecnológicos especializados que pueden utilizar herramientas avanzadas para la gestión de la cadena de suministro. Sin embargo, para las pequeñas y medianas empresas existe margen por explotar en gestión logística”, dice Batarce.

Igualmente, Rafael Martínez, docente de la carrera Técnico de Nivel Superior en Logística del Centro de Formación Técnica de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), pone énfasis en el valor de la tecnología como herramienta de apoyo en la reacción rápida y eficiente. Abaratar costos, agilizar procesos, controlar calidad y reducir los riesgos son algunas de las ventajas que ofrece, lo cual, mantiene una estrecha relación con la competitividad.

“Con la irrupción de las ventas online y su constante crecimiento, las empresas han tenido que poner atención en toda la cadena de suministro, donde los procesos

logísticos de almacenamiento, inventario y distribución se han visto sobreexigidos frente a la demanda de los clientes. Con la digitalización de datos y actividades, se ha logrado reducir los tiempos y los costos, aportando beneficios a la empresa y a los clientes”, explica el docente.

Asimismo, la retroalimentación que obtienen las empresas de los consumidores favorece la eficiencia, lo cual permite controlar mejor los costos logísticos. “La conectividad ha permitido llegar a todos lados, la masificación de los equipos móviles, las redes sociales, el big data, la inteligencia artificial y software especializados han mejorado los procesos”, dice el profesor Rafael Martínez.

Por supuesto, toda actividad -sea pública, privada o de servicio de producción- requiere de procesos logísticos que ayuden a optimizar recursos y cumplir con las exigencias de los clientes. En este aspecto, 5G promete revolucionar la logística de última milla.

“Para la gestión de inventarios y almacenes, la alta velocidad y la baja latencia del 5G, así como la computación móvil de borde, pueden permitir una visibilidad más rápida de punta a punta en la cadena de suministro, reduciendo así el tiempo para resolver las interrupciones”, sostiene Jose Ignacio Díaz, analista senior de telecomunicaciones para IDC Chile.

Finalmente, para mantenerse en las pistas, sin que los costos se salgan de control, Cristián Montero, socio director de Adactiva, aconseja establecer necesidades máximas y mínimas de inventario y considerar una buena relación con los proveedores críticos.

“En cuanto a las recomendaciones contables, financieras y tributarias, conviene considerar la contratación de auditores externos que permitan obtener una opinión independiente de los procesos y de la situación financiera”, concluye el contador auditor. ■

**¡DÉJALO EN
NUESTRAS MANOS!**

CONTROL DE
CALIDAD EN
ORIGEN (ASIA)



FORWARDING Y
GESTIÓN DE
ADUANAS



LOGÍSTICA
FULFILLMENT
PARA RETAIL



SERVICIOS DE
VALOR AGREGADO



LOGÍSTICA
FULFILLMENT
E-COMMERCE



TRANSPORTE
ÚLTIMA MILLA



Mira nuestro vídeo →



En dicha instancia se analizaron los inminentes desafíos que la industria enfrenta en materia de atracción y retención de talentos; los cambios en materia salarial e incentivos en el rubro, y las tendencias en materia de gestión de personas en la industria logística para los próximos 5 años; todas materias de alto impacto para las empresas en un contexto marcado por la creciente escasez de recurso humano calificado para la industria logística, la alta rotación de personal, así como la implementación de estrategias de fidelización de los colaboradores.

LOS NUEVOS PARADIGMAS DEL RECLUTAMIENTO

Entrando en tierra derecha, María José Palma, líder de ALOG Consultoría, abrió la conversación reflexionando respecto a cómo las empresas están capturando nuevos talentos en el ámbito logístico, poniendo énfasis en la importancia de “atraer a los alumnos de instituciones técnico-profesionales y de educación superior que cursan carreras vinculadas a la logística a formar parte de esta industria, a partir de la generación de instancias que les faciliten el ingreso, con condiciones laborales atractivas y vinculantes”.

En esta línea, Alejandra Shaw, Subdirectora de Empleabilidad de Duoc UC, manifestó que la tasa de empleabilidad del alumnado de dicha institución, que han concretado carreras académicas relacionadas al comercio exterior y logística durante 2022, alcanza alrededor del 84%. Dicha tasa se sustenta en el incremento de la oferta de empleos en el sector, reflexionó Shaw, explicando que “en 2019, nuestra bolsa de trabajo (douclaboral.cl) registraba alrededor de 800 ofertas laborales en el ámbito logístico, mientras que a la fecha registramos 1.600, lo que equivale a un incremento del 100%”.

No obstante, la Subdirectora de Empleabilidad de Duoc UC, puso de manifiesto que, si bien la tasa de empleabilidad es alta, los niveles de postulación han mar-



DURANTE EL RECIENTE ENCUENTRO LOGISTEC SHOW 2022, ALOG CHILE A.G. DESARROLLÓ EL CONVERSATORIO “RECURSOS HUMANOS, ANÁLISIS Y TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE PERSONAS”, EN EL CUAL SE DIERON CITA IMPORTANTES EJECUTIVOS DE LAS ÁREAS DE RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN DE PERSONAS DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA NACIONAL Y REPRESENTANTES DE ÁMBITO DE LA CAPACITACIÓN Y DEL SECTOR GREMIAL.

NUEVOS BENEFICIOS, MÁS FLEXIBILIDAD Y DESARROLLO PROFESIONAL

cado una baja. “Antes teníamos un promedio de 15 postulaciones por oferta, ahora son 10”, indicó Shaw, haciendo hincapié en que los nuevos profesionales son más selectivos y buscan ser parte de empresas que estén en línea con sus valores poniendo atención a temas como

la sustentabilidad o la flexibilidad, por ejemplo. En esta línea Patricio Martínez Aguirre, HR Head o Director de RR.HH. Ceva Logistics manifestó que “hace 20 o 15 años atrás se veían filas de gente que postulaban a trabajar a las distintas empresas, el día de esto no ocurre”. ¿a qué se

EL KIT DE SEGURIDAD MÁS POTENTE DEL MERCADO

4 COMPONENTES
ÚSALOS JUNTOS O POR SEPARADO



Cámara Inteligente

Registra lo que ocurre en cabina y carretera, generando alertas por comportamientos inapropiados al volante.

