

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



LOGÍSTICA DEL FUTURO TENDENCIAS, CAMBIOS Y DESAFÍOS



LOGISTEC
EDICIÓN
134
ENE | FEB 2023

SUPPLY CHAIN: RIESGOS QUE LA SUPPLY CHAIN ENFRENTARÁ EN 2023
ECOMMERCE: DESDE LO MÓVIL A LO SOCIAL. LOS HITOS QUE MARCARON EL ECOMMERCE 2022
TECNOLOGÍA: LA NECESIDAD DE AVANZAR EN LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA
TRANSPORTE: LAS BRECHAS Y DESAFÍOS DEL TRANSPORTE TERRESTRE Y AEREO



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA





EVITE INTERRUPCIONES EN SU OPERACIÓN, ELIGIENDO EL WMS CORRECTO

Centraliza y controla los procesos logísticos de tu centro de distribución de manera **eficiente con nuestra solución llave en mano**



Al Implementar la solución completa de **WMSTek**, podrás:

-  Centralizar y controlar tus procesos.
-  Aumentar la exactitud de tu Inventario y reduzca los errores.
-  Mejorar la trazabilidad y visibilidad de tu operación.
-  Incrementar los niveles de tu servicio y productividad.

Un ecosistema completo que compone y potencia tu solución





Encuentra en **Avanza Park La Divisa**; una oportunidad única de potenciar todas las operaciones de tu negocio, en uno de los puntos estratégicos de la **Región Metropolitana** como **San Bernardo**.



Seguridad 24/7



Conectividad con Ruta 5 Sur
y Autopista Central

Bodegas flexibles desde 269 m²

avanzapark.cl +56 22 501 0000 +56 9 6228 0497

UN 2023 EN BUSCA DE LA EFICIENCIA

¿Qué esperar? ¿Somos pesimistas? ¿Estamos ahora preparados? ¿Cómo se vendrá la economía? Estas son solo algunas de las preguntas que, año a año, las empresas se realizan para vislumbrar lo que puede acontecer en un nuevo periodo.

Considerando variados aspectos, el 2023 se define, a grandes rasgos, como un año "alerta", en el sentido de las oportunidades que se pueden dar y los desafíos que -sin duda, tendremos que enfrentar. No sabemos con certeza que podemos esperar de este año, pero claro está que los desafíos seguirán, pues la logística ha enfrentado un periodo de constantes retos y ajustes que ha sabido, en la mayoría de las ocasiones, enfrentar con éxito y que hoy deja una industria mucho más preparada.

Mucho se habla del aspecto económico a nivel global y los temores que apunta a una

eventual recesión. Sin embargo, la solidez de la logística permite actuar con cierta tranquilidad, ya que, a pesar de los temores, los llamados de algunos sectores operacionales y ejecutivos es a continuar con los proyectos y buscar eficiencia que permitan a las compañías enfrentar turbulencias macroeconómicas.

La tecnología no puede esperar y sea cual sea el desenlace que tenga este 2023, las implementaciones de cara a las mejoras de la cadena operacional, a la capacidad de respuesta a las demandas de los clientes y el desarrollo de los distintos canales de venta se mantendrán, pues la tarea es hoy marcar diferencias en los respectivos mercados.

Como nunca, Supply Chain y Logística están sobre la mesa directiva. La importancia de esta área al interior de las compañías deja al sector en un buen pie para proyectar un año de crecimiento, innovación y desarrollo.

SEGURIDAD, EL VERDADERO DOLOR DE CABEZA DE LOS CENTROS DE ALMACENAMIENTO



22

EVOLUCIÓN DE LOS MARKETPLACES EN CHILE: EL ANÁLISIS DE UNA PLATAFORMA EN AUGE



32

50. LA NECESIDAD DE AVANZAR EN LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA PARA SER MÁS EFICIENTES

58. PORQUÉ LA TELEMETRÍA AGARRA VUELO EN CHILE



04

LOGÍSTICA DEL FUTURO: TENDENCIAS, CAMBIOS Y DESAFÍOS



10

RIESGOS QUE LA SUPPLY CHAIN ENFRENTARÁ EN 2023. DESPUÉS DE LA RESILIENCIA ¿QUÉ?



30

DESDE LO MÓVIL A LO SOCIAL. LOS HITOS QUE MARCARON EL ECOMMERCE 2022



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Conecta con estas empresas en www.hubfinder.expert

 Southern Technology Group stglatam.com C1	 CENTRAL BODEGAS HUB MEGALOG megalogistica.com 25	 jungheinrich.cl C3	
 avanzapark.cl 1	 westorage.cl 5	 calycochile.cl 9	 mindugar.com 13
 PARQUES LOGÍSTICOS bodenorflexcenter.cl 15	 ÚLTIMA MILLA llego.cl 19	 arrimaq.com 21	 LOGÍSTICA tw.cl 25
 SMART DELIVERIES drivin.cl 29	 esnova.com 31	 MÉXICO • COLOMBIA • CHILE • PERÚ • LEBIA egakat.com 35	 patio.cl 41
 CENTRAL BODEGAS HUB MEGALOG megalogistica.cl 43	 gpschile.com 45	 Customized Global Logistics emotrans.com 51	 cl.brinks.com 53
 POWERED BY SASCAR flotasconectadas.michelin.cl 57	 centralbodegas.cl 61	 dercomaq.cl 62/63	 karri.cl 67
 starcken.cl 69	 fex.cl 71	 ar-racking.com 73	 carga con expertos samex.cl 75
 msc.com/intermodal 81	 logisfashion.com 85	 invita.cl 93	 CONSORCIO barcelona ZONA FRANCA silbco.cl 95
 ifxnetworks.com 95			

AÑO 21 EDICION 134
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
Fernando Ríos M.
fernando.rios@revistalogistec.com

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

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

GERENTE NUEVOS NEGOCIOS
Juana Díaz C.
juana.diaz@revistalogistec.com

PERIODISTAS
María Victoria Moya
mariavictoria.moya@revistalogistec.com
Carola Hidalgo
revista@revistalogistec.com
Fabiola Romo
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.

LOGÍSTICA DEL FUTURO: TENDENCIAS, CAMBIOS Y DESAFÍOS



Gloria Hutt,
Ingeniero Civil,
ex Ministra de
Transportes y
Telecomunicaciones

EN 2012, SE PUBLICÓ EL QUE A MI JUICIO ES UNO DE LOS DOCUMENTOS MÁS INNOVADORES E INTERESANTES QUE HE LEÍDO EN EL ÁMBITO DE LA LOGÍSTICA EN EL MUNDO. DELIVERING TOMORROW, LOGISTICS 2050. A SCENARIO STUDY , PRESENTADO POR DHL, REVISLA LOS CINCO ESCENARIOS MÁS PROBABLES PARA LA INDUSTRIA DE LA DISTRIBUCIÓN DE BIENES EN NIVEL GLOBAL.

La metodología fue particularmente disruptiva: reunieron en un ambiente semi-aislado, a especialistas en estadística que habitualmente desarrollaban modelos predictivos basados en datos y estimaciones de variables macroeconómicas y demográficas, con un grupo -improbable para esta tarea- de investigadores establecidos en la Universidad de Hawaii, dedicados a anticipar tendencias usando métodos de ciencias sociales y análisis del futuro , para fines de ciencias políticas.

En la presentación del estudio, el consejero delegado de Deutsche Post DHL afirmó: “En este entorno económico, político y social tan complejo, resulta ya

prácticamente imposible realizar pronósticos lineales. En un mundo cada día más difícil de predecir, debemos ampliar nuestro horizonte y plantearnos alternativas. Podemos elaborar estrategias sólidas y fijar el rumbo correcto sólo si hemos logrado entender diferentes perspectivas”.

Tratándose de uno de los principales operadores del mundo, abrió un espacio de análisis de gran valor para la disciplina, desafiando los métodos convencionales y apostando por la ocurrencia de fenómenos sociales cuya incidencia en la industria resulta fundamental prever para cualquier operador.



Entregas en el mismo día

Realizamos tus entregas en el mismo día a través de nuestro servicio "Same Day Delivery".



Tus productos más cerca

Entregamos las opciones de "retiro de productos en nuestra tienda" y "despacho a domicilio".



Integraciones

Contamos con las integraciones necesarias para integrar tu e-commerce con nuestro sistema.

Dark Store

En nuestro Dark Store; encontrarás un servicio personalizado, enfocado en potenciar la operación logística de tu e-commerce; ahora en una ubicación estratégica con fácil acceso al consumidor. Contamos con un equipo experto en fulfillment; capacitado en brindar soluciones concretas a nuestros clientes.



Los escenarios publicados en esa oportunidad describen en detalle los alcances de cinco tendencias principales: un mundo caracterizado por el consumismo descontrolado, con la consiguiente presión sobre los sistemas de distribución; el surgimiento de mega-ciudades eficientes y robotizadas, en que la tecnología facilita los flujos; la personalización de la producción, que marca la necesidad de abastecimiento de materias primas en escala individual, pero masivo; una tendencia proteccionista que limita el tráfico en fronteras y el surgimiento de cadenas de producción locales como respaldo a situaciones de incertidumbre mundial.

Diez años después podemos comprobar que todas estas tendencias efectivamente se han desarrollado, con las complejidades adicionales que impuso la pandemia, posiblemente el escenario ausente -de riesgo sanitario- más relevante de la década. No obstante eso, la pandemia aceleró los casos de cierre de fronteras y fortaleció las cadenas de producción locales, como consecuencia.

Posiblemente a partir de esta publicación y otras similares, el análisis de escenarios se ha hecho más común como método de proyección. Un aspecto interesante de la metodología es la forma en que incorpora de manera formal una mirada de tendencias sociales que condicionan tanto el volumen de los bienes a transportar, como la relación entre ellos y los consumidores intermedios y finales.

En efecto, cuando se marca por ejemplo el consumismo exacerbado, la consecuencia es una fuerte presión sobre las cadenas logísticas de producción, los flujos de materias primas y los procesos de entrega a los usuarios, incentivados por la tecnología que respalda las compras digitales.

La complejidad del mundo actual y más aún, lo impredecible de innovaciones que pueden cambiar radicalmente tanto nuestras formas de vida como las plataformas de servicios, ha abierto camino al análisis de tendencias como método cada vez más utilizado para respaldar procesos de plani-

ficación estratégica en el mundo logístico. Publicaciones recientes reportan ejercicios similares, buscando identificar las tendencias o circunstancias que pueden condicionar la distribución de bienes en las próximas décadas. Por ejemplo Dispatch Track, en una publicación de octubre pasado, identifica 6 temas a los que se debe poner atención en 2023, haciendo especial énfasis en la importancia de las tecnologías como condicionante principal y advirtiendo la creciente complejidad de predecir el futuro, precisamente por la dificultad para anticipar nuevos cambios y herramientas en ese ámbito.

La misma publicación caracteriza el escenario que observamos a diario: la enorme presión por despachos prácticamente inmediatos, la necesaria flexibilidad de las operaciones, el seguimiento de la carga en tiempo real, y la necesidad de generar ventajas a los clientes a través de sistemas de distribución eficientes, son requisitos básicos para la supervivencia de los operadores. Como es esperable, todos los pronósticos tienen como punto de partida el impacto global que produjo la irrupción del COVID-19, deteriorando el ritmo de los flujos, pero acelerando en aproximadamente 4 años la adopción de tecnologías, con perspectivas de permanecer en el largo plazo.

Entre los aspectos para prestar especial atención este año, se encuentran los siguientes:

• AUTOMATIZACIÓN

Lo que se inició como una respuesta para enfrentar el enorme impacto del COVID-19 se ha instalado como tendencia irreversible. El comercio electrónico se desplegó masivamente en el mundo y las cadenas de suministro han debido adaptarse a ese nuevo ritmo (que se ha llamado “la nueva normalidad”).

Software para administrar B2B, y reparos de última milla son cada vez más utilizados, así como las entregas finales con buen soporte digital. Sin embargo esto impone la necesidad de automatización

en mayor escala, no solo el uso de herramientas digitales. Se refiere a los centros de distribución, digitalización de procesos manuales, uso de códigos de barras y scanners, uso de indicadores LED para marcar los lotes a ser despachados, vehículos autónomos al interior de los centros de acopio, robots, sensores y sistemas de apoyo similares, serán indispensables para competir en el contexto actual de la industria y del mundo, considerando que la escala de cada caso dependerá de los volúmenes de bienes administrados.

• TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN

El objetivo principal en este caso es asegurar transparencia a los clientes sobre el estado de sus envíos, a lo largo de todo el proceso, evitar fraudes y facilitar sus auditorías.

Contratos respaldados con métodos de Blockchain reducen los riesgos al incorporar automatización a la cadena en todas las etapas, y sistemas de control que resguardan el proceso y facilitan la coordinación entre las partes. Todo lo anterior implica además gestionar con una mirada integral de las etapas, y promover los sistemas de comunicaciones de datos como piezas clave del esquema mencionado.

• INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MACHINE LEARNING

La capacidad de registro de datos de los medios digitales actuales, ha generado cantidades inmensas de información que permiten replicar procesos en forma integral, y aprender de ellos cuando esos registros son sistemáticos y continuos en el tiempo.

La inteligencia artificial puede reemplazar la intervención de personas cuando se cuenta con una base suficiente de casos y un buen nivel de detalle para validar la combinación de variables que determina una cierta acción. Se reduce así el error

humano, los riesgos e incertidumbres, disminuye el tiempo de las decisiones y su respectiva acción y se construye una "huella" trazable de los procesos que ayuda a perfeccionarlos (por ejemplo, analizando los tiempos de servicio y respuesta). Como resultado, la planificación y optimización se facilitan y agilizan, las predicciones de demanda y carga de requerimientos se hacen más precisas y el sistema en general gana en calidad y velocidad.

Igual que en el caso de otras tecnologías, las plataformas disponibles crecen en capacidad y en accesibilidad, al mismo tiempo que el costo las hace más alcanzables. Generando resultados concretos, estos sistemas ayudan a optimizar el uso de las bodegas, anticipar despachos y controlar el funcionamiento de la cadena y sus etapas.

• INTERNET DE LAS COSAS (IOT)

La tecnología permite instalar "inteligencia" en diferentes partes de la cadena. Desde los propios contenedores, para rastreo, hasta la identificación electrónica de cada bulto, donde se registran todas las variables relacionadas con su movimiento, sensores para ordenar y optimizar las secuencias de carga, envío de señales para activar por ejemplo procesos de consolidación y desconsolidación, anticipación de congestión en carreteras y puertos, y similares. La amplia cobertura de dispositivos y el incremento en la cobertura de telecomunicaciones, explica que esta sea una tendencia que se masifica particularmente rápido. El IoT combinado con Blockchain permite completa visibilidad de la carga, desde su origen hasta el destino final.

• SISTEMAS DE GESTIÓN DE TRANSPORTES (TMS)

Estas herramientas concentran en una plataforma todas las funciones asociadas a la administración y a la distribución de

bienes. Se ha desarrollado una oferta importante de alternativas. En la mayoría de los casos el sistema opera en una sala de control, desde donde se gestiona la carga y los procesos mediante cámaras y dispositivos de señales.

La mayor parte de las empresas logísticas ya opera con sistemas de información de transportes, que les permiten centralizar decisiones, logrando niveles de optimización apreciados por los usuarios finales. La evidencia muestra que este tipo de tecnología es indispensable en la actualidad, para la supervivencia de empresas competitivas, puesto que afecta positivamente las variables de calidad, velocidad e integración, determinantes de la eficiencia de los servicios logísticos.



TECNOLOGÍA Y MÁS TECNOLOGÍA

En una mirada más amplia, la revista Forbes publicó en 2022 un artículo técnico en el que se seleccionan 7 aspectos sobre los cuales se debe poner atención por su incidencia en el desarrollo de la industria logística y su competitividad.

• INTEGRACIÓN DE SISTEMAS BASADOS EN LA NUBE

La integración de los sistemas y la posibilidad de compartir la información directamente, explica que agentes financieros

han provisto recursos para facilitar su instalación en la gestión de las empresas logísticas a las que atienden. Esto, debido a que las ganancias de eficiencia y seguridad de los procesos, terminan por reducir el riesgo de los operadores logísticos, mejorando así su posicionamiento de competencia y asegurando el pago oportuno de los compromisos de financiamiento. Adicionalmente ese soporte permite lograr eficiencias propias de la automatización, según lo descrito antes.

• VEHÍCULOS AUTÓNOMOS

La tecnología de vehículos autónomos ha estado vinculada mayormente a servicios de transporte público. Sin embargo, es probable que el principal desarrollo de estas formas de transporte se observe inicialmente, en forma extendida, al interior de patios industriales, puertos y recintos de estacionamiento de autos, buses y camiones. En efecto, la operación de buses autónomos está condicionada a la administración del entorno, lo que hace necesario preparar vías, instalar señalética, sensores el pavimento y similares, debido a la exposición en el tráfico general, y las restricciones impuestas por la seguridad vial.

En recintos cerrados como un puerto, o bodegas, los riesgos son significativamente inferiores, debido a que el desplazamiento se realiza en un entorno acotado, con las prevenciones de seguridad que corresponde, y sin la presencia de vehículos ajenos a su operación. Lo anterior anticipa que es probable un crecimiento masivo de estos vehículos en el mundo industrial antes que en las calles. Se ha llegado a comprobar que los vehículos autónomos eléctricos generan además, ahorros significativos en los costos de operación.

• IMPRESIÓN 3D

En la misma forma que ya lo anticipaba el estudio de DHL mencionado al inicio de este documento, la masificación de la impresión 3D tendrá impacto en las cadenas

logísticas. Al operar como fabricas individuales en cada hogar, el transporte de bienes terminados se transforma a envíos de materias primas, con distribución local.

• **ANALÍTICA DE TIEMPO REAL Y SISTEMAS DIGITALES DE SEGUIMIENTO DE LA CARGA**

Se plantean en este caso los mismos atributos mencionados antes respecto a los ahorros de costos y ganancias de seguridad que genera el uso de sistemas modernos de seguimiento y control.

Se agrega el beneficio que se produce al mejorar la capacidad de anticipar reacción a incidentes y así resguardar la continuidad de la cadena en todas sus partes.

• **EFICIENCIA EN LA ENTREGA DE ÚLTIMA MILLA**

Lo que puede entenderse como logística urbana, es decir, el reparto o recogida de productos hacia y desde sus domicilios, puede representar hasta la mitad del costo total del despacho. Los esfuerzos por innovar en este componente incluyen el uso de drones, y el diseño de modelos de optimización y de cadena de suministro usando herramientas de alta complejidad.