Candado Inteligente

Resistente dispositivo que notifica aperturas no autorizadas de las puertas de tus vehículos.



GPS Slim

Seguimiento de tus vehículos en tiempo real vía GPS con actualizaciones cada 10 segundos. Con opción a corta corriente.



Rastreador Discreto

Fácil de esconder en cualquier lugar, monitorea la carga mientras es trasladada, reportando ubicación vía GPS, ante un eventual robo.



CONTRÓLALOS DESDE LA PLATAFORMA TODO EN UNO DE FLEETUP Y ALCANZA VISIBILIDAD TOTAL.



debe este cambio?, según Martínez, esta realidad se debe a las nuevas expectativas que tienen los profesionales jóvenes respecto la empresa y su identidad, a los horarios de trabajo, a la remuneración y beneficios que percibirán, entre otros aspectos.

“EXISTE UN CAMBIO IMPORTANTE DE PARADIGMA RESPECTO DE CÓMO LAS EMPRESAS REALIZAMOS EL RECLUTAMIENTO; YA QUE LOS NUEVOS PROFESIONALES NO SÓLO BUSCAN TRABAJO, SINO DESAFÍOS. ASÍ, PARA CAPTAR A ESTOS NUEVOS TALENTOS, LAS EMPRESAS DEBEMOS SER ATRACTIVAS, PROYECTAR UNA IMAGEN DE MARCA INTERESANTE (...). HOY (LOS NUEVOS PROFESIONALES) BUSCAN FLEXIBILIDAD, BUSCAN EMPRESAS QUE SEAN CONSCIENTE DEL MEDIO AMBIENTE, DEL TEMA SOCIAL, DE LA DIVERSIDAD”

“Como empresas debemos ser bastante más atractivos (...) Debemos conocer cuáles son los beneficios que estos nuevos profesionales están interesados en tener, que no necesariamente son los más clásicos, (remuneración y cargo). Hoy, los nuevos profesionales quieren saber cómo es la cultura de la organización a la cual postulan y cuál es su fit cultural”, es decir, cuán alineados se encuentran y cuánto podrán reflejar o adaptarse a los valores, actitudes y conductas que conforman a la organización, sostuvo Martínez.

En torno a los desafíos empresariales en materia de empleo para el ámbito logístico, Martínez enfatizó en general las empresas debe tener una oferta sostenible de trabajo, porque el riesgo de deserción y alta rotación del recurso humano es una realidad. “Tenemos que cambiar esa for-

ma focalizar temas como la retención de los colaboradores y procurar que el tiempo que el nuevo profesional dure en una organización sea una buena experiencia para él como para la empresa”.

Por su parte, María Soledad Urenda, Gerente de Personas y Desarrollo Organizacional en AGUNSA, comentó que “existe un cambio importante de paradigma respecto de cómo las empresas realizamos el reclutamiento; ya que los nuevos profesionales no sólo buscan trabajo, sino desafíos.

Así, para captar a estos nuevos talentos, las empresas debemos ser atractivas, proyectar una imagen de marca interesante (...). Hoy (los nuevos profesionales) buscan flexibilidad, buscan empresas que sean consciente del medio ambiente, del tema social, de la diversidad. Tenemos que potenciar esos aspectos como organización para atraerlos”.

BENEFICIOS COSTUMIZADOS...

Teniendo en cuenta que la fuerza de trabajo que conforma y conformará la industria logística de cara al futuro se enmarca – principalmente- las generaciones millennial y Z, resulta relevante para las empresas conocer a fondo cuales son las expectativas que esta “fuerza de trabajo” tiene, no sólo en materia de salario, sino también en torno a las compensaciones y beneficios que ofrece la industria logística.

En esta línea, Alejandra Shaw comentó que “si bien el salario es importante y lo seguirá siendo, creo que el salario emocional hoy día es fundamental a la hora de postular. Como sabemos, los nuevos talentos buscan flexibilidad, desarrollo profesional y dinamismo.

Al final del día, ellos se quedan en una empresa que los desafía profesionalmente. Antiguamente, las ofertas laborales destacaban beneficios como la colación, la movilización o el aguinaldo y en mi opinión, en la actualidad todos esos be-

neficios son un “desde” para los postulantes. En cambio, aspectos que les permitan complementar su vida personal y laboral, tales como la flexibilidad de horario o poder trabajar desde cualquier lugar del país o el mundo (teletrabajo) son beneficios en la actualidad y las empresas deben estar abiertas a lo que buscan estas nuevas generaciones o se quedarán sin postulantes”.

Consecuentemente, Gladys Contreras, gerente de gestión humana Goldenfrost comentó que la proyección de crecimiento profesional es uno de los aspectos que interesa a los nuevos talentos. “Durante las entrevistas de trabajo, hemos visto los postulantes están preguntando en cuanto tiempo lograrán ascender de cargo o cuál es su proyección profesional, lo que para los departamentos de Recursos Humanos es un desafío no menor ya que debemos ser cuidadosos en cómo motivamos a los prospectos y como se manejan sus expectativas”.

Al mismo tiempo, explicó Contreras, la flexibilidad de horario también es un tópico recurrente, “los postulantes valorar mucho su tiempo personal y, en general, quieren alcanzar un equilibrio entre el tiempo que se destina al trabajo, a la familia o a sus intereses personales; eso nos impone un desafío en torno al pool de beneficios que ofrecemos.

De hecho, varias empresas están promocionando su oferta laboral con beneficios flexibles, esquema en el cual el postulante que entra elige determinado beneficio que desea, de acuerdo con ciertos parámetros, por ejemplo”.