• **INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MACHINE LEARNING**

También en este caso se busca mejorar la productividad y los resultados financieros utilizando los datos del entorno y de sucesivos registros de operaciones que siguen en general un patrón sistemático, lo que permite el aprendizaje de los sistemas para tomar decisiones autónomas.

La disponibilidad de nuevas tecnologías de telecomunicaciones de respuesta prácticamente inmediata, facilitan la imple-

mentación de este tipo de soluciones en forma segura y exitosa.

• **BLOCKCHAIN**

Al igual que comentamos en el caso anterior, la tecnología detrás de las criptomonedas, en el campo de la logística facilita las decisiones descentralizadas, provee visibilidad a los despachos y facilita el manejo de inventarios, entre algunos de sus beneficios. Los comentarios sobre las mejoras en seguridad, eficiencia y confiabilidad de las etapas del proceso también surgen en esta publicación, indicando que el costo de su adopción y uso se compensa con las ganancias indicadas en cuanto a precisión y seguridad en toda la cadena.

LAS INCERTIDUMBRES DEL FUTURO

Para la enorme complejidad que enfrenta la industria, el análisis de escenarios futuros es una herramienta apropiada que ayuda a prevenir el impacto negativo de eventos tan disruptivos como la pandemia reciente. La revisión de casos muestra en forma casi unánime la conveniencia de incorporar nuevas tecnologías en todas las etapas de la cadena, por diferentes razones.

La primera es la reducción de riesgos y errores a lo largo del proceso de distribución, que enfrenta presiones por velocidad y calidad. La segunda es que permite sostener las operaciones en caso de eventos complejos que produzcan alteraciones en los ritmos de la cadena logística, cuya recuperación, como hemos visto, es lenta y costosa para todos los intervinientes.

Iniciamos este texto con la referencia a un estudio publicado en 2012 por DHL. Diez años después, la misma empresa ha profundizado el análisis de escenarios como herramienta de planificación y ofrece una mirada de múltiples variables en su Radar de las Tendencias Logísticas. Es interesante ver que en esta propuesta se mantiene el análisis de aspectos sociales y demográficos combinado con elementos

propios de la industria como las nuevas tecnologías, que sin duda marcarán los procesos de distribución en la siguiente década. También estima, en forma aproximada, los plazos en que cada componente debería incidir en la industria. La Figura 1 muestra el panorama integral que el radar anticipa. La lectura de informes previos muestra que cada año se incorporan adaptaciones y novedades, lo que da cuenta de lo dinámico del proceso y de las interacciones entre las variables sociales y las innovaciones tecnológicas.

Sin duda el desafío para las empresas logísticas está en la incorporación tecnológica como herramienta para mejorar la eficiencia, la calidad de servicio, controlar los costos, optimizar el uso de sus recursos y principalmente, responder a la fuerte presión que enfrentan por entregas a tiempo. Aunque en este texto nos hemos referido principalmente a ellos, la consideración de las tendencias y estilos de vida determina con el mismo peso el potencial de desarrollo, porque influye en los formatos de lotes, el nivel de desagregación de las entregas, y la valoración de aspectos como el cuidado ambiental, entre otros factores. Ampliar la mirada ayudará a consolidar la industria, fortaleciendo su capacidad de respuesta. ■

INGRESA AL RADAR DE TENDENCIAS LOGÍSTICAS



Escanea el QR con la cámara de tu smartphone o desde la cámara de tu tablet.

Delivering Tomorrow. Logistics 2050. A scenario study. DHL. 2012. https://www.dhl.com/content/dam/dhl/global/core/documents/pdf/study_logistics_2050.pdf - <https://manoa.hawaii.edu/futures-center/> - <https://www.dispatchtrack.com/blog/logistics-technology-trends> - <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2022/05/17/trends-that-could-change-the-logistics-industry-forever/?sh=68d43e44f672>



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



RIESGOS QUE LA SUPPLY CHAIN ENFRENTARÁ EN 2023. DESPUÉS DE LA RESILIENCIA ¿QUÉ?

10

Construir cadenas de suministro resilientes ha sido el axioma que ha movilizado las estrategias de los líderes empresariales y de la supply chain a nivel mundial a partir de 2020. Y si bien todos los expertos coinciden en que la Resiliencia seguirá siendo la característica esencial por consolidar al interior de las organizaciones, la Agilidad también se instala como la nueva norma. No basta con proyectar y sobreponerse a los eventos disruptores, hoy también, resulta esencial hacerlo “en el menor tiempo posible”, dada la rapidez con la cual evolucionan los potenciales riesgos de alcance global.



En los últimos dos años, hemos sido testigos de la profunda fragilidad de las cadenas de suministro globales ante eventos disruptivos. En este contexto, tenemos a la pandemia del Covid-19 como el mejor ejemplo a la fecha; considerando su impacto y efectos multinivel que no sólo se circunscribieron al ámbito sanitario, sino también, a la esfera económica y social, con derivadas tales como el agravamiento de la crisis económica mundial (la recesión y la inflación), la crisis del comercio marítimo mundial (escasez de contenedores y encarecimiento de fletes navieros), la crisis de suministro (lockdown chino) o el cambio en la demanda y hábitos de consumo de las personas, por sólo mencionar algunos.

Lo propio ha ocurrido a partir del estallido bélico entre Rusia y Ucrania, el más reciente evento disruptor de la década, que ha dado paso a una severa crisis energética y alimenticia a nivel global, sin mencionar los efectos geopolíticos y sociales que un conflicto de esta categoría conlleva, sobre todo ante una eventual (y temida) escalada nuclear.

Esta suerte de “despertar” en torno a los riesgos inherentes del esquema global y sus efectos en las operaciones de aprovisionamiento y suministro mundiales; también profundizó la discusión respecto a cómo afrontar y sobreponerse a eventos de impacto global. Así, a la hora de analizar el desempeño y el futuro de la cadena de suministro el concepto de resiliencia cobró protagonismo, posicionándose como axioma entre los líderes de la supply chain a partir de dos factores críticos: tener la capacidad de resistir eventos disruptivos, mitigando o limitando el impacto de sus efectos; y contar con la habilidad de recuperar la capacidad operativa mientras dichos eventos transcurren o tras su finalización.

Por cierto, la resiliencia como un factor determinante para las cadenas de suministro globales prevalecerá durante 2023, sobre todo en el escenario que se vislumbra complejo, incierto y altamente volátil. No

obstante, según los expertos del ámbito, la construcción de cadenas de suministro resilientes implicará no sólo la generación de procesos y la implementación de tecnologías que les permiten a las organizaciones proyectar, anticipar y sobreponerse a los riesgos que subyacen a los eventos disruptivos; sino también, supone la capacidad de agilizar la toma de decisiones durante los procesos de gestión del riesgo debido a que los eventuales factores de riesgo podrían evolucionar rápidamente hacia eventos disruptores de alcance global.

MÁS AGILIDAD PARA UN TURBULENTO 2023

Según han transmitido los expertos del Foro Económico Mundial, en su más reciente Informe de Riesgos Globales 2023, “en 2022, el mundo se enfrentó a riesgos políticos, económicos y sociales muy conectados, complejos y dinámicos, tales como la recuperación de la pandemia Covid-19, el conflicto entre Rusia y Ucrania, las altas tasas de inflación y los devastadores fenómenos del cambio climático”; eventos que pusieron a prueba la capacidad de respuesta y las estrategias de corto y largo plazo de las empresas y, por cierto, de sus cadenas de suministro. En este plano, los expertos del FEM sostuvieron que el éxito de las empresas durante el “turbulento 2022” dependió del desarrollo de “enfoques adaptables e innovadores en la gestión de riesgos y resiliencia”, es decir, de una mezcla entre Resiliencia y Agilidad.

En este contexto, y de acuerdo con lo expuesto por los expertos del FEM, para 2023 el panorama se torna aún más complejo debido a que el mundo enfrenta una serie de riesgos que se sienten completamente nuevos, a pesar de no serlos. ¿A qué se refieren los expertos? Pues bien, según explican desde el Foro, a partir de 2022 y de cara a 2023 se visualiza el regreso de “riesgos antiguos”, tales como: “la inflación, la crisis del costo de vida,

guerras comerciales, salidas de capital de los mercados emergentes, malestar social generalizado, confrontación geopolítica y el espectro de la guerra nuclear"; riesgos que muchos líderes empresariales de esta generación no han experimentado empíricamente.

Según se explica en el reporte "estos riesgos están siendo amplificadas por desarrollos comparativamente nuevos en el panorama de riesgos globales, incluidos niveles insostenibles de deuda, una nueva era de bajo crecimiento, baja inversión global y desglobalización, una disminución en el desarrollo humano después de décadas de progreso y la creciente presión hacia la descarbonización debido al cambio climático. Juntos, estos riesgos están convergiendo para dar forma a una década venidera única, incierta y turbulenta", indica el reporte.

A partir de lo expuesto, el Informe de Riesgos Mundiales 2023, desarrollados por el FEM, indica que las organizaciones deben reorientar sus enfoques de gestión de riesgos y resiliencia para superar las crisis actuales y prepararse para el futuro, "pensando de forma creativa y colaborativa sobre el riesgo".

Ahora bien, en torno a la resiliencia, el informe del FEM hace hincapié en "la toma proactiva y ágil de mejores decisiones basadas en el riesgo, en lugar de reaccionar ante las crisis o los acontecimientos".

12

A partir de lo expuesto, en materia de gestión del riesgo, los expertos del Foro manifiestan que las cuestiones críticas que las organizaciones deben plantearse o preguntarse de cara a 2023 son, por ejemplo, ¿cómo ir más allá de las normas y herramientas tradicionales de gestión de riesgos, dadas las complejidades e interacciones de riesgo actuales? ¿qué estrategias les ayudarán a hacer frente a las peores presiones inflacionistas de los últimos años? y ¿cómo puede afectar al negocio la escalada de las tensiones geopolíticas? "En esencia, la resiliencia al riesgo debe ser práctica y puede exigir que una organización amplíe su conjunto de herra-

mientas, incluido el refuerzo, el aumento y el suministro de nuevas métricas. Debe centrarse en una mentalidad que tenga en cuenta cómo interactúan los riesgos y cómo pueden "agravarse" unos a otros", indican.

DE LOS LÍDERES Y CÓMO VISUALIZAN LOS RIESGOS 2023

Según un reciente informe del Instituto de Investigación Capgemini, desarrollado entre noviembre y diciembre de 2022, a partir de una encuesta en la cual participaron 2.000 líderes empresariales de 15 países, "la interrupción de la cadena de suministro se considera el principal riesgo para el crecimiento empresarial, por delante del aumento de los precios de las materias primas y la crisis energética". En este contexto, "la capacidad de recuperación de la cadena de suministro es una prioridad clave para estos líderes, considerando que el 43% de las empresas tiene previsto aumentar la inversión en este ámbito", estima el reporte.

¿Hacia dónde se dirigirán las inversiones en materia supply chain de cara a 2023? de acuerdo con el reporte de Capgemini, los líderes empresariales tienen previsto dirigir sus inversiones a "la mejora de las tecnologías aplicadas en la cadena de suministro (que permiten agilidad, transparencia y visibilidad de la supply chain) y a la diversificación (las bases de proveedores, la producción y los socios de transporte)". En este contexto, según lo expuesto por la consultora las principales acciones para lograr ser más flexibles en la cadena de suministro incluirán el despliegue de estrategias nearshoring para impulsar plantas de producción más cercanas a la demanda, regionalizar las bases de proveedores y diversificar la base de fabricación (es decir, reducir la dependencia de una única región geográfica).

En referencia al nearshoring, cabe destacar que históricamente, las empresas han

buscado acceder a las mejores oportunidades de negocio para tener ventajas competitivas que las posicionen en el mercado. Por ello, a partir de la integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y la evolución del transporte internacional se propició la fragmentación de la producción en aras de la disminución de los costos asociados a ella. Fue así como las cadenas globales de suministro trasladaron los centros de producción a aquellos lugares geográficos que ofrecieran los menores costos propiciando el "offshoring".

Por cierto, durante un largo periodo el offshoring resultó ser una estrategia exitosa, sin embargo, a raíz de la pandemia se evidenció que la concentración de los centros de producción representaba un riesgo inminente, con lo cual el "nearshoring" ha reflatado como una estrategia coherente con los tiempos actuales. Así, no son pocos los que aseguran que el futuro de la globalización plantea la "desglobalización del principal centro fabril del mundo: China", con ello se propone una reconfiguración de las cadenas de suministro globales para evitar la dependencia de los proveedores ubicados principalmente en el continente asiático.

Continuando con la visión de los líderes empresariales, el reporte de Capgemini asegura que "las inversiones tecnológicas se perciben como una palanca de cambio para impulsar la reducción de costos y la transformación empresarial. Para capear la situación económica, las empresas están estudiando formas en que la tecnología puede contribuir a impulsar el crecimiento y crear valor económico ágilmente".

Según el informe, el 39% de los líderes entrevistados tiene previsto aumentar la inversión en tecnología en los próximos 12 a 18 meses, y una proporción similar tiene previsto mantenerla. "Los ejecutivos pretenden aprovechar la tecnología principalmente para ayudar a reducir costos y tomar decisiones más rápidas, aprovechando la nube, los datos y los sistemas de análisis", indica el reporte. Siempre en torno a las proyecciones empresariales en

torno a los riesgos que se visualizan para los próximos 12 meses, de acuerdo a la 25ª Encuesta Mundial de CEOs elaborada por la consultora PWC, publicada a fines de 2022, "el 73 % de los directores ejecutivos de todo el mundo cree que el crecimiento económico global disminuirá en los próximos 12 meses"; la sombría perspectiva de los líderes empresariales es, según los expertos de PWC, "la más pesimista que los CEO's han mostrado con respecto al crecimiento económico global desde que comenzamos a hacer esta pregunta hace 12 años y es una desviación significativa de las perspectivas optimistas de 2021 y 2022, cuando más de las tres cuartas partes (76% y 77% , respectivamente) pensaron que el crecimiento económico mejoraría".

En este contexto, según lo expuesto por los entrevistados, el impacto de la recesión económica es lo más importante para los directores ejecutivos este 2023, con la inflación (40 %) y la volatilidad macroeconómica (31%) liderando los riesgos que

pesan sobre los directores ejecutivos en el corto plazo, los próximos 12 meses, y durante los próximos cinco años.

Muy cerca, el 25 % de los directores ejecutivos también se sienten financieramente expuestos a riesgos de conflictos geopolíticos, mientras que los riesgos cibernéticos (20 %) y el cambio climático (14 %) han disminuido en términos relativos.

Considerando los riesgos geopolíticos que preocupan al 25% de los encuestados por PWC, el informe explica que la guerra en Ucrania y la creciente preocupación por los puntos críticos geopolíticos en otras partes del mundo han hecho que los directores ejecutivos reconsideren aspectos de sus modelos comerciales, y casi la mitad de los encuestados que están expuestos a conflictos geopolíticos integran una gama más amplia de interrupciones en sus modelos de planificación de escenarios y operaciones corporativas, ya sea aumentando las inversiones en ciberseguridad

o privacidad de datos (48 %), ajustando las cadenas de suministro (46 %), reevaluando la presencia en el mercado o expandiéndose a nuevos mercados (46 %) o diversificando su oferta de productos/servicios (41 %).

Con todo y a partir de lo expuesto en líneas precedentes, resulta determinante relevar el hecho de que los riesgos a los que enfrentan y enfrentarán las empresas y sus líderes supply chain en los próximos meses no pueden abordarse de forma aislada.

Por lo tanto, los directores ejecutivos deben continuar colaborando con una amplia gama de partes interesadas, tanto al interior de sus organizaciones como en el exterior, a nivel público y privado, a fin de mitigar de manera efectiva esos riesgos, generar confianza y valor a largo plazo.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: SCM/ESTRATEGIA LOGÍSTICA



Almacenaje | Automatización | Complementos



ALMACENAJE



AUTOMATIZACIÓN



COMPLEMENTOS



Descubre cómo ganar
eficiencia en tu operación
escaneando el código QR"



www.mindugar.cl

LÍDERES CON MÁS DE 50 AÑOS DE EXPERIENCIA

DISEÑAMOS, FABRICAMOS E
IMPLEMENTAMOS LAS MEJORES
SOLUCIONES INTEGRALES
PARA TU LOGÍSTICA

ventas@mindugar.cl +56 (2) 2870 7400 #mindugar

COMUNICACIÓN Y ANÁLISIS: LA SIMBIOSIS QUE APALANCA EL ÉXITO EMPRESARIAL



sarrolló una herramienta SaaS (Software as a Service) de diagnóstico y resolución automática de incidencias de clientes, para entregar altos niveles de eficiencia y satisfacción gracias a un planteamiento basado en la detección de la causa raíz de la interacción del cliente.

En tanto, la otra ganadora fue Getback, una startup que cuenta con un servicio SaaS & BPO (Business Process Outsourcing) que ayuda a organizar a todos los actores de la cadena de logística inversa y se compromete con el aumento de ventas, fidelización de clientes, mejora de márgenes de devolución y sustentabilidad.

Según Paul Trench, gerente comercial de EIT Logística, experiencia del cliente y rentabilidad son dos factores que deben relacionarse y fluir correctamente para dar viabilidad y proyectar el éxito de las empresas. ¿Cómo lograr el equilibrio? “Lo primero es lograr un entendimiento profundo de nuestros clientes. De esta manera, se logran identificar de mejor manera sus necesidades, para así ofrecer una mejor experiencia”, sostiene el ejecutivo.



Carolina Rey
Gerente de Nuevos
Negocios de Transvip

Escuchar activamente a los clientes y hacer grato su viaje de compra son algunos de los ingredientes que facilitan la rentabilidad y la diferenciación en el mercado. Ponerlos al centro y responder a sus demandas es la receta que comparte la mayoría en el mundo logístico.

En los últimos años, la innovación y la tecnología han pasado a ser protagonistas en el llamado “viaje del cliente”. Y es que escindir la rentabilidad de la satisfacción de los consumidores es imposible en estos días.

De hecho, para reconocer iniciativas relacionadas con servicios digitales capaces de satisfacer las necesidades de servicio y experiencia de sus consumidores en el

mercado B2B y B2C se realizó el Demo Day de la tercera edición de la convocatoria “Inventing the Future”.