Esta especie de customización de beneficios, por grupos de interés, edad, género u otro factor es una constante que concentra interés entre las empresas que están en la búsqueda de nuevos profesionales.

A este respecto, Patricio Martínez explicó que “todas las empresas tenemos que adaptarnos a esta tendencia, tenemos que desafiar lo estandarizado. Por ejem-

plo, si pensamos en los seguros de salud, podemos considerar que es beneficio importante, potente para los colaboradores y en realidad, la gente no lo usa, porque no les interesa o porque las generaciones jóvenes no se preocupan de temas como una probable enfermedad. No obstante, sí les interesa llevar una vida saludable, hacer deporte. Entonces debemos tener eso en consideración”.

En esta línea, la búsqueda de beneficios inusuales, innovadores e incluso “inéditos” es una realidad que hoy los líderes de RR.HH. también deben abordar.

En esta línea, y a modo de ejemplo, Patrio Martínez, comentó que “entre las solicitudes más raras que me han hecho en relación con beneficio laborales recuerdo la de un postulante que, con carta oferta en mano me dijo: yo quiero ganar más de lo que ofreces, ¿puedo canjear ese saldo por 5 días de vacaciones más? (...) una segunda consulta respecto a beneficios que encontré novedosa fue ¿si hay qué

beneficios para las mascotas? De hecho, me pareció super interesante, averigüé y hay una hay una isapres de mascotas y digamos que este beneficio es bastante importante sobre todo la gente que no tiene con quien dejar a la mascota”.

DESAFÍOS FUTUROS...

A partir de lo expuesto Martínez, sostuvo que “este tipo de preguntas nos desafían a ir más allá del estándar”, indicando que en el futuro próximo existirán distintos modelos de compensación y beneficios por persona o por grupos de interés, lo que sin duda representa un reto para las empresas y una oportunidad para que la industria logística se vuelva más atractiva para los nuevos talentos.

Por su parte, en torno a las tendencias y desafíos futuros para las áreas de recursos humanos en el ámbito logísticos, María Soledad Urenda sostuvo que “a nivel operativo es súper difícil implementar temas como la flexibilidad horaria, y

tenemos que ser creativos para ver cómo compensar de alguna manera esa flexibilidad requerida y así contar con las personas que hoy día necesitamos”.

Al mismo tiempo, la ejecutiva de Agunsa, destacó desafíos en torno a la contratación de talento extranjero para la industria nacional.

Finalmente, Gladys Contreras destacó que la formación académica de los nuevos talentos para la logística como un desafío vigente y futuro, para lo cual se requerirá que las “empresas y la academia trabajen en conjunto”.

Conjuntamente, manifestó que “determinar en principio, los talentos, las habilidades y las destrezas de los colaboradores para movilizarse dentro de la organización o en las distintas líneas de la cadena logística es otro desafío importante para las áreas de recursos humanos”. ■



ar racking
SISTEMAS DE ALMACENAJE

RACKS METÁLICOS INDUSTRIALES PARA CARGAS PESADAS

PROYECTOS INTEGRALES
ASESORÍA PERSONALIZADA
STOCK DE PRODUCTO

LLÁMANOS Y RESUELVE TUS DUDAS:
 +56 (2) 2993 4003





LOS EVENTOS CYBER Y NAVIDAD SON, PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, EVENTOS DETERMINANTES QUE PUEDEN LLEGAR A DEFINIR SU NEGOCIO EL RESTO DEL AÑO. INMERSOS YA EN LA VORÁGINE DE FIN DE AÑO, RESULTA IMPORTANTE RECONOCER CIERTAS CLAVES QUE ESTAS EMPRESAS NO DEBEN PERDER DE VISTA PARA ALCANZAR LA MAYOR RENTABILIDAD EN ESTA DETERMINANTE TEMPORADA. ¡CONOZCAMOS ALGUNAS DE ELLAS!

78

PYMES. CONOZCAMOS LAS CLAVES PARA ENFRENTAR LA MAYOR TEMPORADA DE CONSUMO DEL AÑO

Comienza en octubre y con ello la cuenta regresiva para los eventos de consumo más importantes del año, específicamente, los reconocidos "Cyber day" y Navidad. Para

las Pymes, tanto aquellas con venta física como online, el alza de la demanda en este periodo es crítica, ya que una exitosa gestión de ventas puede ser definitiva para el negocio, sobre todo en el actual

escenario recesivo, marcado por el alza de la inflación, el incierto panorama económico y el alto precio del dólar; todos factores que deben mantener en alerta a emprendedores y dueños de pequeñas y medianas empresas a la hora de planificar su inventario y la operativa logística de cara a sus consumidores.

Pero ¿Cómo se deben preparar las medianas y pequeñas empresas para enfrentar esta decisiva etapa?, de hecho, existen ciertas claves a considerar, las que a continuación abordaremos.

ESTRATEGIAS DE VENTA: DESDE EL INVENTARIO AL CANAL FÍSICO Y VIRTUAL

"No puedo crecer en ventas y pedidos si no tengo inventario para cubrir la demanda", esta premisa que parece básica es para muchas Pymes una problemática real. Anticiparse adecuadamente a la demanda es tarea esencial para tener procesos de venta exitosos en la temporada de mayor consumo; y para llegar con un mix de productos acorde con la demanda proyectada, y evitar así incidencias negativas, tales como: el sobre stock o el incumplimiento de la promesa de compra.

En torno al proceso de planificación de la demanda y el inventario, cabe destacar que los procesos y plazos de importación son determinantes para las pequeñas y medianas empresas. En esta, expertos de KLog.co ha destacado que aquellas Pymes cuyo inventario es importado están en la fecha límite para programar el envío de mercadería desde los mercados foráneos. Indicando que "es importante estudiar bien los costos, ya que quedar con sobre stock para el período de verano no es bueno, dado que las compras bajan rotundamente los meses post navidad".

En este plano, desde KLog.co sostienen la importancia de "considerar los tiempos de importación", y siguieren "comparar y escoger adecuadamente, asegurándose de la capacidad y de las rutas disponibles de las navieras, ya que pueden ocurrir po-

BRINKS

Global Services Chile

Somos la solución de servicios logísticos de valores de Brink's para el mercado nacional. Orientados a traslados de productos y cargamentos de alto valor.

Nuestra marca es sinónimo de seguridad, resguardamos sus inventarios y apoyamos la continuidad de su negocio, minimizando los eventos asociados a siniestros y pérdidas.



Deje que Brink's sea su proveedor exclusivo de logística segura, y que gestione el retiro, transporte y la entrega de su carga valorada. Las Industrias de tecnología, electrónica, retail de lujo, joyería, farmacéutica y otras, cuentan con nuestro apoyo para darle seguridad a su marca. Un evento criminal, robo o cualquier tipo de daño a la carga podría dañar la reputación de su compañía, generar impacto en los costos, pérdidas en ventas y tiempo de reposición.



sibles cancelaciones, retrasos, aumentos en las tarifas o aplicaciones de recargos”. En ese sentido, la recomendación de los expertos es comenzar desde ya a planificar con anticipación los envíos para evitar estas eventualidades en los negocios. Un aspecto intrínsecamente relacionado a la planificación del inventario (y la demanda) es la definición de la gestión de venta. En este plano, los emprendedores y Pymes de deben tener clara su estrategia comercial, definiendo la participación de los canales de venta (si tienen más de uno) dado que ello tendrá implicancias en su logística “aguas abajo”.

La definición de los canales de venta que se dispondrán de cara al consumidor tendrá implicancias directas—por ejemplo— en materias como el almacenamiento logístico y en la definición de las alternativas de entrega, tales como el despacho a domicilio o la recogida en tienda, si se trata de Pymes con canal e-Commerce.

En este punto específico, aquellos pequeños y medianos comercios que optan por el canal virtual o tienen una estrategia de venta “híbrida” deben poner especial atención en su estrategia de última milla, a fin de brindar una experiencia de entrega exitosa, un eslabón que a fin de cuentas resulta ser—incluso— más relevante que la experiencia de compra misma.

A partir de lo expuesto, resulta relevante que las Pymes desarrollen una red de distribución acorde a sus requerimientos, generando alianzas con proveedores de última milla que actúen como partners estratégicos para su negocio. En este contexto, cabe destacar que a partir de la pandemia los emprendimientos relacionados a servicios de delivery y de última milla experimentaron un importante crecimiento, a consecuencia del incremento de las ventas e-Commerce.

Lo anterior implica que las pequeñas y medianas empresas que requieren este tipo de servicios tienen hoy un amplio abanico para elegir entre proveedores de última milla incipientes (emprendimientos o startup) o proveedores de mayor

tamaño, las que también se posicionan como una excelente opción, considerando que muchas de ellas han generado portafolio de servicios especialmente diseñados para las Pymes.

“LOS EXPERTOS ADVIERTEN QUE LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS EMPRESARIOS DEBERÁN SEGUIR ADAPTÁNDOSE A LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS, INCORPORANDO A SU OPERACIÓN COMERCIAL ASPECTOS COMO LA EMISIÓN DE BOLETAS ELECTRÓNICAS, HASTA EL USO DE APLICACIONES DESTINADAS A LA VENTA, PROGRAMAS DE FACTURACIÓN; SOFTWARES DE LOGÍSTICA; APPS DE PAGOS, DISTRIBUCIÓN; ATENCIÓN AL CLIENTE”

Ahora bien, en torno a la definición de aquellos partner estratégicos para la estrategia de distribución o entregas (última milla) sí resulta relevante que las Pymes consideren aspectos operativos relevantes, tales como, la cobertura que estas empresas ofrecen y la tecnología que implementan, considerando que la visibilidad y trazabilidad de los despachos es un factor de vital importancia, tanto para el comercio como para el consumidor final. Es fundamental que las pequeñas y medianas empresas consideren estos aspectos al momento de elegir a su proveedor de logística y transporte.

Al mismo tiempo, ya sea para la temporada navideña que se avecina como para el resto del año, los expertos advierten que los pequeños y medianos empresarios deberán seguir adaptándose a los cambios tecnológicos, incorporando a su operación comercial aspectos como la emisión de boletas electrónicas, hasta el uso de aplicaciones destinadas a la venta, programas de facturación; softwares de logística; Apps de pagos, distribución;

atención al cliente (chat bots), entre otros.

ALMACENAMIENTO: LAS MINI BODEGAS COMO RESPUESTA.

Es sabido que en la actualidad el nivel de vacancia en el mercado inmobiliario industrial es prácticamente nulo, específicamente en la oferta de bodegas estándar y centros de distribución. No obstante, el mercado de mini bodegas presenta una tasa de vacancia del 14,7%, según lo reportado por Colliers International, lo que equivale a 36.333 m² disponibles.

Es justamente en este segmento de mercado, principalmente orientado los actores Pyme, que existe oferta disponible para el cuarto trimestre del año.

En cuanto a las tarifas, según lo reportado por Colliers, el indicador de UF/m² se ubica en 0,414 UF/m², con un máximo de 0,46 UF/m² para la Zona Oriente y un mínimo de 0,40 UF/m² para la Zona Norte y Sur, por lo que habría poca variación entre las diversas zonas que componen el mercado. Cabe destacar que estas ubicaciones son especialmente favorables para la operativa de última milla, toda vez que este tipo de recintos se ubican primordialmente en zonas urbanas de la región metropolitana.