Dicha iniciativa, impulsada por Entel, ChileGlobal Ventures y Fundación Chile incluyó gestión digital de devolución y cambio de productos; y gestión digital de solicitudes y reclamos que han resultado ser puntos críticos en el mundo logístico. Por lo mismo, una de las ganadoras de la convocatoria fue Schaman, compañía que de-

Lo anterior, implica prestar nuevos servicios para satisfacer las necesidades, generando una relación ganar-ganar que permite al cliente obtener un mejor servicio a través de un solo interlocutor y generar un mayor valor al prestar más servicios.

En segundo lugar, Paul Trench, destaca la comunicación activa y efectiva con los clientes, lo cual conlleva la solicitud de una retroalimentación continua que permite hacer los ajustes necesarios para mejorar la experiencia. Adicionalmente, el gerente comercial de EIT Logística valora el poder de los datos en la toma de decisiones. “Esto facilita el análisis del comportamiento de los clientes, las ventas y otras métricas que nos ayudan a identificar

¡ESTE 2023 LO COMENZAMOS EN GRANDE!



Ya completamente operativo nuestro **NUEVO** Parque Logístico Los Alerces con más 70 mil mts², consolidandonos en la zona industrial de ENEA.



Seguridad



Flexibilidad



Servicios



Conectividad



Innovación



Soporte

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

+ 56 22530 8000 contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

**BODENOR
FLEXCENTER.**
PARQUES LOGÍSTICOS

oportunidades, mejorando la experiencia y generando rentabilidad”, comenta.

En resumen, se requiere una combinación de estrategia, comunicación y análisis de datos para lograr este equilibrio entre experiencia y rentabilidad. “En la logística, hay tres grandes complejidades en relación con el viaje del cliente. La primera tiene que ver con las expectativas, donde a veces son poco realistas o cambiantes de parte del cliente, lo que puede tener un impacto directo en la experiencia de servicio; y la segunda con los cambios de último minuto que pueden ser difíciles de manejar e incluso de atender, si no se tiene el grado de flexibilidad para adaptarse rápidamente; la tercera -que es transversal a las dos primeras- tiene que ver con la comunicación o los malos entendidos”, explica Paul Trench.



Paul Trench
Gerente Comercial
de EIT Logística

CÓMO MEJORAR LA RENTABILIDAD

El gerente comercial de EIT Logística comparte seis recomendaciones que pueden ayudar a quienes se mueven en el mundo logístico a mejorar la rentabilidad.

16

1 Optimizar los procesos de distribución y entrega: una distribución eficiente puede ayudar a reducir costos y aumentar la productividad.

2 Utilizar tecnología y análisis de datos para tomar decisiones informadas: la tecnología y el análisis de datos pueden ayudar a identificar oportunidades de mejora y a tomar decisiones basadas en datos en lugar de suposiciones.

3 Establecer alianzas estratégicas y acuerdos de colaboración: las alianzas estratégicas y los

acuerdos de colaboración pueden ayudar a compartir costos y aprovechar sinergias.

4 Reducir el tiempo de almacenamiento y la rotación de inventario: disminuir el tiempo de almacenamiento y rotación de inventario puede ayudar a reducir costos y aumentar la eficiencia.

5 Mejorar la gestión de la cadena de suministro: una gestión eficiente de la cadena de suministro puede ayudar a reducir costos y aumentar la eficiencia.

6 Ofrecer servicios de valor agregado: servicios como el embalaje personalizado o los de seguimiento puede ayudar a generar ingresos adicionales.

“Para nosotros la experiencia del cliente en las entregas que realizamos está en el centro y foco de todo lo que gestionamos. Hacerlo bien y con dedicación nos lleva, en consecuencia, a entregar un servicio de alto nivel que represente y personifique de la mejor manera el sello de nuestros clientes en la entrega final de los productos”, señala Carolina Rey, gerente de Nuevos Negocios de Transvip.

Además, en la empresa procuramos mantener una buena comunicación y gestión con sus repartidores, a quienes consideran muy importantes en la tangibilización final del servicio. “También buscamos generar en su trabajo buenas experiencias y facilitar herramientas que impulsen eficiencias en los recorridos diarios que realizan y hacen posible que -con trabajo en equipo- logremos ofrecer niveles de servicio por sobre un 98,7% en forma sostenida”, añade la ejecutiva.

Lo anterior, genera una rentabilidad sana en una compañía que tarifas y pagos sean acordes al mercado, tanto para clientes como para conductores. “Creemos firmemente en que hacer nuestro trabajo de forma impecable, nos lleva a mantener nuestra posición, a fidelizar y captar nuevos clientes; y a mantener y sumar a

nuestra red de repartidores a los mejores, alcanzando por tanto un crecimiento sostenido año a año”, dice Carolina Rey.

LOS SECRETOS DEL ÉXITO EN EL B2B

La pandemia no solo provocó un aumento significativo en el uso del comercio electrónico en el sector B2C -entre el negocio y el consumidor- sino también en el segmento B2B, es decir, entre empresas. De hecho, según un estudio de Statista, el mercado global de comercio electrónico entre compañías ya había alcanzado los \$US 14,9 billones en 2021, lo que representaba cinco veces más que el volumen movido en el mercado hacia el consumidor final.

“El COVID-19 ha tenido un gran impacto en este segmento, acelerando la adopción de las compras en línea y cambiando la forma en que las empresas venden productos, siendo algunos de los cambios más notables, el aumento de la demanda, flexibilidad en sus métodos de compra y entrega, adopción de distintas tecnologías en línea y una mayor importancia a la atención al cliente”, dice Sergio Gajardo, director comercial de Brandlive by Infra-commerce.



Sergio Gajardo
Director Comercial de
Brandlive by Infra-Commerce

Y la tendencia continúa en aumento, tal como reveló la encuesta “Future of Sales” realizada por Gartner, que estimó que para 2025 el 80% de las interacciones de ventas B2B se realizarán a través de canales digitales. Lo anterior, se debería, principalmente, a los cambios en los hábitos de los consumidores.

No obstante, el avance es distinto en América Latina, pues el modelo de plataforma B2B se encuentra hoy en el punto en que estaba el B2C hace 10 años.

En el caso de Chile, por ejemplo, se vive una evolución que se caracteriza por el surgimiento de ecosistemas omnicanal sofisticados, con uso de Business Intelligence, Big Data, soluciones de IA, CRMs personalizados, red logística completa y entrega ultrarrápida. Todo esto con el objetivo de ofrecer una experiencia de compra superior y mejorar la toma de decisiones y la automatización.

En este sentido, los analistas predicen una ola de digitalización B2B en los próximos años, aumentando la penetración del segmento al 9% del total, tras lo cual Sergio Gajardo subraya al menos cuatro factores de éxito a tener en cuenta:

1 Los precios, las promociones y la relevancia son elementos clave para la adopción en línea en la etapa inicial por parte de clientes y proveedores. Los clientes deben ver claros beneficios y ventajas al comprar en línea

2 Los clientes son el enfoque principal, pero las necesidades de los distribuidores y representantes de ventas deben tenerse en cuenta en el diseño de cualquier solución.

3 Los puntos de venta deben encontrar recursos valiosos que satisfagan sus necesidades. Los programas de lealtad, el reembolso y las soluciones financieras pueden ser el mayor diferenciador en la retención de clientes.

4 Toda la cadena de valor debe trabajar en conjunto con el cliente en el centro de las decisiones. La entrega de un nivel excepcional de servicio es esencial para el éxito del mercado y la lealtad de su base.

En relación con los proveedores, entre las características que más buscan figura la necesidad de crear una vitrina de productos con un catálogo completo y detallado, que todo se procese mediante una

navegación intuitiva para los compradores. Adicionalmente, las plataformas B2B deben garantizar un robusto soporte en back-end para ayudar a impulsar las solicitudes y las ventas, prediciendo con precisión la demanda y planificando el surtido futuro.

“En conclusión, el éxito en el comercio electrónico B2B se basa en la capacidad de las empresas para entender y satisfacer las necesidades de sus clientes mediante procesos de compra y entrega eficientes, una experiencia de compra personalizada y un servicio al cliente excepcional.

Además, el uso de tecnologías avanzadas como Inteligencia Empresarial, Big Data e inteligencia artificial son fundamentales para mejorar la eficiencia, la toma de decisiones y la competitividad”, concluye Gajardo.

DESAFÍOS 2023

Al menos seis son los desafíos que identifica Paul Trench, gerente comercial de EIT Logística, para este año:

Cambio climático y sostenibilidad: La logística se enfrentará a la necesidad de

reducir su huella de carbono y de adoptar prácticas sostenibles.

Volatilidad de los precios de la energía: Los precios de la energía, especialmente el petróleo, pueden ser volátiles y tener un impacto significativo en los costos logísticos.

Escasez de mano de obra: La falta de mano de obra calificada puede ser un desafío para la logística, especialmente en áreas con una tasa de desempleo baja.

Cambios en los patrones de consumo: Los cambios en los patrones de consumo, como el aumento del comercio electrónico, pueden requerir una reevaluación de los procesos de distribución y entrega.

Mayor regulación gubernamental: La mayor regulación gubernamental, especialmente en materia de medio ambiente y seguridad, puede tener un impacto en los costos logísticos.

Mayor demanda de transparencia: Los consumidores y las empresas demandan cada vez más transparencia en la cadena de suministro, lo que requerirá una mayor trazabilidad y transparencia. ■



Hoy, los líderes de la supply chain deben enfocarse en contener los riesgos en sus cadenas de suministro y hacerlo en un contexto muy cambiante y volátil. Para colmo de males, muchos de estos ejecutivos enfrentan estos riesgos mientras lidian con los excesos de inventarios que se generaron durante la pandemia; con los cambios en los patrones de consumo y la pérdida del poder adquisitivo generado por las presiones inflacionarias; sin contar con eventos disruptivos de orden geopolítico, sociales y medioambientales que -dicho sea de paso- están a la orden del día.

En vista de lo anterior, el contexto interno y externo (de las organizaciones) deberá ser fuente esencial a la hora de desarrollar las estrategias de compras a fin de adelantarse a los posibles riesgos o interrupciones. Al mismo tiempo, la gestión de proveedores juega un papel fundamental en este sentido, ya que permite a las empresas crear una cadena de suministro de proveedores precualificados y supervisar su exposición a las amenazas; permitiendo a los departamentos de compras actuar y adaptarse al contexto externo.

En este contexto, cabe destacar lo expuesto por Andrés Vacarezza, experto en materias de aprovisionamiento y cadena de suministro, en el marco del webinar “Mejores prácticas para la previsión de la demanda y la planificación del inventario para 2023”, evento en el cual sostuvo que hoy en día hay dos temas ineludibles en la agenda de los líderes de cadenas de suministro: la integración y la visibilidad.

Al respecto Vacarezza sostuvo que “en primer lugar, los directores están muy preocupados en mejorar la integración entre la cadena de suministro y la estrategia comercial para asegurar el cumplimiento de los niveles de servicio definidos (en la oferta de servicios) y hacerlo a un costo adecuado”, agregando que si bien esta es “búsqueda tradicional” de los líderes de la cadena, “lo cierto es que hoy en día, con mucho más énfasis, con mucho mayor hincapié se busca que los

PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA, NADA ES IGUAL QUE AYER...



Los trastornos en las cadenas de suministro globales están lejos de disminuir en 2023; razón por la cual las empresas deberán reconsiderar sus actuales estrategias de aprovisionamiento y planificación de la demanda, considerando que las interrupciones que se avizoran pueden alcanzar una magnitud insospechada con una velocidad indeterminada.

segmentos de clientes homogéneos, con el mismo comportamiento, tengan muy bien definida toda su estrategia de cadena de suministro en términos de inventarios, de distribución, de prioridades para la producción y comercialización y de esta manera entregar un mejor servicio, a un costo adecuado”.

“En segundo lugar – expuso Vacarezza – está la necesidad de aumentar la visi-

bilidad y la precisión de los pronósticos a través de la mejora en los procesos de recopilación de información y la gestión de datos, tendiendo hacia la digitalización de las interacciones con los principales socios comerciales que son nuestros proveedores y los clientes”, según el experto, se requiere contar con la visibilidad necesaria “de extremo a extremo” en la cadena de suministro para mejorar todos planes futuros.

LLEGÓ

TU PARTNER LOGÍSTICO

**¡Te apoyamos de
principio a fin!**

Conoce nuestras **Unidades
logísticas** para tu **empresa**
o **e-commerce**



📍 | Puerto



📍 | Cargo



📍 | Warehouse / Industria



📍 | Primera Milla



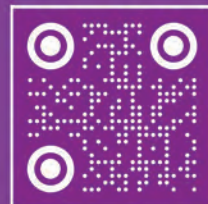
📍 | Retail o Consumo Masivo

📍 | Última Milla

📍 | Cliente Final



Conoce más en www.llego.cl



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

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

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

Llego



En torno a los procesos de planificación de la demanda, Vacarezza indicó que la imprevisibilidad de los proveedores y la gestión de datos de ventas históricas, son dos de los factores más importantes a la hora de mejorar las proyecciones y reducir los riesgos en el abastecimiento por parte de los proveedores. En este contexto, el experto abordó ambos factores, al tiempo que definió las mejores prácticas que los líderes del área pueden implementar para consolidar una exitosa gestión.

LOS PROVEEDORES EN LA MIRA

Así, en lo referido a la Imprevisibilidad de los Proveedores, Vacarezza indicó que “existen muchas fuentes de incertidumbre en la cadena de suministro, pero últimamente la más frecuente es la falta de cumplimiento y visibilidad del desempeño futuro de los proveedores”. Entre los casos más comunes (de esta imprevisibilidad) se encuentran, por ejemplo, el que los proveedores cumplen con las cantidades pactadas, pero no con las fechas de entrega, o que en la fecha requeridas no cumple con la entrega total, lo que deriva en búsqueda de nuevas fuentes de abastecimiento y en el ajuste de los planes de demanda.

De acuerdo con lo descrito por el experto, entre las mejores prácticas para lidiar con la imprevisibilidad de los proveedores, se cuentan: “destinar los recursos para hacer un seguimiento y activación de los pedidos, al menos con los proveedores más críticos o con aquellos que tienen un nivel de desempeño bajo”. La idea es dedicar recursos y seguimiento al monitoreo de los pedidos para identificar cualquier atraso y poder reaccionar de manera oportuna; manteniendo un esquema de comunicación interna lo más actualizado posible.

Según especificó el analista, cada vez que se detecte un cambio en las cantidades o fechas de entrega por parte de uno o más proveedores será determinante actualizar dicha información en los sistemas de gestión de la compañía (ERP), “porque esta

será la única fuente de datos válida para que podamos mejorar la comunicación a nivel interno”. De esta forma – explicó Vacarezza– se rompe con estructura de trabajo “en silos”.

“Para mejorar la comunicación interna es necesario volcar toda la información disponible, principalmente la que se refiere al estatus de los pedidos de los proveedores, en nuestro sistema de gestión, creando la oportunidad de que cada responsable de área sea capaz de consultar la información por sistema y mantener actualizados sus planes operativos”, explicó Vacarezza, agregando que la información contenida en el sistema de gestión debe actualizarse -también- en los sistemas de planificación “para tener información vigente y actualizada a fin de que las proyecciones, realmente, cumplan con los objetivos planteados en la demanda”. En este punto, Vacarezza enfatizó que “siempre será mejor tener los datos actualizados desde el origen, es decir, desde el sistema de gestión porque de esa forma se puedan generar planes operativos bien alineados”.

Consultado sobre ¿Cómo mejorar la comunicación con los proveedores para que entiendan los requerimientos de la empresa y se anticipen a ellos?, Vacarezza manifestó que una de las buenas prácticas que se recomiendan es sincronización de los pedidos. “En lugar de colocar requerimientos al proveedor todos los días, a cualquier hora; podemos hacerlo de manera consolidada, un día a la semana con una frecuencia que esté previamente acordada con ellos, y no me refiero solamente al pedido inmediato, sino también a los pedidos dentro de un horizonte de planeación que también se acuerde previamente con el proveedor”.

Según explicó el analista, para implementar esta práctica se debe pasar de un esquema tradicional de mínimos y máximos a una estrategia de reposición periódica. En este punto sostuvo que, si bien la estrategia de reposición periódica puede implicar un alza en los costos debido a los mayores niveles de inventario, igualmente resultaría rentable, considerando que

dichos costos se pueden compensar con la reducción del riesgo en el abasto y la limitación de los costos relacionados con la reacción cada vez que se generan faltantes por parte del proveedor.

DE LAS VENTAS HISTÓRICAS

En lo referido a la gestión de las interrupciones en la información de ventas históricas, Vacarezza explicó que en los últimos 2 años las ventas de las empresas se han visto impactadas por distintos factores, lo que, en algunos casos, ha generado una suerte de ‘contaminación’ en los datos de ventas históricas, que resultan ser muy poco representativos de la situación futura como para ser fuente de cálculo precisa para las proyecciones de la demanda.

Teniendo en cuenta lo expuesto, según el experto, los planificadores de la demanda no deben perder el tiempo en la confección de bases de datos, argumentando que este proceso debe ser automatizado transversal. De esta forma, el “planificador” podrá enfocarse en “ejecutar la tarea que realmente tiene que desarrollar”, que nos es otra más que analizar las ventas históricas y determinar las proyecciones futuras a partir de datos certeros y confiables, obtenidos a partir de un proceso colaborativo dentro de la organización.