Por último, otro de los aspectos que los dueños de pequeños o medianos comercios deben considerar tras su performance durante la temporada alta de fin de año es el análisis de los indicadores de gestión, evaluando el impacto de las decisiones que se tomaron. En este plano, aspectos como la rotación del inventario, los índices de venta, la participación real de los canales y el análisis del contexto en el cual se desarrolló la empresa son algunos de los indicadores a considerar en el análisis. En la medida que las Pymes sean capaces de identificar tanto las buenas prácticas como los errores o incidencias en los procesos, éstas serán capaces de estar mejor preparadas para temporadas futuras. ■

CERTIFICACIONES



15
AÑOS

UN SERVICIO DE EXCELENCIA

7 CENTROS DE
ALMACENAJE

180.000 METROS CUADRADOS
CUBIERTOS

SAN BERNARDO • MAIPÚ • RENCA • LAMPA

RED SECA Y HÚMEDA
PARA CONTROL
DE INCENDIO

PATIOS DE
MANIOBRAS
ILUMINADOS

VIGILANCIA
PERMANENTE
24 HORAS

MONITOREO
CON RESPALDO
EXTERNO

CONSULTA DISPONIBILIDAD



WWW.CENTRALBODEGAS.CL

+562 2608 2800

contacto@centralbodegas.cl

CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES: ¡LA NUEVA FÓRMULA PARA FIDELIZAR AL RECURSO HUMANO LOGÍSTICO!

En el ámbito logístico, uno de los desafíos más importantes que ocupan a los líderes de las áreas de recursos humanos de las empresas, de los más diversos rubros, es la atracción de talento y la fidelización de sus colaboradores en el ámbito operativo; debido – principalmente - a la creciente escasez de mano de obra calificada a nivel operativo e intralogístico y a la creciente rotación de personal.

Ante la interrogante de ¿Cómo fidelizar a los colaboradores? - una de las preguntas más recurrentes entre los líderes de RR.HH. – la respuesta recurrente de dichos líderes ha sido ampliar los catálogos de beneficios y esquemas salariales. No obstante, lograr que “los colaboradores se pongan la camiseta”, no sólo se relaciona con la ampliación de incentivos monetarios, sino también con las posibilidades de desarrollo profesional que las empresas les brinden a dichos trabajadores, el reconocimiento a su esfuerzo y trayectoria y la posibilidad de compartir su éxito con aquellos que hacen parte de su vida. Básicamente, para fidelizar a los colaboradores, éstos deben sentirse apreciados, reconocidos e impulsados profesionalmente por sus empleadores.

A fin de apoyar a las empresas en materia de fidelización del recurso humano y contribuir a la profesionalización de los colaboradores del ámbito logístico, ALOG Chile A.G., a través de su Centro de Certificación de Competencias Laborales CECCL, ALOG Certifica, pone a disposición de empresas de los más diversos rubros un exitoso programa de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales orientado a colaboradores que desarrollen funciones en las áreas de almacenamiento logístico y distribución, mediante la cual los trabajadores pueden recibir, justamente, el reconocimiento e impulso profesional que buscan.

LA CERTIFICACIÓN COMO EJE FIDELIZADOR DEL RR.HH.

Básicamente, las competencias laborales son el conjunto de conocimientos, habilidades y aptitudes que posee una persona para ejecutar una actividad laboral específica. “En nuestro caso, el CECCL está enfocado en la evaluación y acreditación de los Perfiles Ocupacionales que se desempeñan en labores operativas de las Bodegas y Centros de Distribución, sumando los cargos administrativos y de supervisión propias de estas actividades; en empresas de la Industria Logística, del retail, la manufactura, la minería y, en general, de todos los sectores y subsectores productivos con procesos logísticos asociados”, explicó Claudio Gonzalez, Coordinador Técnico del CECCL ALOG Certifica.

Según comentó Gonzalez, “la implementación de estos proyectos de Certificación de Competencias Laborales implica un “ganar - ganar” para las empresas y su recurso humano, ya que las compañías se cercioran de contar con un capital humano calificado, dueño de competencias estratégicas claves para desarrollar las funciones propias de sus cargos; y al mismo tiempo, los colaboradores reciben una certificación oficial, que acredita sus competencias para ejecutar las tareas que realizan en los Centros de Distribución y Bodegas”.

“Siempre será beneficioso para las empresas que sus colaboradores se certifiquen y capaciten, ya que el primer impacto es la fidelización del trabajador con la empresa que aporta en su desarrollo laboral”, explicó Gonzalez, “es por ello que en ALOG Certifica nos enfocamos a apoyar a las empresas que decidan iniciar estos proyectos, asesorándolos en el desarrollo de los mismos y ejecutando los procesos de evaluación y posterior certificación de los

colaboradores”. En este punto, Gonzalez destacó que, a nivel de costos, “desarrollar programas de evaluación y certificación de competencias laborales no tiene que ser un proceso costoso, dado que “las empresas pueden hacer uso de su Franquicia Tributaria, incentivo tributario entregado por el Estado para empresas de 1era categoría, que deseen gestionar procesos de evaluación y certificación.

De hecho, la Franquicia Tributaria para estos procesos, cubre hasta el 90% del costo total de la certificación, existiendo siempre un costo empresa, el que - en caso de nuestro CECCL- no supera el valor de 1 UF por colaborador”.

OTROS BENEFICIOS DE LA CERTIFICACIÓN

Como se ha indicado, los procesos de certificación de competencias laborales representan una importante ventaja competitiva para las empresas. En esta línea, el estudio elaborado por la consultora Pragmac estableció que el 96,4% de las empresas que aplicaron a estos programas en su capital humano lograron disponer de criterios más objetivos al momento de seleccionar y reclutar personas; promover el desarrollo de la carrera laboral de los trabajadores; reconocer a los trabajadores con mayores destrezas y trayectoria; detectar brechas de desempeño en los trabajadores, validar estándares de procesos logísticos, de seguridad y calidad de la empresa o institución; mejorar la motivación de los trabajadores y mejorar los KPI de la empresa, entre otros beneficios.