En este punto explicó que cada vez que la categoría de productos analizada “no sea confiable, necesitaremos tomar la decisión de adaptar el modelo estadístico o cambiar el enfoque de la planificación”. Entonces, muchas veces será mejor hacer una planificación a un nivel de jerarquía superior para luego, hacer la desagregación de esa demanda en todos los ítems de planificación o SKU's van a recibir una proyección. Ahora bien, cabe destacar que tanto la imprevisibilidad como la problemática de las ventas históricas son sólo algunos de los escaños a sortear en materia de Planificación de la Demanda; una tarea que sin duda experimenta y seguirá experimentando rotundos desafíos en los meses venideros. ■

ARRIMAQ

LOS DATOS CORRECTOS PARA
LAS DECISIONES CORRECTAS

WWW.ARRIMAQSTORE.CL

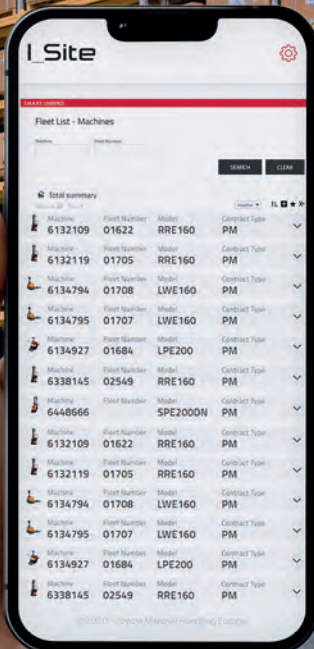


RAYMOND

Fronius

FARM
RESEARCH CENTER

BRAMI
PLATFORMS



I_Site
STARTER

I_Site
STARTER

POR: CAROLA HIDALGO

SEGURIDAD, EL VERDADERO DOLOR DE CABEZA DE LOS CENTROS DE ALMACENAMIENTO



22

Una seguidilla de hechos delictuales han afectado a importantes centros comerciales y de almacenamiento, cuestionando qué tan efectivos están siendo las medidas o la seriedad gubernamental con la que se estudia este asunto. Desde los centros, la mirada parece ser más crítica, donde los cambios e implementaciones en las tecnologías y los procesos asoman como una herramienta y una verdadera aliada para enfrentar estos hechos. Brink's, Danco y Gallagher Security analizan el tema según su experiencia.

A lunizajes, armas, disparos, turbas. Los asaltos a bodegas, centros comerciales y de almacenamiento de distintos tipos de negocios está dando de qué hablar. Comunas como Pudahuel, Renca, San Bernardo y Quilicura son las

ubicaciones favoritas de los antisociales, quienes incluso realizan el asalto con personas al interior de las instalaciones. Personas que no tienen la culpa de la evidente crisis de seguridad que se vive a nivel nacional. El tema nace a partir de varios malos recuerdos de centros comerciales y

centros de distribución. Imposible olvidar lo vivido por Mercado Libre en diciembre 2022, cuando cerca de 20 delincuentes, aparentemente con armamento de guerra, asaltaron su bodega en Renca, quemando vehículos en la vía pública, lanzando miguelitos para evitar la persecución y dejando a nueve trabajadores heridos.

Al día siguiente, el director ejecutivo de la multinacional argentina, Alan Meyer, reflexionó sobre lo ocurrido por medio de un video: "Lo sufrido refleja una realidad que no podemos ni debemos eludir. Estamos en presencia de un problema grave de seguridad pública nacional, porque no somos los primeros y sabemos que tampoco seremos los últimos en sufrir un robo con violencia como el que sufrimos y fuimos víctimas. Esto nos preocupa, porque al fin y al cabo es toda la sociedad chilena, pujante, impulsada por el esfuerzo personal y el colectivo, y también por la paz social, la que vive hoy una creciente sensación de inseguridad. No es justo ir a trabajar y que pasen situaciones como esta", señaló.

El tema está tan latente que en enero de este año, los principales gremios del comercio del país, incluido Mercado Libre, hicieron un llamado al Gobierno a reforzar la seguridad. En relación a los violentos robos ocurridos en distintos malls de Santiago, el vicepresidente de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), José Pakomio, señaló que "vemos con horror cómo los centros comerciales están siendo víctimas del mismo flagelo que afecta a todo el país. El centro comercial es un vecino más de la ciudad, es tan víctima como el resto de los otros espacios, entonces el tema no es si los privados son o no seguros, sino que la delincuencia se desató y se infiltró en todos los espacios de la vida cotidiana".

Ante este escenario delictual, Brink's ha tomado las precauciones necesarias de manera preventiva para anticipar los hechos delictuales que afectan a la industria. El desafío va más allá de la seguridad de las instalaciones de la compañía y de sus colaboradores, sino que también la segu-

ridad de las instalaciones de los clientes. “Existen protocolos para nuestros trabajadores y todas nuestras instalaciones. Contamos con un Centro de Capacitación, Aprendizaje y Desarrollo, donde formamos a nuestros trabajadores, asegurando desde una mirada técnica que exista una formación y un estándar común que se traduce en el pensar y el actuar de toda la compañía, poniendo en el centro la seguridad como valor principal. Es una formación y entrenamiento que se le entrega a cada trabajador y que se verá reflejado en un comportamiento seguro y preventivo”, explica Eduardo Sueyras, director de seguridad de Brink’s. Ante eventos de seguridad, Brink’s activa los protocolos diseñados para tales efectos, y así, atender a clientes, consumidores y trabajadores con un constante aprendizaje, otorgando un mejor servicio.

TECNOLOGÍA A LA ORDEN **DE LA SEGURIDAD**

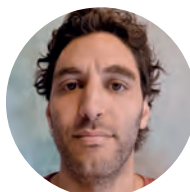
La parte humana es primordial para cubrir lo afectivo, lo que apela a las emociones de las víctimas. Pero lo que tampoco puede faltar es tecnología efectiva aplicada a las empresas para reforzar este tema. “La delincuencia está al día en términos de intentar vulnerar cualquier sistema, por eso debemos ser preventivos antes que reactivos”, advierte Andrés de la Ossa, Ingeniero de sistemas y gerente de desarrollo de negocios técnico de Gallagher Security para LATAM.



Eduardo Sueyras
Director de Seguridad
en Brink's

Para la empresa neozelandesa es importante entregarle a sus clientes el quién, cuándo, dónde y por qué. Para esto, “garantizamos que las personas que ingresan a un lugar son las que deben estar y que están cumpliendo con las políticas de cada cliente, con el fin de evitar la suplantación

de personal. En estos aspectos estamos en procesos con empresas del sector retail y minero, como BHP, Coca-Cola Andina, Walmart y Methanex, compañías que son de diferentes verticales pero que pueden padecer de cualquier tipo de delincuencia”, detalla de la Ossa.



David Furman
Director Ejecutivo
en Empresas Danco

Según el experto, los principales dolores que tienen sus clientes en temas de seguridad están relacionados al cumplimiento de reglas básicas de acceso al lugar por parte de los colaboradores, es decir, “que se garantice que la persona que está ingresando sea realmente la que ingresó y que no fue suplantada. En ese aspecto, utilizamos diferentes tecnologías para hacer cumplir las reglas de negocio de cada cliente: doble autenticación, biometría, video analítico y autenticación del personal mediante su dispositivo celular. Blindar su almacén, sus oficinas u otras dependencias también es posible con las últimas tecnologías en alarmas de intrusión, control de acceso, cerramiento perimetral e integración de video”, explica de la Ossa.

El ingreso y salida de las personas pareciera ser algo básico, pero es tremendamente fundamental para mantener un análisis de la seguridad del lugar, además de saber a la perfección quiénes trabajan en él. El control de acceso se transformó en una necesidad y bien lo saben en Danco. “No hay nadie que entre al centro que no esté enrolado”, David Furman, director ejecutivo de la empresa, es categórico: “Si no lo está, no entra. Somos bien estrictos en eso y es un beneficio para los clientes.

Para ello, implementamos tecnología de lector de carnet de identidad y estamos pensando en complementarla con lectores de patentes. Una mejora de protocolo es que toda la gente que venga en el auto –y no solo el conductor enrolado, por ejemplo- se baje, pase por el torniquete

con sus respectivas cédulas y vuelva a subirse. También contamos con cámaras de circuito cerrado que están monitoreadas por los guardias y por una central que está afuera, en otra propiedad. Esa persona que está revisando todas las cámaras es quien tiene más tranquilidad y tiempo para gatillar los protocolos de seguridad ante algún acto delictual. Ese doble control de las cámaras permite tener control de la situación alejado del conflicto”, detalla Furman.



Andrés de la Ossa
Ingeniero de Sistemas y
Gerente de Desarrollo
de Negocios Técnico de
Gallagher Security para
LATAM

Según el director ejecutivo de Danco, cuando un cliente decide arrendar una bodega primero se fija en la ubicación y luego en la seguridad. Tras su experiencia, dice que preguntan mucho por la sala de monitoreo, los protocolos y la tecnología con la que cuenta el lugar, “incluso se fijan si hay lomos de toro con púas, que también los tenemos. Al leer el carnet, se bajan las púas y pasa el auto”. Esta última medida la tomaron luego de lo vivido por Mercado Libre, a quienes les entraron a robar ingresando por las barreras de entrada.

TECNOLOGÍA, UNA ALIADA **PARA COMBATIR LA DELINCUENCIA**

Permite hacer seguimiento, entregar alertas, enviar y recibir información en tiempo real, controlar los accesos del personal y tomar medidas preventivas en los centros de monitoreo, entre otras ventajas. La tecnología es una aliada a la hora de combatir la delincuencia en los centros de almacenamiento. Mejor aún si se exploran nuevas tecnologías que aporten y puedan ser integradas al negocio, como la Inteligencia Artificial, el Internet de las cosas o el uso de drones. En el caso de Brink’s, además de los servicios de transporte de

valores en camiones blindados, “estamos ofreciendo servicios con tecnología innovadora, lo que significa un menor riesgo para clientes y trabajadores”, explica Sueyras. Cuentan con medidas tecnológicas de alto nivel presentes en servicios depositarios, como Brink’s Complete, el cual posee tecnología y dispositivos creados y diseñados ciento por ciento por la compañía.

“Estos dispositivos son cajas seguras e inteligentes, donde el cliente deposita su dinero y Brink’s lo protege de manera física, tecnológica, digital y online. Con esta nueva tecnología, la persona asegura sus recaudaciones, disminuyendo el riesgo de ser manipuladas por terceros. Con esto demostramos que más allá del qué, es el cómo nos tomamos la tecnología y la transformamos en una solución que transfiere el riesgo del cliente y es administrado por nosotros”, sentencia.

DESAFÍOS 2023 EN SEGURIDAD

Año nuevo, seguridad nueva. ¿Cómo enfrentar este importante tema en un año que pareciera ser tan desafiante en términos económicos y sociales? “Para este 2023 en Chile esperamos seguir expandiéndonos en el sector minero e ir ingresando a nuevos mercados, como el retail o los servicios bancarios. Además, estamos sumando a nuestros sistemas la biometría facial bajo la certificación NIST, la cual garantiza un alto estándar de ciberseguridad y que se complementa con nuestros certificados en dicho tema para mayor tranquilidad de todos nuestros clientes”, explica de la Ossa con respecto a Gallagher Security.

Sumado a esto, también está disponible el nuevo hardware de control de acceso, llamado controlador C7000, el cual está diseñado para simplificar el control de acceso en lugares donde es complicado realizar una instalación compleja. “A nivel de nuevos clientes para la región, estamos trabajando con Copa Air en Panamá, el Aeropuerto de las Américas en República

Dominicana, PepsiCo en Puerto Rico, Nutrien en Argentina y Brasil y concesionarios de Tesla en México”, sentencia.

Por su parte, y para este 2023, Brink’s estará reforzando la seguridad operativa e incluyendo más capacidad preventiva, de tal forma de anticipar hechos o posibles hechos que los puedan afectar. “Por otro lado, estamos realizando estudios para la mejora en nuestros equipamientos de protección personal. También contamos con nuestro Centro de Capacitación, Aprendizaje y Desarrollo como parte de la mejora continua, donde realizamos capacitaciones y cursos en constante actualización. Además, reforzamos el continuo trabajo con instituciones, autoridades y otras redes de conexión, no solamente administrativas, sino que operativas a disposición de nosotros para incrementar la capacidad de prevención y respuesta, que son nuestros focos, reaccionando adecuadamente si es que se activan los protocolos”, cuenta Sueyras.

Es cierto, los desafíos siempre están presentes. Pero para este 2023, el enfoque para combatir la delincuencia debiera ser ayudar a los clientes a diseñar un sistema en conjunto que cumplan con las expectativas en materia de seguridad, capaz de proteger lo que más le interesa a cada uno.

Durante la primera quincena de enero 2023, y frente a un nuevo “turbazo” realizado en bodegas de Quilicura, el subsecretario del Interior, Manuel Monsalve, hizo alusión a que el combate de este tipo de delincuencia, no es tan solo responsabilidad del Gobierno en la toma de ciertas medidas, sino que también es trabajo de las empresas reforzar su seguridad: “En todo lugar donde hay almacenados bienes de alto costo, que pueden implicar 100, 200, 500 y a veces 1000 millones de pesos almacenados en un solo lugar con bajas medidas de seguridad, sin duda se transforma en una oportunidad para la comisión del delito”, señaló.

Desde Danco, David Furman señala que “el tema de la seguridad ante tanto robo

es un problema país, no es solo del mundo de la logística y de los centros de distribución o almacenamiento. La seguridad es, sin duda, el factor con mayor relevancia para las personas. Nosotros podemos tener clientes que van con camiones escoltados por la carretera que, luego de cierto tramo, los sueltan. Una cosa es lo que podemos intentar hacer de manera local, como centro, pero el problema viene desde algo mucho mayor”, concluye.

ACCIÓN PÚBLICO-PRIVADA

La situación que enfrenta la industria logística en cuanto a su seguridad no pasa inadvertida para ninguno de los actores involucrados, públicos, privados y policiales. El análisis de las situaciones delictuales vividas obliga a los sectores a trabajar en conjunto en aras de buscar soluciones que aporte a la seguridad y, en ese sentido, uno de los puntos acordados es el “atractivo” que tiene el mercado electrónico y tecnológico para los delincuentes, principalmente, por su rápida reducción.

Según la encuesta de “Robos a la carga en la industria logística 2019 -2022”, elaborada por la Asociación Logística de Chile (Alog) con información entregada por empresas del rubro logístico, portuario, extraportuario y de transportes que operan a nivel nacional, confirma lo anterior, señalando que el 25% de los productos robados corresponden a Tecnología y Línea Blanca y en cuanto a la distribución de los robos informados a nivel nacional, la Región Metropolitana encabeza la lista con el 43% de los hechos.

Ante esta situación entre en vigencia una medida impulsada por la industria logística: “Bloqueo IMEI”, que busca implementar el bloqueo de equipos celulares, previo a su comercialización, de modo que queden inutilizados en caso de robo desde sucursales, bodegas o durante el traslado con la finalidad de desincentivar el robo de estos equipos. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: SCM/ALMACENAMIENTO



OPERADOR LOGÍSTICO MULTI-INDUSTRIA

FULFILLMENT

**¡VENDE MÁS Y OBTÉN
UNA TARIFA PLANA!**

Despacho 24-48 Hrs. en RM

**Flexibilidad operacional -
tecnología**

**Operador robusto
multicategoría y multicanal**

Canal B2C, B2B y última milla



FARMA Y COSMÉTICA

**Almacenamiento de dispositivos
médicos, medicamentos y cosméticos**

**Monitoreo de temperatura y humedad
24/7 mediante software**

Certificación trinorma ISO

Sistema en línea de control de stock



DESDE LO MÓVIL A LO SOCIAL. LOS HITOS QUE MARCARON EL ECOMMERCE 2022

Ahora bien, en la comparativa anual, cabe destacar que durante 2022 el comercio electrónico sufrió una especie de “ajuste” respecto de 2021 (MMUS\$11.967), marcando una caída en las ventas del 8%. Entre los factores de esta baja se cuentan: el levantamiento de las restricciones sanitarias, que generó el retorno de los consumidores a las tiendas físicas; y la disminución de los ingresos de los hogares y el consumo, debido a los altos niveles inflacionarios y de tasas de interés; a lo que se suma la alta base de comparación que representó el año 2021.

No obstante, si bien las cifras de venta online en 2022 pudieron ser mejores, lo cierto es que el año recién pasado también dejó importantes y positivos hitos a nivel tecnológico, logístico y de consumo que impactaron y seguirán impactando la performance del comercio electrónico a nivel nacional. A continuación, revisemos algunos de estos hitos 2022.

El denominado m-Commerce es el término que hace referencia a aquellas transacciones o compras online realizadas a través de un dispositivo móvil, bien a través del navegador o bien a través de una app,

tendencia de consumo que según diferentes reportes se afianzaría durante 2022.

En este plano, según lo proyectado, a inicios de 2022, por la consultora digital Americas Market Intelligence (AMI) en referencia a la performance del comercio electrónico en Chile; “el 58 % del volumen de ventas por comercio electrónico chileno, en 2022, se atribuiría a compras por dispositivo móviles (smartphones), mientras que el 42% se realizaría a través del computador o laptop.

Lo propio indicó el reporte “e-Commerce en Chile” de la consultora BlackSip, que proyectó un aumento en compras móviles en Chile, indicando que “atrás quedaron los años donde la lucha entre escritorio y móvil era pareja y el cambio de paradigma estaba en el horizonte. Hoy día es una realidad: los usuarios de internet acceden principalmente a través de dispositivos móviles, transformando así el tipo de contenido que consumen, las plataformas con las que interactúan, sus expectativas sobre la experiencia al cliente y mucho más”.

¿Cómo se comportó esta tendencia? Según datos aportados por

Reprise Commerce y Kantar durante el webinar “LATAM Shopper: Entendiendo el comportamiento online del consumidor latinoamericano”, durante 2022, el 57% de las compras online se realizaron a través de un dispositivo móvil, siendo las personas de la Generación Z, así como Millennials de hasta 44 años, quienes “se sienten más atraídos por las compras online y de manera generalizada, usan -para este propósito - smartphone”

Otro dato interesante, respecto a la penetración del m-Commerce lo aporta la encuesta de Cadem: “el Chile que Viene”, publicada durante el 3er. trimestre de 2022, en la cual el 51% de los encuestados se declaró “adicto a su smartphone”. El estudio, que se realizó en base a 1.655 entrevistas; también reportó que, casi la mitad de los entrevistados (40%) indicó que compra online a través de su smartphone, relevando que en promedio cada persona es usuaria, a través de su teléfono celular, de 4,7 canal es de venta online. Encuesta de Cadem también entrega otro dato relevante: “En promedio, las personas destinan el 62% del tiempo “al teléfono” a uso personal, mientras que el 38% del tiempo restante se destina al plano laboral.



A partir de 2020, a raíz de la Pandemia del Covid-19, las ventas del comercio electrónico en Chile experimentaron un crecimiento exponencial. Las cifras oficiales así lo confirman. De acuerdo a las estadísticas y proyecciones publicadas por la Cámara de Comercio de Santiago, en términos reales, las ventas online B2C en 2019 alcanzaron los US\$ 6.079 millones de dólares, registrando un nivel de participación (penetración) en las ventas minoristas del 7,4%; mientras que para el cierre de 2022 se proyecta un total de ventas de, aproximadamente, US\$ 11.010 millones de dólares, con un incremento del 1,7% en el nivel de penetración en las ventas minoristas, respecto de 2021 (13%), un margen de proyección menor al esperado, debido a la actual recesión económica.