Para iniciar sus procesos de evaluación y certificación de competencias laborales, envíenos un correo electrónico a: contacto@alog.cl / cgonzalez@alog.cl. o llámenos al +569 35326157.



ENTREGAS SAME DAY

Entregas en menor tiempo a tus clientes.



SORTER VIRTUAL

Rutas óptimas permitiendo eficiencia en la cantidad de entregas diarias.



RUTEO EN TIEMPO REAL

Mejora en niveles de servicio y entregas exitosas.

Conoce nuestro nuevo modo de operación con mayor eficiencia y tecnología

Retail / Supermercado / Ecommerce / Marketplace

Cotiza nuestro servicios en:
venta@lollevo.com - www.lollevo.com

EXPERIENCIA ELECTROLOGÍSTICA: ACERCANDO LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS A LA DISTRIBUCIÓN DE CARGA URBANA



tado de una colaboración público-privada exitosa, en que los distintos actores mostraron su voluntad en aportar al fomento de la electromovilidad en la distribución de carga. La Guía busca visibilizar los resultados y facilitar las siguientes experiencias en regiones”.

Gracias a los positivos resultados, cinco de las siete empresas participantes declararon su intención de incorporar gradualmente vehículos eléctricos a su flota de distribución. Por ello, durante el mes de octubre esta experiencia será replicada en la provincia de Concepción, donde empresas de distribución urbana podrán utilizar gratuitamente vehículos eléctricos durante cuatro semanas para conocer de primera fuente los beneficios de la electromovilidad.

Serán tres camiones y un furgón que contarán con sensores que recogerán datos sobre su funcionamiento, como la duración de la batería, velocidad, kilometraje recorrido, entre otros datos, lo que permitirá a las empresas conocer en detalle las ventajas de usar este tipo de tecnología.

Para llevar a cabo esta iniciativa, se contará con los vehículos provistos por Andes Motor, Indumotora y Derco. En tanto, el acceso a cargadores será proporcionado por COPEC Voltex y ENEL X Way, quienes ofrecerán acceso gratuito a toda su red de carga pública en la Región del Biobío, además de Thunder con cargadores portátiles. Asimismo, las empresas de telemetría ETrans, Geotab y Movia, facilitarán sensores que permitirán monitorear los datos de la operación.

Al igual que los resultados obtenidos de la Experiencia Electrologística en la Región Metropolitana, la información que se obtenga del uso de estos vehículos eléctricos y su sistema de carga estará disponible de manera abierta y gratuita en el sitio www.observatoriologistico.cl, la plataforma de datos de Conecta Logística y del Programa de Desarrollo Logístico del MTT, y en www.electrologistica.cl

La Experiencia Electrologística realizada en Santiago por la Fundación Conecta Logística arrojó que los vehículos de carga eléctricos generan ahorros de un 70% en los costos de operación.

Tras el éxito de esta iniciativa, ahora será replicada en la Provincia de Concepción de forma gratuita.

Tras el diagnóstico levantado desde la Mesa de Electromovilidad liderada por la Fundación Conecta Logística y el Programa de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes, se realizó, durante ocho semanas, el monitoreo en la Región Metropolitana de siete vehículos eléctricos de carga, de los cuales se obtuvieron datos sobre su operación. ¿El resultado? Recorrieron más de 16 mil kilómetros con una autonomía mínima de 145 km y, al compararlos con vehículos diésel, presentaron un ahorro en el costo de operación de hasta un 70%.

Además, el uso de esta tecnología evitó la emisión de 5 toneladas de CO2 al ambiente y los conductores reportaron una experiencia más confortable gracias a la

facilidad de la operación, la ausencia de ruido y vibraciones del motor, entre otras bondades.

Toda la información de la experiencia está disponible en la Guía Electrologística Región Metropolitana, y los datos de la operación, por vehículo y por día de operación, en el sitio web www.observatoriologistico.cl. La Guía y la disponibilización de datos buscan incentivar la electromovilidad en el transporte de carga en las ciudades, permitiendo conocer desde la operación real, la experiencia de uso de cada una de las empresas participantes.

Esta iniciativa fue realizada por la Fundación Conecta Logística con el apoyo del Programa de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), el Ministerio de Energía, la Agencia de Sostenibilidad Energética y Corfo. Para ello, colaboró una docena de empresas, entre las que se cuentan generadoras de carga, automotoras, compañías de cargadores, firmas de telemetría, además de los municipios de Santiago y Providencia. La directora ejecutiva de la Fundación Conecta Logística, Mabel Leva, destacó que "esta iniciativa fue el resul-

Expertos en Centros de Distribución a la medida

220.000 mt² en desarrollo

Diseño Logístico



Financiamiento



Arquitectura Industrial



Llave en Mano



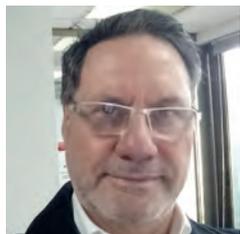
Construcción



Los negocios no se encuentran, se crean. Permítenos crear un negocio para ti

EMOTRANS SUMA NUEVO ASESOR COMERCIAL SENIOR

Con el respaldo de más de 20 años de experiencia en la industria de comercio y logística internacional, Jorge Valenzuela Labbé asumió como Asesor Comercial Senior de EMO-Trans Chile S.A.



El profesional se sumó a la compañía el pasado mes de septiembre para aportar con sus conocimientos y habilidades al desarrollo de la compañía. La experiencia le ha permitido a Valenzuela desarrollarse profesionalmente en distintas áreas y compañías prestigiosas del rubro, destacando su liderazgo y profesionalismo.

Su último desafío fue estar a cargo de desarrollar nuevos negocios y dirigir equipos de trabajo con el fin de mejorar las performances de la empresa donde se desempeñaba; todo esto con un objetivo central la satisfacción de cada cliente. El nuevo cargo de Asesor Comercial Senior es un apoyo significativo en seguir mejorando la compañía y brindar siempre a los clientes el mejor servicio del mercado.