Los datos precedentes, sin duda están en el radar de los grandes minoristas, e-tailers y marketplaces del país, desde hace un tiempo; llevándolos a fortalecer su estrategia “móvil” en el canal online; obteniendo importantes resultados durante 2022.

En esta línea, cabe destacar lo hecho por Cencosud, para su marca Paris, que en julio de 2021 lanzó su App de Compra, con el fin de adaptarse a las necesidades del consumidor actual, que exige cada vez más experiencias multiplataforma. Según lo indicado por la compañía, durante el lanzamiento oficial de la herramienta, para 2022 se esperaba que un 40% de las transacciones online se realizaran a través de dicha plataforma. Ahora bien, según lo reportado por la compañía a fines de 2022, la aplicación de Paris ha tenido un crecimiento cercano a un 42% a un año de su lanzamiento, debido a que los clientes la prefieren por su “acceso inmediato”. Según la compañía, a diferencia de un usuario que realiza sus compras a través del sitio web, quien usa la app Paris se distingue principalmente por su frecuencia de compra y exigencia en términos de entregas.

De hecho, a un año de su lanzamiento, la aplicación de Falabella.com aumentó en más de 60% la cantidad de descargas. Según datos publicados por la compañía, los usuarios de la plataforma buscan una “experiencia mixta, omnicanal”; al tiempo que dan gran relevancia a la opción de retiro “click and collect”.

Otro caso de éxito en materia de estrategias m-Commerce lo ostenta: Falabella, compañía que en agosto de 2021 concretó la puesta en marcha de la nueva versión de su sitio de comercio electrónico y App (falabella.com). a partir de un -inicialmente controversial- cambio de imagen corporativa, la nueva web de la compañía bus-

caba brindar a los usuarios la posibilidad de encontrar, en un solo lugar, un amplio surtido de productos comercializados por sus diversos comercios: Falabella, Sodimac y Tottus, además de artículos comercializados por miles de pymes, a través de su Marketplace: Linio.

El éxito de la estrategia de Falabella ha sido rotundo. De hecho, a un año de su lanzamiento, la aplicación de Falabella.com aumentó en más de 60% la cantidad de descargas. Según datos publicados por la compañía, los usuarios de la plataforma buscan una “experiencia mixta, omnicanal”; al tiempo que dan gran relevancia a la opción de retiro “click and collect”. Finalmente, en torno al rango etario que utiliza la aplicación para realizar sus compras online, Falabella ha indicado que la penetración es mayor en el segmento “adulto – joven”, que va entre los 21 y 40 años; que representan más de la mitad de sus clientes activos en la aplicación. Otro dato interesante es que el 65% de los usuarios de la App son mujeres.

EL BOOM DE LAS BILLETERAS DIGITALES

No cabe duda de que el uso de billeteras digitales en Chile y todo LATAM ha crecido exponencialmente durante los últimos años. De hecho, según un estudio de The Global Payments Report, el uso de billeteras digitales creció un 43,5 % en 2020 y se prevé que para el año 2024 sean el medio de pago más utilizado por delante de las tarjetas de crédito, alcanzando una cuota de uso del 31,2 % de las transacciones e-Commerce”.

Por este motivo, el número de empresas que ofrecen este servicio tampoco ha parado de crecer. Desde FPay o Mercado Pago hasta Xhipu o WebPay, se trata de billeteras digitales que ofrecen un gran número de ventajas, entre las que destaca la sencillez de pago en ecommerce y comercios físicos, sus bajas comisiones o la rapidez y la seguridad en las transac-

ciones. Según el prestigioso centro estadístico Statista, durante 2022 las billeteras digitales adquirieron gran popularidad como opciones de pago en el comercio online; popularidad que irá en ascenso en 2023. En esta línea, desde la consultora aseguran que “esta tendencia de los pagos digitales desplazará las transferencias bancarias. Aun cuando estas pueden hacerse de forma virtual, el procedimiento es diferente al de las billeteras digitales. Además, hay que sumar el hecho de que la población joven es la más interesada en comprar online.”

Al mismo tiempo, según el XI Informe de Tendencias en Medios de Pago de Minsait Payments, Chile se instala como uno de los países LATAM con mayor penetración de uso de billeteras digitales y agregadores de tarjetas, con un nivel de incremento del 31% en 2022.

Considerando lo anterior, cabe preguntarse ¿Cuáles son las Billeteras de pago más utilizadas en Chile? De acuerdo con el área Empresas de Entel, las BP más populares a nivel nacional durante 2022 fueron:

Fpay. Desarrollada por el Banco Fallabella, se trata de un monedero online que permite a los usuarios transferir, recibir y almacenar dinero de forma segura. FPay está disponible tanto para dispositivos Android como iOS y puede ser utilizado tanto para pagos en tiendas físicas como en línea. Otra de las ventajas que ofrece esta billetera digital es la posibilidad de realizar pagos en cuotas sin interés y el hecho de que no requiere de una cuenta bancaria, lo que la convierte en una opción ideal para aquellas que quieren comprar online sin complicaciones.

Mercado Pago. Esta app de Mercado Libre es otra de las billeteras digitales más utilizadas en Chile. Su sencillez a la hora de crear una cuenta, transferir dinero a otras personas o realizar pagos en comercios online la han convertido en una de las opciones más empleadas por los usuarios. Al igual que FPay, Mercado Pago también ofrece la posibilidad de hacer pagos en cuotas sin interés y tiene una amplia red



**¡En este 2023 suma tecnología
logística a tu empresa!**



driv.in

Objetivo

Tu mejor partner tecnológico



Automatiza tu operación



Reduce tus tiempos de entrega



Fideliza a tus clientes



Total distancia
1,100 m



SOLICITA UNA DEMO



de comercios asociados, lo que hace muy fácil poder utilizarla. Asimismo, también ofrece grandes ventajas para los comerciantes, como por ejemplo transferencias instantáneas a una cuenta corriente, bajas comisiones o un control total de los movimientos realizados.

Khipu es también una excelente billetera digital que permite ofrecer a los clientes una sencilla forma de realizar sus pagos online. Su plataforma ofrece una gran experiencia de uso, y sus más de 10 años de experiencia, hace que su servicio sea confiable, seguro y optimizado, además de ofrecer una de las comisiones más bajas del mercado. Operan con todo los bancos e instituciones financieras, ofrecen una tasa de conversión de más del 15 % y su estabilidad es máxima, pues está disponible el 99,7 % del tiempo. Asimismo, también verifican el 100 % de las transacciones para evitar estafas y se adapta a

EL SOCIAL COMMERCE, EL NUEVO CANAL ONLINE

cualquier dispositivo o navegador.

Otra de las tendencias del Comercio Online que se consolidó durante 2022 es el denominado Social Commerce, una modalidad de comercio online que utiliza las redes sociales como un canal de ventas, tanto de productos como de servicios para realizar una compra directa en la tienda online.

Según lo expuesto por la Asociación de Avisadores de Chile ANDA, “actualmente esta estrategia presenta una excelente oportunidad de crecimiento para los e-Commerce, ya que no es necesario dirigirse a una página web para realizar el proceso de compra, si no que se puede hacer a través de las redes sociales. De esta manera, se aprovecha la interactividad y la masificación de las RRSS para mejorar la experiencia de compra, atención al cliente y aumentar el alcance de los pro-

ductos”. Según el estudio “Decodificando las rutas para activar Social Commerce” de la consultora Offerwise, dadas a conocer durante el Seminario “Explorando el e-commerce/Social Commerce”, organizado por la agencia de medios Initiative y ANDA, en diciembre pasado, el Social Commerce está empezando a acaparar terreno en Chile, considerando que este canal ha tenido un crecimiento del 58% a nivel de transacciones.



Otro hallazgo destacado del estudio de Offerwise, entre los usuarios que han comprado en plataformas como Facebook, un 73% es millennial. En el caso de Instagram, un 53% es centennial, mientras que en WhatsApp un 51% corresponde a los Baby Boomers.

Resalta el estudio que cada red social está asociada a un beneficio específico; mientras Facebook se asocia a la variedad, Instagram a las novedades y tendencias. Un 57% de los hombres valora la variedad que ofrece Facebook y las mujeres aprecian, en un 50%, la novedad y tendencia que encuentran en Instagram. Estas dos redes sociales son las primeras opciones que los usuarios utilizan para adquirir un producto o servicio. Sin embargo, WhatsApp está siendo una opción para los más adultos, sobre todo mujeres.

Los influencers, en tanto, son vistos como relevantes, pero no propiamente esenciales. Un 50% indica que son algo importante. En general, ellos son útiles para brindar experiencia de producto, de hecho, un 42% de las mujeres valora la entrega de experiencia en el uso de productos y marcas.

En la búsqueda de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo online, la logística ha presentado importantes avances durante los últimos años, sobre todo a nivel tecnológico a fin de mejorar los tiempos y medios de entrega o retiro de los pedidos. A partir de este objetivo, la infraestructura logística para el comercio electrónico también se ha vuelto un tema estratégico, razón por la cual importantes Operadores Logísticos 3PL / 4PL han optado por el desarrollo de espacios especialmente orientados a la operativa e-Commerce, más conocidos como “Fulfillment Centers (FC)”. A nivel mundial, los Fulfillment Center se han popularizado en la medida que el comercio electrónico ha ido en auge, transformando la cadena logística y su proliferación en Chile, durante 2022, ha sido amplia y se proyectan nuevos proyectos de este tipo para el año en curso.

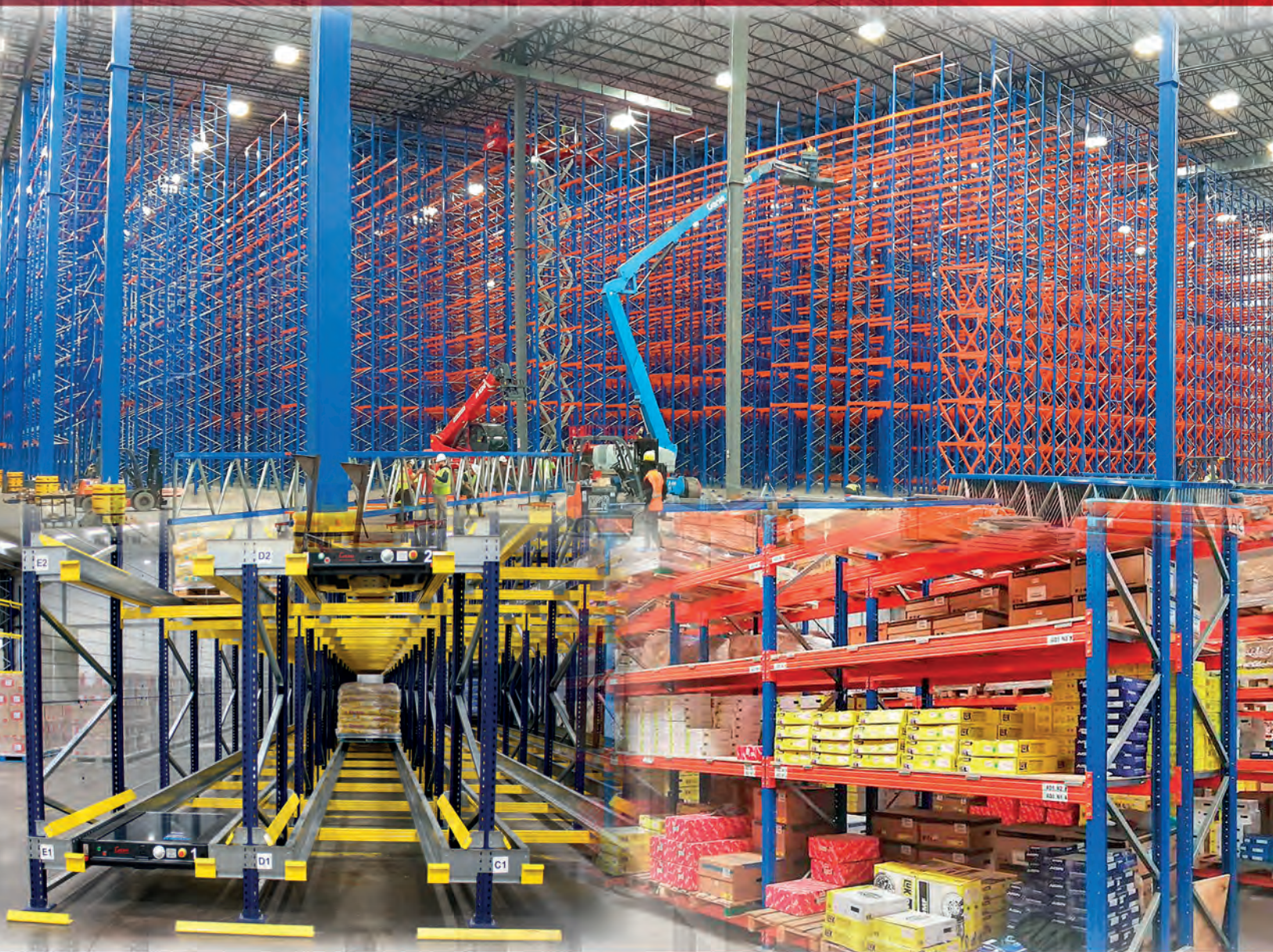
En esta línea, cabe destacar la inauguración del Centro Fulfillment de TW Logística, en diciembre pasado. Según comunicó la compañía, el FC busca entregar una solución integral para satisfacer la creciente demanda logística e-Commerce en el mercado nacional. Según lo expuesto durante la inauguración del recinto por Tomás Izcúe, Gerente Comercial de TWL “esta solución consiste en una infraestructura diseñada especialmente para logística de e-Commerce, y apoyada por un desarrollo tecnológico que contiene integraciones a los principales portales web, Marketplace y courier del mercado. Estas integraciones permiten la transmisión y seguimiento de pedidos en línea de manera de poder entregar los pedidos a consumidores en el menor tiempo posible”. Cabe destacar que, al momento de su inauguración, el recinto ya contaba con 8 clientes activos.

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



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

EVOLUCIÓN DE LOS MARKETPLACES EN CHILE: EL ANÁLISIS DE UNA PLATAFORMA EN AUGE

Se benefician tanto los consumidores como los comercios electrónicos. En ellos no hay distinción de tamaño: participan desde grandes marcas hasta pymes. Es un hecho: los marketplaces se convirtieron en una necesidad más que en una opción. Y desde Mercado Libre, Ripley y Denda explican por qué.

Primero el estallido social y luego la pandemia. Las dificultades para comprar físicamente en las tiendas y las restricciones de movimiento. La compra inmediata desde el computador de artículos necesarios para la cotidianidad y el nacimiento del boom digital de categorías como farmacia y entretenimiento. Los comercios electrónicos cumplieron un rol clave en ese momento y la venta online fue protagonista fundamental en la vida de las personas. Hablamos en pasado, pero lo cierto es que es un comportamiento que llegó para quedarse.

Así, en años tan acontecidos, se juntaron varios fenómenos: la crisis social, la crisis sanitaria, el auge de los ecommerce y el muy necesario apoyo a las pymes, principales motores del país. Fue en plena convivencia con el coronavirus cuando varios marketplaces de Chile se sumaron a la campaña “aPóYaME” para que pequeñas y medianas empresas pudieran po-

tenciar sus negocios a través del comercio electrónico. “En el marketplace de Mercado Libre venden más de 35 mil empresas, pymes y emprendedores, que representan el 80% de nuestras ventas. Contamos también con más de 700 marcas con tiendas oficiales. Es un ecosistema enorme, donde grandes y chicos compiten en igualdad de condiciones. Lo que buscamos es ofrecer la mayor variedad de productos a nuestros usuarios, pero siempre con un foco claro: entregar experiencias memorables”, cuenta Camila Cembrano, Head Comercial de Mercado Libre Chile.

Y tanto boom, sin duda, incentiva a las ganas de participar en estas plataformas, pero por qué: “La gracia de participar en un marketplace es que te da una ventana distinta para poder vender, bien preparada y con mucha visibilidad. Los cambios sociales que vivimos están obligando a las grandes tiendas físicas a cambiar la forma en que venden. Hoy pensar 100% en físico

es difícil”, asegura Felipe Justiniano, Jefe de Operaciones del marketplace de Ripley.

Desde un nicho más específico habla José Manuel Barrios, COO de Denda, marketplace que desde 2016 reúne productos sustentables y ecofriendly. Con respecto al apoyo que le brindan a pequeños y grandes proveedores, Barrios señala que en la actualidad “tenemos dos tipos que vende en el sitio. Uno es el muy pequeño, menos que una pyme, casi artesanal. Y tenemos el proveedor más evolucionado, con más experiencia en el mercado. Nos hemos enfocado en ayudar al proveedor pequeño, que está dando los primeros pasos como emprendedor en la sustentabilidad. Y la manera de ayudarlo es darle toda la difusión posible a través de Denda y en todas las redes sociales que manejamos”.

A pesar de la atención que le dan al negocio más pequeño, Barrios aclara que esto no significa que exista una despreocupación por los más evolucionados: “Hoy lideramos el mercado sustentable. Por lo mismo, este es el lugar donde esa marca tiene que estar. Por mucho que sea grande y se venda también en el retail, no puede dejar de participar del canal más importante del nicho. Las necesidades de las empresas grandes terminan siendo las mismas que las más chicas, que es estar presentes en la mayor cantidad de canales posibles”, asegura.

DE OPCIÓN A NECESIDAD

El ecommerce en Chile ha tenido un desarrollo impresionante debido a los fenómenos mencionados al comienzo, los que impulsaron la adopción del canal online. “Pasó de ser una opción a una necesidad,

tanto para las empresas y pymes como para las personas, que hallaron en el mundo online la principal solución a los desafíos de abastecimiento. En nuestro caso, en 2020 cruzamos la barrera de los 100 millones de visitas mensuales y en 2021 tuvimos crecimientos históricos a raíz de los retiros”, detalla Cembrano con respecto a lo vivido por Mercado Libre.



Camila Cembrano
Head Comercial
de Mercado Libre
Chile

No es novedad que la empresa multinacional argentina sea un referente en el mundo de los marketplaces debido a su rápido y efectivo crecimiento. El secreto se debe a una fórmula que aparenta sencillez, pero que en verdad esconde un tremendo desafío: entender al consumidor online, saber que lo que más valora en su ciclo de compra es que la experiencia que tenga sea de primer nivel: “En Mercado Libre, tiene la posibilidad de pagar con todo medio de pago y que la entrega sea rápida y sin complicaciones. Ponemos a disposición una plataforma amigable, donde con un solo click pueden encontrar lo que están buscando.

Habrá un auge de los marketplaces porque tienen estructuras de costo que son mucho más bajas a las que se manejan en el retail, por ejemplo. Imagina una cadena de supermercados que está presente en todo el país, la estructura de costo es mucho más alta versus un marketplace que no tiene esas tiendas que pagar, esa estructura de logística que consumir y que, por ende, te puede ofrecer un mejor precio si vende online.

Contamos con nuestro programa Compra Protegida, que permite hacer devoluciones sin trabas en caso que el artículo no sea lo que esperaba. Además, hemos invertido muchísimo para que nuestros

despachos sean en tiempo récord. De hecho, el 90% de nuestros paquetes está llegando a todo Chile en menos de 48 horas e, incluso, el 50% está llegando a destino en menos de 24 horas”, cuenta Cembrano. “El ecommerce construyó un nuevo piso y ya no hay vuelta atrás. Las empresas se van a dividir entre las que hacen bien ecommerce y las que van a tener que aprender a hacerlo, porque en eso definen su futuro”, agrega.

Desde un grande del retail como lo es Ripley, Justiniano admite que el proceso ha sido desafiante. “Si no cumples en un mes o una semana, estás fuera. Por eso, hace varios años, Ripley decidió empezar a desarrollar todos sus softwares de manera interna y dejar de acudir a terceros. Los marketplaces van naciendo con distintas banderas, como Amazon que lleva la relacionada al despacho rápido.

Felipe Justiniano
Jefe de
Operaciones del
Marketplace de
Ripley



Entonces, como Ripley, nos preguntamos cómo podemos ser capaces de llegar más rápido a menos costo. Y es ahí donde entra

y retirar 300 y no solo un producto. El desarrollo de software tiene que avanzar muy rápido y es el mercado el que te dice dónde ir”, explica. Para Francisco Droguett, Jefe Comercial de Denda, la evolución de los marketplaces durante los últimos cuatro años en Chile ha demostrado una mejora real: “Hemos visto cómo las plataformas han ido mejorando. Antes eran muy arcaicas, costaba hacer cargas masivas, conectar con los ecommerce.

Luego de la pandemia se han ido adecuando a procesos ideales para todas las empresas que llegaron al mundo del comercio electrónico. En nuestro caso, con todos los que trabajamos funcionan bien”, asegura. Para Denda, los acontecimientos aceleraron la necesidad de tener marketplaces potentes. Y hoy, “hay un nuevo empuje: la crisis económica que vivimos y vamos a vivir. Habrá un auge de los marketplaces porque tienen estructuras de costo que son mucho más bajas a las que se manejan en el retail, por ejemplo. Imagina una cadena de supermercados que está presente en todo el país, la estructura de costo es mucho más alta versus un marketplace que no tiene esas tiendas que pagar, esa estructura de logística que consumir y que, por ende, te puede ofrecer un mejor precio si vende online. Primero fue el empuje del estallido, luego el de la pandemia, ahora se viene el de la crisis económica donde los marketplaces llevarán la batuta de las ventas”, agrega Barrios.

LA LOGÍSTICA, DESAFÍO CONSTANTE

Cobertura regional, velocidad de las entregas, disponibilidad de productos. La industria tiene grandes desafíos logísticos de los cuales

ocuparse. “No hay mejor promesa de entrega que aquella que puedes cumplir”, dice Cembrano de forma categórica, sabiendo que Mercado Libre es el responsable de haber subido el estándar del comercio electrónico en el país.

“Invertir en logística y distribución ha sido clave para acompañar un crecimiento exponencial con experiencias de calidad. Por eso, desde mediados de 2020, hemos ido coordinando una completa e innovadora red logística. Esto es lo que nos permite asegurar entregas en menos de 48 horas, resolviendo las necesidades de nuestros usuarios en tiempo y forma y gestionando un importante número de envíos de nuestros vendedores día a día”, explica la experta.



Francisco Droguett
Jefe Comercial
de Denda

La red de la cual habla está compuesta por un centro de almacenamiento en Colina -el más grande de Chile dedicado a ecommerce-, más de 14 Service Centers (o centros de distribución zonal) a lo largo del país, una flota terrestre que se encarga de la última milla, camiones de larga distancia, acuerdos para trasladar paquetes por carga aérea a Coyhaique y Punta Arenas, modalidades logísticas como los centros de envíos y Mercado Libre Extra, una solución tecnológica que busca integrar repartidores independientes en sus sistemas de delivery.

Chile es un país largo, por lo mismo, los desafíos logísticos y operacionales para poder llegar a a regiones con la misma oferta que hay en Santiago, no es tarea fácil. “Aquí nacen los fulfillment, las bo-

degas alrededor de Chile y todos los desafíos logísticos que cada marketplace va viviendo. Algunas son propuestas atrevidas: crear un fulfillment en el norte involucra dinero y tiempos de desarrollo que son más largos, por ejemplo.

Los marketplace se han tenido que enfrentar a un aumento de demanda brutal y a una exigencia del mercado que va más rápido de lo que podemos desarrollar”, reflexiona Justiniano desde Ripley. “Sus desafíos tienen que ver con la operación, más allá de los objetivos comerciales. Hay una arista relacionada a los nuevos productos. Por ejemplo, comprar una tijera y enviarla es tarea fácil y su paquete es sencillo. Pero cómo soy capaz de enviar a Arica uno o cuatro neumáticos, a un costo razonable, sin que el despacho cueste lo mismo que el producto. Estos desafíos los estamos enfrentando porque el cliente los está demandando hace rato”, sentencia.

¿ES BUENO O NO?

Suenan muy maravillosos, bordean la utopía. Los marketplaces están viviendo su mejor – y más desafiante- momento y, sin duda, los comercios electrónicos se ven beneficiados por eso. Pero así como participar de ellos tiene tantas cosas buenas, ¿tendrá otras tantas cosas malas? ¿Es bueno o no es bueno tener los productos a la venta en un marketplace? ¿De qué depende?

Para Justiniano, participar de ellos requiere sacrificar márgenes porque la plataforma hay que pagarla. Ante la pregunta de si conviene o no, la respuesta es sí, “siempre y cuando seas capaz de enfrentar el aumento en la venta. Pero si quieres vender una tijera y solo tienes

una tijera, de qué te sirve el marketplace, si vas a perder margen.

Si el objetivo es vender en grande, claro que conviene, pero conlleva desafíos”. Según su experiencia, y a la hora de aconsejar a los potenciales sellers, dice que hay que chequear cuánto inventario existe para participar de un marketplace: “Puedes partir con poco, pero quebrar stock es algo que no te puede pasar. Hay que ir con una estrategia y estudiar la demanda, porque la mayoría se enfrenta a estas plataformas a modo de prueba y a la semana se dan cuenta que no dan abasto. Enfrentarse a un marketplace sin una estrategia operacional y logística, te come y termina siendo una mala reputación para ti y tu producto”.



José Manuel Barrios
COO de Denda

Para Cembrano, por otro lado, la visión es similar: “Hay que tener claro que para el desarrollo y crecimiento de la marca dentro de ese sitio, es fundamental tener foco en el canal. Mantener el stock actualizado, contar con fotos de calidad para las publicaciones, contestar a tiempo las dudas, entregar a tiempo, asegurarse de brindar atención post compra.

Hay muchísimos detalles a considerar y lo más relevante para una marca que quiera ser parte de un marketplace es entender que la experiencia del consumidor es algo que no se puede descuidar: es lo que hace que ese consumidor vuelva a comprar y a recomendar-te”, concluye. ■

EGA • KAT ^{Logística}

MÉXICO • COLOMBIA • CHILE • PERÚ • USA



SOLUCIONES LOGÍSTICAS A TU MEDIDA

www.egakat.com

Síguenos en nuestras
redes sociales:





SCAN QR E INGRESA A
CALYCOCHILE.CL

SERVICIO, EXPERIENCIA Y COMPROMISO POSICIONAN A CALYCO COMO UN REFERENTE LOGÍSTICO REGIONAL

Una buena propuesta de servicio, una relación cercana con los clientes y un equipo de profesionales capacitados son cualidades que en Calyco, operador logístico 4PL, comienzan a dar frutos, ya que han posicionado a la compañía como un actor relevante en el mercado logístico latinoamericano. Este año, la empresa proyecta crecer fuertemente en el mercado chileno con servicios eficientes, flexibles y rentables.

“Llegamos con 2000 m2 y hoy tenemos 40 mil m2”. Con esta frase, Carlos Calo, Director Latam de Calyco refleja el rápido y exitoso crecimiento que ha tenido la compañía en Chile, desde su arribo en 2019.

La empresa se ha ido posicionando rápidamente como una alternativa en el competitivo mundo de los operadores logísticos de la mano de su conocimiento, experiencia y el profesionalismo de su equipo humano.

36

El mercado de los operadores logísticos no es fácil. La sensibilidad de su operación lo transforma en una pieza clave para el éxito de sus clientes, lo que obliga a las compañías a diseñar un servicio logístico capaz de responder a las demandas del mercado con flexibilidad, apuntando siempre a la eficiencia, la exactitud y al nivel de cumplimiento. El reconocimiento de los clientes es así el principal objetivo de Calyco y eje fundamental de su estrategia comercial.

La clara mirada de servicio es parte del ADN de este operador logístico, lo que va acompañado además del conocimiento y la experiencia que Calyco tiene de las ope-

raciones logísticas a nivel regional. Las dificultades, las oportunidades, los desafíos y las necesidades a nivel latinoamericano en términos logísticos son analizados y puestos sobre el tapete al momento de ofrecer a los clientes una solución para su operación.

CRECIMIENTO CON SENTIDO

En estos más de 3 años de presencia en Chile, Calyco ha crecido rápidamente, transformándose hoy en una alternativa clara en el mercado logístico nacional, basado en el poder estratégico que tiene la triada: experiencia, servicio y compromiso. Y es que crecer por crecer no es un objetivo para la empresa, quien avanza en el mercado a paso firme observando los cambios que se han generado en los últimos años en términos logístico y rediseñando soluciones que respondan a esta denomina “nueva logística”, donde el desarrollo del canal online es una parte fundamental.

“Trabajamos día a día para ser un también un operador relevante en el desarrollo de la industria e-Commerce. Desde nuestro

origen en 1970, en Argentina, el foco es convertirnos en un actor relevante a nivel latinoamericano y hacia allá avanzamos”, comentó Calo

En cuanto al desarrollo de la compañía en Chile, las proyecciones son auspiciosas y hablan de un crecimiento sostenido en términos comerciales y operacionales que – a juicio del ejecutivo- “da cuenta de la enorme solidez de Calyco como operador logístico”.

Las proyecciones de la empresa van acompañadas del equipo profesional que está liderado por Andrés Cuglia, gerente general; Esteban Fernández, líder de transporte; Vladimir Vergara, líder de procesos y gestión de proyectos y Germán Masutti, líder cuentas corporativas.

EL CLIENTE: UN PARTNER REGIONAL

El reconocimiento de los clientes sobre la calidad y profesionalismo del servicio se refleja en una cartera de clientes fidelizada en Chile, dominada por clientes a nivel regional.

“Parte de nuestro sello está en ofrecer soluciones logísticas a medida y de alta calidad, mediante la integración de todos los procesos de la cadena de abastecimiento. Con esto, buscamos confirmar nuestro rol como compañía líder de logística y fortalecer nuestra posición la Región”, sostuvo Calo.

En esta línea, el Director Latam de Calyco reconoce que para mantener una relación comercial óptima ha sido fundamental diseñar procesos que sean rentables, donde la optimización y eficiencia son piezas claves.

Entre los servicios que ofrece la empresa actualmente en Chile están: Warehousing, distribución y repartos, transporte, valor agregado y sistemas propios y desarrollos IT.

“Ante un buen servicio, los clientes han confiado en nosotros. Nuestra orientación



hacia los clientes y el desarrollo de relaciones de largo plazo con los mismos, basadas en la excelencia operativa, la mejora continua de los procesos y operaciones y el respeto y confianza mutua han sido nuestro sello y nuestro sentido”.

TIEMPOS DE CONSOLIDACIÓN

Desde la base que está dada por su trayectoria, este operador logístico 4PL proyecta un crecimiento constante durante este año que se ve reflejado en importantes hitos y metas que esperan concretar durante 2023.

“Estamos viendo, en cierta medida, el inicio de nuestra operación en el país y dimensionando lo que podemos aportar al mercado chileno, ya que han sido las fortalezas de la compañía las que nos han permitido el desarrollo de la empresa, principalmente durante el 2022 en Chile.

Tenemos además importantes metas para este periodo que van desde nuevas propiedades a la adquisición de camiones para reforzar nuestra operación”. Así, el 2023 Calyco seguirá creciendo, innovan-

do en tecnología, optimizando servicios y capacitando a su equipo profesional para seguir expandiendo su operación, acorde a las nuevas y crecientes demandas de los clientes.

“Como parte de nuestra política empresarial, en los países en los que iniciamos operación, partimos con el arriendo de bodegas y la tercerización de los servicios de transporte. Sin embargo, para la compañía es esencial que con tiempo y planificación podamos crecer de la mano de activos propios y es por eso que ya se ha iniciado la compra de vehículos de carga y también se proyecta la construcción de nuestro CD propio en Chile”, afirmó.

Actualmente, Calyco se encuentra en las dependencias de Bodegas San Francisco, Centro Logístico Lo Aguirre, donde cuenta con 40.000 m2 de bodegas con una capacidad de almacenaje de 30.000 posiciones pallet. Asimismo, Calo reconoció que otro de los objetivos de este año es la estanda-

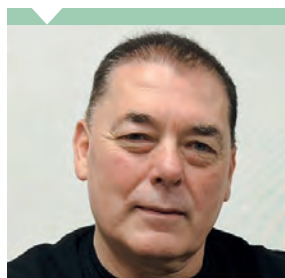
rización de los servicios logísticos a nivel regional. “Somos una empresa consolidada en Argentina y con fuerte crecimiento en mercados como el chileno con niveles de cumplimientos elevados que queremos seguir manteniendo y para eso hemos preparado un importante plan de capacitación a nuestro personal porque son ellos, finalmente, quienes dan vida a Calyco.

Además, iniciaremos un proceso de acreditación trinorma (9001, 14001 y 45001) y la certificación como Operador Económico Autorizado en Chile”.

En cuanto a su mirada regional Carlos Calo finalmente concluyó que el trabajo de ayer, hoy y el

futuro se enfocan siempre en potenciar a Calyco como una “empresa consolidada en el mercado de los servicios logísticos integrales en Argentina, Uruguay, Chile, Paraguay y Colombia”. ■

Carlos Calo
Director Latam
Calyco





SCAN QR E INGRESA A
CENTRALBODEGAS.CL

¡CENTRAL BODEGAS NO SE DETIENE! SIGUE CRECIENDO SIN PERDER DE VISTA EL SERVICIO Y LA FLEXIBILIDAD

Esta importante empresa de bodegaje proyecta un 2023 de crecimiento, con nuevos desarrollos en sus modelos de negocios, con la consolidación de su mirada de sostenibilidad y, sobre todo, con el robustecimiento de su servicio con soluciones flexibles y un servicio cercano. Central Bodegas sigue creciendo sin perder su sello: el cliente.

Desde sus inicios, el servicio y la estrecha relación con los clientes han sido el sello diferenciador de Central Bodegas. Gracias a su reconocimiento en el mercado como una empresa de bodegaje cercana y flexible, la compañía ha mantenido un crecimiento constante en cuanto a m2 construidos, número de clientes y posicionamiento a nivel de mercado. Hoy, de cara al 2023, Central Bodegas continúa por la senda del crecimiento sin perder su sello.

Tras un 2022 exitoso, la empresa de bodegaje industrial mira con tranquilidad este año. Los importantes hitos del año recién pasado son el reflejo de la evolución que ha tenido Central Bodegas. Entre los sucesos destacados, según comenta Carlos Figueroa, gerente general de la empresa, están: la elaboración de una política de sostenibilidad, vacancia cero en los centros de bodegaje, el fortalecimiento de la relación con los clientes y la puesta en marcha de nuevos modelos de negocios que han dado un impulso a la compañía. "El año pasado tuvimos la vacancia más baja de la historia, pero también fue un periodo desafiante por las demandas de m2 por parte de los clientes. Esperamos que este año también sea positivo, a pesar

de los temores por los vaivenes económicos locales y globales, y se retorne quizás a tasas de crecimiento prepandemia", declara Figueroa. El ejecutivo asegura además estar confiado en el desarrollo y la estabilidad que tiene la industria logística nacional: "seguimos apostando por la industria logística, pues vemos que hay oportunidades de mejoras. Estamos convencidos de que estamos en la industria correcta".

Y gracias a la confianza y reconocimiento de los clientes y a los buenos números que han acompañado a Central Bodegas los últimos años, la empresa ha incursionado en nuevos modelos de negocios que les ha permitido acercarse a nuevos clientes con soluciones de primer nivel.

Hoy tenemos tres tipos de activos: condominio de bodegas multi-arrendatarios que son 20 a 45 mil m2 de bodegas por centro, el modelo Stand Alone y la modalidad de Build to Suit. Este mix de soluciones lo tenemos bien distribuido, nos permi-

te tener presencia en distintos mercados y estamos además muy contentos con la calidad de nuestros activos y la relación que nos permite entablar con los clientes.

"El primer semestre entregaremos el build to suit de Arrimaq, en la comuna de Lampa, que contempla 8 mil m2 de bodegas con un contrato a largo plazo. Es nuestra primera construcción bajo este modelo y eso nos tiene muy contento", detalla Figueroa.

TECNOLOGÍA CON SENTIDO

Si durante el 2022 el gran desafío a nivel de industria fue encontrar m2 a los clientes; hoy la mirada de la industria -según el ejecutivo- estará nuevamente en la seguridad y el servicio porque el objetivo de todos está en "alcanzar una operación logística fluida con partners cercanos que entreguen soluciones rápidas a las problemáticas del día a día. Además, el tema de la seguridad es cada vez más importante y nos obliga a estar constantemente innovando. Nuestra gran tarea es saber responder a las necesidades y demandas de nuestros clientes".