LLEGÓ IMPLEMENTA METODOLOGÍA PARA MEJORAR SU AGILIDAD INTERNA DE CARA A CLIENTES

La empresa chilena de última milla con más de 18 años de trayectoria en logística, Llegó, acaba de implementar recientemente en sus procesos internos la metodología que usan gigantes tecnológicos como Google, Spotify y Netflix, denominada OKR que son las siglas en inglés de Objectives and Key Results, esto con el fin de aportar innovación y evolucionar la forma de hacer los procesos en el sector de la última milla.

Dicha metodología permite enfocar los esfuerzos y dar a conocer a toda la compañía, con visibilidad y transparencia, los objetivos corporativos para que cada uno de los colaboradores desde su posición se alinee con diferentes acciones para alcanzarlos.

Dayana Alvarado, Proyect Manager y embajadora OKR de la empresa, comenta que para Llegó el foco está en el cliente, por lo que toda la estrategia y objetivos de la compañía están alineados con lo que estos necesitan y dicha metodología permitirá reforzar este propósito, para así mejorar la atención y servicio hacia los clientes de la empresa.

86

Además, de acuerdo a Alvarado, se espera que la metodología esté implementada en su totalidad para principios del 2023, pero hasta los momentos ha facilitado la comunicación entre los colaboradores, así como una mayor cercanía entre los líderes, permitiendo una mejor cohesión del equipo y mejorando varios procesos internos.



GPS CHILE APUESTA POR LA SEGURIDAD Y CONTROL EN LA RUTA

Frente al aumento de accidentes en ruta y de los altos niveles de delincuencia en Chile, uno de los principales retos que enfrentan las empresas de transporte es encontrar soluciones que permitan brindar seguridad a sus conductores, así como asegurar el monitoreo de cargas transportadas. GPS Chile cuenta con Video Monitoreo Remoto, una solución que permite controlar de manera remota y en tiempo real la actividad de los vehículos.



"Se trata de un servicio de supervisión a distancia, gracias a la integración de cámaras de seguridad con el GPS. Además de tener control sobre la carga, brinda una importante herramienta de seguridad para los conductores", comenta Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile.

La grabación en tiempo real conecta hasta cuatro cámaras y cuenta con capacidad de visión nocturna. Otro beneficio es el incremento de la productividad, debido a que el registro 24/7 permite el control de la carga y descarga y tener información en la nube disponible para revisar situaciones riesgosas o accidentes que puedan haber ocurrido en un determinado periodo de tiempo. Por último, los malos hábitos de manejo también quedan registrados, así como también las posibles malas prácticas como robos de carga, combustible o del mismo vehículo.

Por más de 20 años, GPS Chile se ha comprometido con la seguridad y la eficiencia a través de la integración de tecnologías de vanguardia con un servicio de calidad y con presencia en todo Chile.

MEJORES EMPRESAS CHILENAS DISTINGUE A 33 EMPRESAS POR SU EXCELENCIA, INNOVACIÓN Y RESILIENCIA.

Un total de 33 empresas fueron distinguidas en la quinta edición del programa "Mejores Empresas Chilenas", que reconoce a compañías de diversos sectores e industrias por sus buenas prácticas de negocio dentro de la comunidad empresarial. El programa, organizado por Deloitte junto a Banco Santander y la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez, es la versión local del programa canadiense "Best Managed Companies", inaugurado en 1993 y que hoy se implementa en 48 países del mundo.

En Chile, el programa "Mejores Empresas Chilenas" se desarrolla desde 2017 y tiene como objetivo reconocer la excelencia de las empresas privadas chilenas a través de su desempeño y compromiso con el entorno en base a cuatro pilares: Estrategia, Capacidades e Innovación, Cultura y Compromiso, Gobierno Corporativo y Finanzas.

Para esta quinta edición del programa, fueron seleccionadas empresas representantes de distintos sectores tales como el comercio, la minería, la industria inmobiliaria y el transporte. Las 33 empresas que recibieron este reconocimiento son Grupo DAP, Antártica21, Artel, Bbosch, Coagra S.A, Coexca S.A, Cooprinsem, Defontana, Fourthane, Empresas Gasco, Grupo Empack, Grupo Proa, Hoffens, Hospital Clínico Viña del Mar S.A, ICB S.A, Trendy, Ingeniería AVA Montajes Limitada, Inmobiliaria Valmar, Empresas FPV, Maver, Minera San Gerónimo, Nicolaides, Olivos Riego, Prisa Depot, Reutter, Rhona S.A, Rosen, San José Farms, Tecno Fast, Transportes Patagonia Wellboat, Veterquímica S.A, Viña Undurraga S.A y Virutex Ilko S.A.

Cabe destacar que las empresas ganadoras serán parte de un exclusivo club que busca seguir fortaleciendo las buenas prácticas del mercado local, al conectarlas con las ganadoras del programa en otras latitudes, así como ayudarlas a seguir generando impactos positivos en la comunidad.

IFX NETWORKS PRESENTE EN EL 7º CONGRESO AMÉRICA DIGITAL

Durante septiembre, IFX Networks participó en una nueva edición del Congreso América Digital, instancia que reunió a los principales proveedores de tecnología y representantes de diferentes empresas e instituciones de Gobierno de América Latina.

Por medio de un stand, los asistentes al congreso pudieron conversar con los especialistas de IFX Networks y explorar alternativas para avanzar en su camino de digitalización.



Adicionalmente, Herwin Cajamarca, gerente de Ingeniería de Negocios de la multinacional de telecomunicaciones, realizó una charla denominada: "En un mundo de vertiginosos cambios ¿evolucionan las personas al ritmo de la tecnología?", actividad que se convirtió en una clara invitación a cuestionarnos el rápido avance de la tecnología versus el desarrollo de nuestras habilidades personales.