Carlos Figueroa
Gerente General
Central Bodegas



En esta línea, Carlos Figueroa reconoce que la empresa ha mirado hacia la tecnología, desarrollando una nueva plataforma que permite potenciar la cercanía con sus clientes, en lo que han denominado un "avance tecnológico con sentido".

"Durante la pandemia nos dimos cuenta de que éramos una industria 100 % analógica, donde todo recaía en nuestra presencia. Y comenzamos a trabajar para entregar tecnología con sentido y como nuestro foco está en el servicio y en la atención de nuestros clientes pusimos nuestra mirada ahí.

Vimos que había un tema que no estaba atendido, porque si no estábamos pre-

sencialmente no se veía nuestro servicio en ocasiones reflejado, por lo que generamos una plataforma donde los clientes puedes acceder a sus contratos, a los detalles de los gastos comunes, pueden también comparar los costos mensuales, obtener información de sus cuentas y también acceder a toda la documentación del centro para trámites municipales, tales como planos, resoluciones de Seremi, documentación pública, etc. Además, nuestros clientes nos hacen solicitudes vía ticket para gestionar cualquier solicitud que requieran en sus bodegas”.

El objetivo de esta nueva tecnología es potenciar la comunicación con los clientes de forma continua y hacerlos partícipes de todo el flujo de trabajo. “La recepción de esta nueva plataforma ha sido muy buena. Era un servicio que nuestros clientes estaban necesitando y han sabido valorar estos avances que mezclan tecnología y servicio. El sello de la compañía y la parte central de la cultura organizacional es el servicio que con esto hemos ido despersonalizando y así trasciende a cualquier ejecutivo”.

SOSTENIBILIDAD: UNA MIRADA DE FUTURO

Tras un largo trabajo de análisis y estudio, la empresa elaboró su nueva política de sostenibilidad que se puso en marcha a fines de 2022 y con la que busca avanzar en esta temática y enfrentar con éxito los retos y cambios en los respectivos escenarios, asumiendo y reconociendo el impacto que tiene esta industria.

Carlos Figueroa, cataloga como necesario el paso de asumir acciones de forma proactiva en esta materia y “avanzar en cuanto a la vinculación con los distintos grupos de interés con los que tenemos relación, como son: la comunidad, nuestros clientes, los vecinos y los colaboradores”.

Esta política de sostenibilidad considera temas de gobernanza, medioambiental, social, comunitaria y también aspectos laborales con tres pilares definidos que son: innovación, cercanía y eficiencia. “En cuanto a la innovación hemos establecido nuestro compromiso con seguir

mejorando nuestro desempeño y a la vez generar una propuesta de valor óptima a nuestros clientes y que sea valorada por ellos, porque sabemos que debemos estar constantemente innovando y buscando soluciones. Sobre la eficiencia queremos tener la mejor propuesta precio/calidad de la industria y para eso debemos analizar cómo estamos trabajando y cómo logramos robustecer nuestro servicio de eficiencia. Finalmente, el tercer pilar se basa en vincularnos con nuestros grupos de interés de forma formal y sistemática y para eso establecimos ciertos indicadores de gestión”, detalla el ejecutivo.

La materialización de esta política le ha permitido a Central Bodegas dejar claro cuál es la visión de futuro de la empresa en esta materia. “Miramos la sostenibilidad como algo completo que tiene que ver con todos los impactos que genera la organización en el medioambiente, en el entorno (vecinos- comunidad) y también en nuestros trabajadores. Es una visión 360° en cuanto a los grupos de interés que Central Bodegas impacta”.





LEONARDO NAVARRETE
GERENTE COMERCIAL DE STG CHILE.

RECESIÓN Y DESACELERACIÓN DEL CONSUMO 2023: MOMENTO CLAVE PARA LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA.

PONDERAR EL CLIMA DE INCERTIDUMBRE Y EXPECTATIVAS INVADEN A LAS EMPRESAS DE CARA A UN NUEVO AÑO. EL ESCENARIO DE RECESIÓN YA ESTÁ AQUÍ, SIN EMBARGO, PARA GRAN PARTE DE LAS INDUSTRIAS, ESPECIALMENTE LA LOGÍSTICA, SE ABREN LAS PUERTAS PARA MEJORAR PROCESOS E IDENTIFICAR NUEVAS INVERSIONES QUE APORTEN A UN MEJOR DESEMPEÑO Y GANANCIAS EN EL LARGO PLAZO.

Actualmente, el foco es planificar y proyectar planes de innovación, automatización y robotización para incrementar la productividad, permitiendo optimizar el retorno de inversión en función a la tecnología que se va a implementar.

En ese sentido, la consultora MarketsandMarkets proyecta que el mercado de la automatización logística crecerá alrededor de un 10% anual, y superará un volumen de negocio de 88.000 millones de dólares para 2026.

Desde el 2020 a la actualidad, las tecnologías con mayor penetración son las de planificación de demanda y WMS ya que capitalizan los inventarios en línea y el control de costos de sus despachos. Sin embargo, el 80% de las empresas todavía usan métodos anticuados o herramientas que si bien funcionan, no permiten que los procesos se lleven de manera adecuada.

Asimismo, hay una fuerte preocupación por optimizar todo lo relacionado a la fuerza laboral. Hoy la urgencia es mantener a los colaboradores cada vez más especializados, empoderados y felices en cada eslabón de la operación, en colaboración a las nuevas tecnologías como la robótica e Inteligencia Artificial (IA). Debemos ser capaces de organizarnos en un futuro mediano bajo un objetivo común, y para ello, ocuparse de educar a los colaboradores este año será fundamental. Si bien las inversiones han bajado, es hora de verlo como una oportunidad. A medida que se incorporen más costos a los procesos de contratación, la tecnolo-

gía pasará a ser un elemento mucho más viable y financiable con resultados rápidos. Hay que buscar las instancias para complementar tecnología y personal, donde la principal ventaja será alcanzar un mejor control de las operaciones.

2023: UN AÑO DE REFLEXIONES Y OPORTUNIDADES

Si bien el 2023 se prevé como un año complejo, también es una temporada de esperanza y crecimiento. Las compañías tienen la oportunidad de reflexionar y detectar cómo estas tecnologías aportarán a la industria en distintos aspectos.

Aunque somos testigos de un bajo movimiento en algunos sectores, vemos también espacio a la innovación que justifique inversiones y modificaciones que mejoren los niveles de servicio, tiempos de respuestas y ofertas de valor a los consumidores finales. En definitiva, hay un deber de reorganizar procesos y proyectos internos e incorporar nuevas tecnologías, ya que se estima que desde el 2024 en adelante el escenario mejorará. El foco es aumentar la velocidad, la proactividad y la educación no solo en consumidores, sino también a los colaboradores.

Desde la pandemia en adelante, hemos vivido procesos de transformación, que si bien pueden ser cortos o largos, lo importante es asumir las responsabilidades y tener equipos aptos para todo tipo de trabajo. Hay una transformación de pensamientos y necesidades.

ESPACIOS DE MEJORA

Los tiempos de crisis que hemos experimentado en estos últimos tres años han sido de grandes aprendizajes para la industria. Las empresas comprendieron la necesidad de integrar diversas tecnologías para cada uno de sus procesos, alineadas con el talento humano. Esto para ser cada vez más competitivas.

Lo vemos ya con las operadoras logísticas, quienes apuestan a nuevos crecimientos, pese al complejo panorama y predicciones en términos económicos. Para este nuevo año las inversiones van a ser mucho más controladas y monitoreadas, dándole prioridad a aquellas que les generen mayor rentabilidad, mejoren sus costos y permitan satisfacer a clientes y usuarios que han demostrado estar en línea con la modernización.

SOMOS TU PARTNER LOGÍSTICO EN ALMACENAMIENTO



En Patio Industrial ofrecemos **múltiples soluciones de bodegaje** a la medida de tus desafíos. Nuestros proyectos cuentan con **terminaciones de primer nivel, altos estándares de calidad** y se ubican en **importantes polos de negocio de Santiago**.

Centro de almacenaje en frío

Patio Lo Boza

- Frigorífico
- GLA: 2.432m²
- Disponibilidad: Inmediata
- Comuna: Pudahuel



Centro integral de bodegaje

Patio Panal

- GLA: 40.900m²
- Módulos Flexibles (desde 250m²)
- Disponibilidad: Agosto 2023
- Ubicación: Renca



Nuestros
servicios



Parque
Industrial



Build to Suit



Frigoríficos



Centros de
distribución



Mini Bodegas

Comunícate con nosotros: (+56 2) 2979 6600

✉ contacto@patio.cl



ROCÍO CEBALLOS ACOSTA

ESPECIALISTA EN CUSTOMER EXPERIENCE Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CUSTOMER EXPERIENCE, MARCO DE TRABAJO PARA DESARROLLAR MODELO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y MEJORAS EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS.

ACTUALMENTE, TODAS LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES SEAN GRANDES, MEDIANAS O PEQUEÑAS, SE ENFRENTAN AL GRAN DESAFÍO DE EVOLUCIONAR Y MEJORAR EN TODAS SUS ÁREAS DE MANERA SIGNIFICATIVA E IDEALMENTE DE FORMA EQUIVALENTE PARA DAR IMPULSO A UN CRECIMIENTO SUSTENTABLE Y DE ACUERDO CON LAS EXPECTATIVAS DEL NEGOCIO.

Para dar respuesta a esta realidad será importante poder apoyarse en el conocimiento y evolución de dimensiones que busquen encontrar espacios para mejorar la propuesta de valor existente en las compañías. Dos de las más importantes son: Mejoras en los Procesos Logísticos y Transformación en la Experiencia de Cliente.

Mejoras en los Procesos Logísticos: Estos puntos de mejoras pueden abordarse a partir de las siguientes preguntas: ¿cuáles son los procesos en el área logística?, ¿cómo se trabajan actualmente?, ¿quiénes son los actores que repercuten?, ¿cuáles son las actividades a cargo de cada uno de ellos?. Teniendo claras las respuestas a estas preguntas podremos continuar identificando **cuáles de los procesos son candidatos para digitalizar**, para llegar esta conclusión debemos priorizar según la estrategia, necesidades y objetivos que se haya planteado la organización.

Una vez teniendo identificados cuales son los procesos logísticos para digitalizar, debemos estudiar y elegir las mejores herramientas y tecnologías de digitalización, aquellas que nos permitan por ejemplo pasar de tener documentos físicos a tener archivos digitales, entregar a los usuarios acceso a la información a través de sus canales de preferencia (smartphone, portales, WhatsApp), crear los espacios de trabajo y automatizar los procesos, como por ejemplo manejadores de contenido empresarial (ECM), captura de información estructurada y no estructurada, RPA, BPM, Inteligencia Artificial, entre otras. También soluciones digitales que apoyen la toma de decisiones, como la analítica de datos y otras que atiendan los riesgos de seguridad y la continuidad operativa. La adopción de estas

tecnologías permitirá reaccionar rápidamente a los cambios e incluso plantearse nuevos modelos de negocio y en definitiva entregar nuevas oportunidades de generación de valor a las empresas.

Posteriormente, continuamos con la **adaptación y capacitación de la fuerza laboral de la compañía**, para esto nos basamos en conocer quiénes son los actores de los procesos identificados inicialmente y de los que han sido reconocidos revisar cuáles pueden trabajarse de forma remota, en terreno o si hay algunos que puedan realizarse de manera híbrida. Esto nos va a permitir acompañar y empatizar con los trabajadores en la comprensión del trabajo que están realizando, apalancando así su crecimiento laboral y que estén comprometidos con el propósito de la organización.

Finalmente, para desarrollar este marco de trabajo en los procesos logísticos de la empresa se requiere evaluar constantemente la **gestión del desempeño**. Es muy sugerido siempre apoyarse en tecnología que permita conocer en tiempo real lo que esté pasando en el negocio, tecnologías que favorezcan el monitoreo y con esto poder brindar información actualizada que facilite el conocimiento a tiempo en toda la organización, no sólo a niveles de alta gerencia, sino también a quienes trabajan de punta a punta en toda la cadena logística, brindando así información oportuna que permita una toma de decisiones de forma ágil.

Transformación en la Experiencia de Cliente: Para desarrollar una estrategia de Experiencia del Cliente en las organizaciones debemos dirigir esfuerzos que vayan enfocados en los siguientes ámbitos: Inicialmente, poner foco en **conocer y comprender al cliente**, para llegar a este punto debemos volcarnos internamente a la revisión de la información actual con que contamos internamente, ya sea información relacional que nos la puede brindar soluciones que tengamos por ejemplo en nuestro CRM, también en plataformas utilizadas en área de Marketing o transaccional que esté disponible por ejemplo en nuestro ERP.

Orquestación tecnológica para estrategia Customer Experience Omnicanal, con esto poder disponer de herramientas y soluciones tecnológicas a toda la empresa, iniciando por el área de ventas con soluciones de ventas como CRM y que estas puedan estar integradas con soluciones logísticas como ERP, WMS para que de esta forma esta arquitectura permita brindar conocimiento e información de lo que sucede internamente tanto a los empleados de la empresa como a los clientes que requieran de dicha información.

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**



ASTRID ESCOBAR L.
SOCIA FUNDADORA Y DIRECTORA EJECUTIVA DE GENDERMAP.

ABASTECIMIENTO CON ENFOQUE DE GÉNERO: GENERANDO VALOR DESDE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LA EMPRESA.

EXISTEN DIVERSOS ESTUDIOS QUE INDICAN LOS BENEFICIOS QUE OBTIENE UNA EMPRESA AL INCLUIR LOS TEMAS DE GÉNERO EN SUS PROCESOS, ESTO SE REFIERE A CONTAR CON ESA MIRADA DISTINTA QUE LAS MUJERES ENTREGAN EN EL ANÁLISIS DE TEMAS LABORALES, O TAMBIÉN LLAMADO “USAR LOS LENTES DE GÉNERO” PARA EL ANÁLISIS DE SITUACIONES EN EL TRABAJO.

Pero cuando se habla de beneficios, los estudios apuntan a que las mujeres son quienes mueven mayoritariamente la economía, por lo que incluirlas en la cadena de suministro representará valor desde el punto de vista económico, pero también desde la perspectiva social. Lo anterior se explica porque las mujeres generan acciones por un propósito, ejemplos de esto es trabajar o tener un emprendimiento por sus hijos o para ayudar a sus padres; otra motivación es crecer profesionalmente, para lo que existen varios propósitos sociales que mueven a las mujeres tanto para insertarse en el mercado laboral como para emprender; un ejemplo de estos propósitos sociales es la motivación e inclusión de mujeres en espacios de emprendimiento e industrias masculinizadas como la minería.

Es justamente este último ámbito, el emprendimiento, el que hoy requiere ser visibilizado y apoyado de mayor forma por el área de Supply Chain en las empresas. Según un estudio de Deloitte, el 80% de las decisiones de compra de hogares en todo el mundo las toman o influyen las mujeres. El Banco Mundial indica que el 34% de las empresas del mundo son propiedad de mujeres o están dirigidas por ellas, por lo tanto es correcto afirmar, en base a la información anterior, que existe un potencial que no estamos aprovechando.

Antes de continuar, es importante aclarar qué es lo que se identifica como un emprendimiento liderado por mujeres; de acuerdo con la definición de ONU una empresa liderada por mujeres es cuando al menos el 51% de la propiedad de la empresa es de una o varias mujeres; quiero recalcar explícitamente que lo expresado previamente se refiere a

que las mujeres sean dueñas de al menos el 51% y no a que mujeres sean parte de ejecutivos de la empresa o tengan participación laboral con ese porcentaje.

Pero bien, ¿de qué forma se puede apoyar a los emprendimientos de mujeres? Tenemos varias formas de realizar este apoyo, la primera es revisando los **procesos y políticas de contratación** que estén vigentes en las áreas de abastecimiento, esto se explica en que de forma general los estándares que se solicitan para el ingreso de nuevos proveedores o empresas colaboradoras no permiten a las pequeñas empresas poder participar, y sin poder ingresar a los procesos de licitación estamos dejando fuera las oportunidades de incluir empresas lideradas por mujeres, con lo expresado de forma previa no se refiere a que en las licitaciones se dejen cuotas de género, como ha sucedido en los procesos de reclutamientos de personas, sino que analizar opciones para flexibilizar las barreras de entrada que existen para que las empresas colaboradoras o proveedores puedan participar de estos procesos de licitación y, mejor aún, adjudicarse el negocio para tener más trabajo y mayores ingresos.

Como segunda opción, debemos revisar nuestras **carteras de proveedores** para identificar cuantas de las empresas que tenemos en nuestro maestro de proveedores se pueden considerar como empresas lideradas por mujeres; en conjunto con esta identificación y, en el caso que no tengamos una amplia cantidad de proveedoras mujeres, se abre otra gran oportunidad, la cual es trabajar con **desarrollo de proveedores de insumos o empresas de servicios lideradas por mujeres**. En este punto es fundamental considerar los aspectos sociales que suman a la cadena de suministro para generar este valor adicional con las empresas lideradas por mujeres.

Muchas veces el desarrollo de proveedores es liderado por las áreas de comunidades o relaciones públicas con el entorno en el cual se encuentra la empresa, pero lo que se plantea en este análisis es que el desarrollo se genere desde abastecimiento, ya que son quienes conocen en cuáles de los negocios que licitan tienen menor cantidad de oferente donde se vuelve necesario generar competencia, mayor optimización y nuevas tecnologías con estas empresas que pueden ser desarrolladas; esto no quiere decir que se asegure algún negocio a la empresa, pero si se estarán entregando las herramientas para el crecimiento.



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



Mejora la gestión
de tu operación

- 20%
consumo
combustible

+20%
rendimiento
conductores

+10%
aumento
productividad



*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



SCAN QR E INGRESA A
WWW.KARRI.CL

KARRI: SERVICIO DE ENTREGA CON ADN EN LA TECNOLOGÍA Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

De la mano de la experiencia, la calidad y el compromiso, KARRI ha incursionado con fuerza en el mercado logístico con un servicio de entrega para el e-Commerce que se ha desarrollado bajo el estilo Transvip, reconocido por la excelencia operacional. Hoy la compañía vive un momento de expansión, donde el desarrollo tecnológico propio se pone al servicio de la experiencia del cliente.

La pandemia puso a prueba a muchas empresas y su capacidad de adaptación. Los efectos del coronavirus fueron para algunos un real dolor de cabeza, sin embargo, también significó para otros una oportunidad de desarrollo y crecimiento ante los cambios y nuevos desafíos que se fueron abriendo y así lo entendió Transvip.