La charla comenzó con una breve revisión del impacto que la tecnología ha tenido en nuestras vidas, para luego continuar enumerando las siete habilidades que la escritora Emma Sue recomienda desarrollar y/potenciar: adaptabilidad, pensamiento crítico, empatía, integridad, optimismo, proactividad y resiliencia. "Ante los desafíos que estamos viviendo, debemos estar más presentes y conscientes de nuestra manera de convivir y trabajar. Cada día nos presenta una nueva oportunidad de aprender, de trabajar en nuestro ser y de seguir creciendo", sostuvo Cajamarca, destacando cómo son las personas las que deben estar siempre al centro.

DORA RUIZ ASUME COMO DIRECTORA (S) DE CHILECOMPRA

El Ministerio de Hacienda informa que asume como directora (s) de ChileCompra la jefa de la División de Compras Colaborativas de la institución, Dora Ruiz, en reemplazo de la ingeniera Tania Perich, quien cumplió su período en la conducción del servicio.



Ruiz, funcionaria de carrera con más de 18 años de antigüedad, se mantendrá en la subrogancia hasta que concluya el concurso convocado por el Sistema de Alta Dirección Pública para elegir al titular de la institución de acuerdo a la Ley 19.882.

La directora (s) es cientista política de la Universidad de Costa Rica, Master en Gestión y Políticas Públicas de Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, diplomada en Gestión de Compras y en Business Intelligence de la misma casa de estudios. El Ministerio de Hacienda agradece la gestión de Tania Perich y le desea éxito en sus próximos desafíos.

DRIVIN CELEBRA 8 AÑOS INNOVANDO Y RENTABILIZANDO LA OPERACIÓN LOGÍSTICA

En julio de 2022, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) anotó un aumento Drivin cumple 8 años de su llegada al mundo de los TMS. Un Software alojado en la nube, orientado a solucionar el gran reto que tienen las empresas con líneas de despacho y transporte para hacer más eficiente sus rutas.

Drivin es un TMS SaaS modular, flexible y transversal, que se adapta a las necesidades de múltiples industrias para eficientar sus procesos logísticos, hacerlos más competitivos y entregarles herramientas para que entreguen un servicio de calidad a sus clientes.



Drivin, inició su plan de expansión regional en el 2018 y hoy se encuentra presente en 9 países entre los que se pueden contar Chile, México, Brasil, Colombia, Perú y Ecuador con operaciones de clientes bien consolidadas. En el 2021 arribó a España y USA. Chilexpress, Nestlé, Lipigas, ICB, Rosen, Tigre, Trendy y Wom, son algunas de las empresas que manejan sus operaciones logísticas con esta plataforma en el Perú.

La compañía se ha caracterizado por desarrollar un modelo de innovación constante para satisfacer las necesidades logísticas de las empresas de diferentes industrias. A través de su plataforma permite realizar la planificación de rutas y el control de movimientos de las unidades y de los productos: Es flexible, permite incluir características personalizables a nivel SKU, de dirección del cliente o bien de los vehículos a utilizar. Asimismo, optimiza los procesos y mejora la eficiencia de las empresas.

Drivin busca incrementar la productividad de sus conductores y transformar sus acciones en la ruta, en beneficios tangibles como: Ahorros hasta en un 30% en costos de transporte, disminuye 90% el tiempo de planificación, y brinda 100% control y gestión la operación en tiempo real.

SHIPMENT SECURITY: LA NUEVA PROPUESTA DE FLEETUP PARA LA SEGURIDAD DE TUS ENVÍOS

En julio de 2022, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) anotó un aumento Cada vez que tu negocio logístico pierde un envío tus costos se multiplican, considerando costos de sustitución y gastos operativos que amenazan tu rentabilidad. Para ello hoy es prioritario implementar tecnologías y soluciones de seguridad y FleetUp tiene una propuesta robusta para ello, considerando dispositivos y una completa plataforma para la seguridad de tus envíos.

Shipment Security es la nueva propuesta de FleetUp focalizada en la seguridad de los despachos, siendo una solución desarrollada para la trazabilidad de cada envío. Concretamente consiste en un centro de control que provee una radiografía completa de tu operación de distribución y despacho, disponible desde una única interfaz y en tiempo real en la nube de FleetUp.

Dentro de las posibilidades que otorga esta solución, la reportaría es un aspecto clave, que te permitirá llevar registro de una multiplicidad de factores como kilómetros recorridos, tiempos de entrega, detenciones no autorizadas, apertura de las puertas, aceleraciones bruscas, entre otros eventos. Considerando además aplicaciones móviles y herramientas de comunicación hacia el cliente final, como ETAs en vivo.

¿Quieres saber más? Visita www.fleetup.cl

SOMOS LA NUBE PÚBLICO-PRIVADA
MÁS EXTENSA DE LATAM



¡Haz parte de la
revolución digital de
IFX NETWORKS!

CONTÁCTANOS

+56 2 2589 4500



WWW.IFXNETWORKS.COM



MEGALOG
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
RED MEGACENTRO

GESTIONA LA LOGÍSTICA

EN TUS PROPIAS DEPENDENCIAS

**CONSULTA
POR NUESTRO
SERVICIO IN HOUSE**

Y conocerás las ventajas de
no externalizar la operación



**MONITOREO MEDIANTE
KPI'S DE SERVICIO**



**TECNOLOGÍA DEL
OPERADOR A TU DISPOSICIÓN**



**TE PERMITE CAPTURAR BENEFICIOS
DE ECONOMÍAS DE ESCALA**

Simplemente un gran **RENDIMIENTO**

Jungheinrich EFG BB y BC



Las robustas grúas horquillas eléctricas de BB y BC series son modelos de nivel de entrada perfectos para convencionales tareas de transporte y apilamiento. Desarrollado con la experiencia de los ingenieros de Jungheinrich, impresionan con rendimiento, fiabilidad y seguridad.

Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl

**JUNGHEINRICH**