Transvip, reconocida empresa enfocada al traslado de pasajeros incursionó en el mercado de última milla con la confianza y seguridad de contar con un servicio reconocido por su calidad y alto estándar, lo cual fue la base para la nueva línea de negocios. Así nació KARRI, unidad de negocios enfocada a la última milla que en sus inicios se presentó bajo el nombre Lo Llevo by Transvip, pero que con su crecimiento y proceso de expansión internacional cambió de nombre y buscando hoy responder a las necesidades de las empresas ante el boom del e-Commerce.

KARRI tiene en su ADN la experiencia del cliente y para eso han diseñado un servicio de primer nivel, donde la tecnología juega un rol fundamental. “Queremos responder a las necesidades que tienen los clientes de despachos, a través de un servicio, cuya calidad nos diferencia. Nuestro sello operacional está en entregar una expe-

riencia final óptima al cliente y la tecnología es un excelente aliado para marcar diferencias”, comentó Carolina Rey, gerente de nuevos negocios.

EL PODER DE LA EXPERIENCIA

“Queremos diferenciarnos y hacer las cosas bien”, enfatizó Carolina, al referirse al competitivo mundo de la última milla. En esta línea, la ejecutiva reiteró además que la clave del éxito de la compañía está en la preocupación y dedicación del equipo de trabajo, “los que están comprometidos con mantener la calidad del servicio y reforzar constantemente el nivel de servicio y sus distintas aristas. Nuestro eslogan ‘Cuidamos tu carga, como te cuidamos a

ti’ refleja nuestro compromiso con la operación y su vínculo directo con los clientes”.

KARRI ha crecido fuertemente, en los casi tres años de vida, posicionándose como una alternativa para las empresas generadoras de carga y grandes compañías de distribución. “Nuestro principal objetivo es realizar entregas satisfactorias con trazabilidad, utilizando tecnología de clase mundial”, sostuvo la ejecutiva. Los servicios que dan vida a KARRI son: **Primera milla** que consiste en gestionar el transporte de la carga desde distintos puntos hacia plantas o centros de distribución. **Cross Docking.** Ofrece un modelo de gestión de almacén, facilitando el cumplimiento de los plazos de entrega al cliente final tanto para B2B o B2C. **Última milla:** gestiona transporte de carga desde plantas, tiendas o CD hacia entregas finales en domicilios de clientes.. **Logística Inversa.** KARRI recoge las devoluciones de los clientes para no perder el proceso e-Commerce de compra.

En cuanto a los tiempos de entrega, KARRI cuenta con servicio On Demand con despachos logísticos después de una hora de haberse efectuado la compra, siendo especial para las entregas del e-commerce; Same Day con despachos logísticos antes de las 12 horas posterior a la compra realizada y Next Day con entregas en ventanas horarias asignadas al momento de la compra con 24 horas como plazo máximo.

Los números de la empresa reflejan su crecimiento. La compañía cuenta hoy con un CD Propio, realiza más de 6 mil entregas





diariamente, cuenta con una flota especializada de más de 1300 repartidores, alcanza un nivel de servicio del 98,8%, tiene planes adaptados a cada negocio y dashboard de flujo completo del servicio para

TECNOLOGÍAS QUE MARCA DIFERENCIAS

dar visibilidad y control en tiempo real. “Buscamos ser una alternativa para las empresas generadoras de carga que tengan foco en la experiencia final. Trabajamos para diferenciarnos a través de la calidad y eficiencia de nuestros servicios y en nuestros constantes desarrollos tecnológicos se ven reflejadas las mejoras de cara al cliente final”, señaló la gerente de nuevos negocios de KARRI.

El contar con desarrollo tecnológico propio es, sin duda, una ventaja para esta compañía chilena, pues les permite avanzar constantemente en mejoras al servicio y responder con rapidez a las diferentes necesidades de los clientes.

“Nuestra Plataforma es desarrollada 100% in-house, con flexibilidad para

adaptarse a integraciones personalizadas. Contamos además con App de conductor, desarrollada en Flutter que busca una mejor experiencia de usuario. Finalmente, nuestra Infraestructura auto-escalable en la nube de Google (GCP) nos da la flexibilidad necesaria”, detalló Carolina Rey.

Así, KARRI cuenta con un servicio robusto con monitoreo y trazabilidad con soporte 24/7, funciones exclusivas con Dashboard Empresa con seguimiento y control completo de la plataforma, App de carga con visualización del flujo completo del servicio. También ha desarrollado un módulo de notificaciones que informa al cliente las etapas del viaje de la entrega de su compra con el logo personalizado de su marca para que el cliente sepa desde qué comercio proviene la compra.

Otra de las notificaciones es “Entrega exitosa”, donde se podrá tener acceso a la siguiente información: nombre de quien recibió, fotos de evidencia de la entrega, botón para acceder a un formulario de contacto en caso de tener algún problema con la entrega. Estas notificaciones se pueden enviar al cliente final por los siguientes medios: email, WhatsApp, SMS

o integración sistémica entre las partes. Finalmente, “Entrega Fallida”, donde una vez que la entrega haya sido fallida, su cliente podrá tener acceso a un formulario de contacto en caso de tener algún problema con la entrega.

En definitiva, la compañía que comenzó como una reinención durante la pandemia se posiciona hoy como un socio para la logística. KARRI proyecta seguir creciendo, ganando participación de mercado a través de las diferencias de su servicio, su forma de trabajar, la atención a sus clientes y la flexibilidad operacional. “Queremos crecer ordenadamente, hacerlo bien y cumplir lo que nosotros hacemos. Nos comprometemos con el crecimiento de nuestros clientes y de su mano nos vamos expandiendo”.

En esta línea, la empresa vive un momento de expansión internacional con el inicio de sus operaciones en México, con lo que significa operar en el mercado azteca, sumándose a la experiencia que ya tienen en Chile. En el mediano plazo y tras la consolidación en los mercados ya presente, KARRI proyecta seguir expandiéndose en otros países de la Región. ■



SCAN QR E INGRESA A
PATIO.CL

PATIO LO BOZA: EL PARTNER IDEAL PARA ALMACENAMIENTOS EN FRÍO

En un mercado con requerimientos específicos y donde la logística, la innovación y la seguridad tienen cada vez más importancia, es fundamental aliarse con expertos estratégicos como Patio Industrial.

Desde bodegas construidas a la medida para grandes empresas hasta espacios de almacenamiento para emprendedores y personas naturales, Patio Industrial cuenta con la ventaja de poder adaptarse a las necesidades y desafíos de cada cliente y cualquier industria.

Lo anterior ha llevado a que en los últimos años Patio Industrial se haya consolidado como uno de los actores más relevantes del mercado, gracias a su sólido crecimiento y su foco en la administración y el cliente. “Tenemos el compromiso de crear proyectos que estén en sintonía con el territorio donde están insertos. Queremos seguir siendo el Patio que nos une con las comunidades”, cuenta Sebastián Ulloa, gerente de Patio Industrial.

Sebastián Ulloa
Gerente
Patio Industrial



A lo largo de todo Chile, Grupo Patio cuenta con 18 centros en operación, los que suman 270.000 m², con 250.000 m² en desarrollo y más de 650 clientes. Sus proyectos suelen situarse en polos logísticos de importante desarrollo, con conexiones a importantes autopistas y accesos a los puntos neurálgicos de las ciudades y con infraestructura de primer nivel.

Un ejemplo de ello es Patio Lo Boza, especialmente diseñado para almacenamiento en frío. Está ubicado en Pudahuel, en un terreno de 3.626 m² y 2.432 m² de GLA,

en medio de un consolidado sector industrial con excelente conectividad y acceso directo a la Autopista Vespucio Norte. Dentro de su variada cartera de activos se encuentra también Parque Capital, un parque industrial con terrenos para venta ubicado en Lampa y que cuenta con una gran variedad de actividades en un solo lugar. Parque Capital acoge el proyecto Patio Noviciado, un conjunto de terrenos para desarrollos Build to Suit. En Renca, se ubica Patio Panal, un proyecto que implica un rescate patrimonial y que se convertirá en un centro de bodega-je con oficinas y espacios abiertos a la comunidad.

Asimismo, destacan Patio La Negra en Antofagasta, que acoge a empresas de distintos rubros, y Patio Puerto Montt, que se enfoca en dar soluciones a las diversas industrias del sur del país, pero también a pymes y particulares. Mr.

Storage es otra de las líneas de desarrollo de Patio Industrial. Es un nuevo concepto de mini bodegas que, gracias a su alto estándar de construcción y diseño, ganó el premio Facility of the Year 2017, uno de los reconocimientos más importantes de la industria.

“En todo el país y para todo tipo de empresas, Patio Industrial ofrece distintos tipos de desarrollos de acuerdo con las necesidades de cada uno. Somos el alia-

do estratégico ideal porque demostramos que es posible construir el proyecto ideal de la mano de aliados con experiencia”, agrega Ulloa.

UNA ALTERNATIVA PARA UNA INDUSTRIA EN CRECIMIENTO

Una de las principales motivaciones de Patio Industrial es aportar con nuevos espacios para operaciones logísticas en Chile. Por eso, se centra en entregar soluciones de almacenaje de diferentes tamaños, a la medida de los desafíos de todo tipo de clientes.

A lo anterior se suma que, tras la pandemia, el escenario de la industria logística cambió, al igual que los desafíos de las empresas. Ciertos mercados han debido hacer frente a los nuevos hábitos de los consumidores y adaptarse a ellos. Por ejemplo, desde el año 2020, las tendencias alimenticias han variado significativamente y el área de los alimentos congelados ha experimentado un crecimiento relevante.

Hoy en día, el 12% del presupuesto mensual de alimentos en hogares chilenos corresponde a congelados y el 40% de los consumidores compran este tipo de productos al menos una vez al mes, de acuerdo con el estudio “Preferencias y Tendencias del Consumo de Alimentos en Chile”, realizado por Deloitte en noviembre de 2021. Asimismo, en los últimos 10 años, las exportaciones de frutas y hortalizas congeladas han crecido un 39% en cuanto a toneladas exportadas, superando los US \$537 millones, según Chilealimentos.

Dentro de la especialización de Patio Industrial se encuentran los centros de almacenaje en frío, pensados para responder a los requerimientos de industrias específicas. “Es de esperar que la industria de productos congelados siga al alza. Por ello, el foco estará en la logística, innovación y, sobre todo, la seguridad de aspectos como la inocuidad y la cadena de frío.

Este es un mercado con requerimientos muy específicos”, reflexiona Sebastián Ulloa, gerente de Patio Industrial.

Asesorarse por expertos es fundamental, sobre todo, en el mundo del bodegaje en frío. “Sabemos que la tecnología e infraestructura especializada han ido cobrando mayor relevancia. Por eso, para nosotros como Patio Industrial es fundamental ser capaces de entregar soluciones y herramientas del más alto nivel y trabajar junto a nuestros clientes en la implementación de sus proyectos”, agrega el gerente de Patio Industrial.

PATIO LO BOZA: EL PARTNER IDEAL

Los frigoríficos de Patio Industrial ofrecen la posibilidad de crear espacios con secciones de almacenamiento, procesos, despacho y oficinas y/o con habilitaciones especiales. En ese contexto, se han desarrollado proyectos donde espacios de almacenamiento en frío han sido convertidos en completas plantas procesadoras y también se han acondicionado espacios para que las empresas mantengan su cen-

tro de operaciones en el mismo frigorífico. “Gracias a sus características, Patio Lo Boza es ideal para operaciones de alimentos de todos los tamaños. Todos sus espacios y secciones pueden ser adaptadas a los requerimientos de cualquier empresa, de modo de entregar soluciones óptimas para las necesidades de cada uno”, explica Sebastián Ulloa, gerente de Patio Industrial.



Patio Lo Boza cuenta con espacios de oficinas y bodegas, una altura al hombro de 7 metros, cámaras de frío y congelado con temperaturas regulables, túneles de frío, sistema de energía trifásica, bodegas de almacenaje y sectores de procesos, andenes con nivelador, oficinas y servicios

(camarines y áreas comunes para trabajadores), seguridad 24/ con CCTV y control de acceso.

“En Patio Industrial estamos conscientes de la envergadura de los procesos de manipulación, conservación, almacenamiento y distribución de los productos que se mantienen en cadena de frío. Por eso, Patio Lo Boza está cuidadosamente desarrollado para cumplir con los más altos estándares que permitan asegurar que la operación funcione a la temperatura exacta. Gracias a sus características es uno de los actores más relevantes de la zona”, agrega Ulloa. ■



RECESIÓN Y RIESGOS. LA NECESIDAD DE AVANZAR EN LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA PARA SER MÁS EFICIENTES

50

EL CLIMA DE INCERTIDUMBRE ACTUAL Y LAS EXPECTATIVAS QUE LAS EMPRESAS TIENEN AL INICIO DE CADA CICLO ANUAL SON FACTORES A CONSIDERAR CUANDO SE INTENTA ANALIZAR LOS DESAFÍOS 2023 RELACIONADOS CON LA OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS EN LA ACTIVIDAD LOGÍSTICA; LA QUE SE RELACIONA ESTRECHAMENTE CON LA INVERSIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL AL INTERIOR DE LAS EMPRESAS.

La pregunta que subyace, entonces, es ¿cuán consciente están los actores empresariales y los líderes de la industria logística chilena respecto a la relación simbiótica entre la optimización de procesos y la innovación tecnológica?; ello considerando que, según diversos expertos, las innovaciones tecnológicas que emergieron a lo largo de 2022, deberán seguir su ruta de consolidación durante los próximos doce meses; debido a las precedentes y nuevas disrupciones que afectarán a las cadenas de suministro y a la actividad logística a nivel global y local. Veamos...

LA RECESIÓN, LA INVERSIÓN Y EL MERCADO

En torno a la inversión tecnológica en la industria logística y los efectos del escenario económico nacional, Carolina Vásquez, Ceo y Co-Founder de STG, sostuvo que “las compañías logísticas ya están apostando por nuevas tecnologías para crecer pese a las predicciones económicas y si bien este 2023 se harán inversiones más controladas, las empresas seguirán enfocándose en la innovación a través de tecnologías que les generen mayor rentabilidad y mejoren la productividad y eficiencia”.

Consecuentemente y partiendo de la premisa de que “la recesión económica en Chile (y el mundo) es una realidad”, Leonardo Navarrete, gerente co-

mercial de STG Chile, sostuvo que, pasar de dicho escenario, “para gran parte de las industrias, especialmente la logística, se abren las puertas para mejorar procesos e identificar nuevas inversiones que aporten a un mejor desempeño y ganancias en el largo plazo”, destacando el hecho de que las empresas pondrán especial foco en “planificar y proyectar planes de innovación, automatización y robotización para incrementar la productividad, permitiendo optimizar el retorno de inversión en función a la tecnología que se va a implementar”.

Justamente, en torno a los drivers de inversión tecnológica para el ámbito logístico, Vázquez especificó que el foco de las compañías es la automatización de procesos, la proactividad y producción dentro del almacén y la última milla, y para lograr procesos eficientes, se requieren dispositivos y software que se adapten a cada estrategia.

“Dentro de los almacenes, las compañías necesitan ordenar e integrar toda la información de manera rápida y efectiva, para ello -para empezar- las tecnologías se deben enfocar en los colaboradores para que estén conectados y comunicados entre ellos, estas herramientas las brinda la Inteligencia Artificial por ejemplo, ya que facilita la toma de decisiones y el análisis de información.

Asimismo, sistemas como el de gestión de almacenes (WMS) llama la atención de las empresas ya que aumenta la productividad hasta en un 70%, manteniendo el orden, agilidad y disminuyendo los espacios de almacenamiento, además, evita los temidos cuellos de botella”, sostuvo Vásquez.

Al mismo tiempo, la vocera de STG manifestó que, además, somos testigos de consumidores que quieren todo al momento, “por ende utilizar software dirigidos a la última milla con Inteligencia Artificial permite ordenar pedidos y rutas, planificando despachos y anticipando los trayectos más urgentes”. A partir de lo expuesto por los expertos de STG, queda de mani-

fiesto que si bien los escenarios recesivos generan mayor incertidumbre al momento de invertir; también representan un momento oportuno, considerando que las empresas requieren ser más productivas y eficientes; un visión con la cual concuerda Magdalena del Solar, gerente de Desarrollo de Negocios de Ecomsur, quién sostuvo que “si consideramos los escenarios macroeconómicos a los que se enfrentan los países, con alta inflación, tasas de interés al alza y recesión, se hace cada vez más importante para las empresas aumentar su rentabilidad operacional”, indicando que las inversiones tecnológicas deben ir dirigidas en esa línea.

No obstante, Del Solar también planteó otras cuestiones interesantes en torno al impulso inversor en materia tecnológica. La primera de ellas se refiere al efecto de los eventos disruptivos que amenazan la performance de las cadenas de suministro globales en los próximos 12 meses, tales como: la guerra entre Ucrania y Rusia, o la situación entre China y Taiwán; ante los cuales – sostuvo – “las empresas deben preparadas, monitoreando constantemente la situación global, por lo cual deben contar con soluciones tecnológicas que permitan actuar de forma anticipada ante estos riesgos”.

En segundo lugar, la ejecutiva de Ecomsur indicó que otro punto relevante – en torno a la inversión tecnológica - es la necesidad de convertir a las compañías en empresas más sustentables y respetuosas con el medioambiente. “Los negocios más avanzados ya tienen procesos automatizados con robots, así se pueden deshacer de equipos que necesitaban combustión por ejemplo, para ser más rentables y al mismo tiempo más amigable con el medio ambiente. De esta forma mejoran desde sus procesos productivos hasta sus entregas y todo lo que tiene que ver con la última milla, convirtiéndola en una empresa más verde, lo que es cada día más valorado por el consumidor final”.

Considerando los desafíos expuestos por Del Solar, en torno a la necesidad de abrir paso a la innovación tecnológica, sobre



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

todo con miras a los procesos logísticos, cabe preguntarse ¿Cómo la industria logística nacional ha enfrentado estos desafíos? En esta línea, Carolina Vasquez sostuvo que “el mercado en Chile es proactivo y cada día vemos más clientes con intenciones de integrar nuevas tecnologías que se adapten a las necesidades tanto internas como externas (usuario final) y otros que ya las han implementado en la mayoría de sus procesos. Si lo comparamos con otros países como Estados Unidos o partes de Europa que tienen una gran implementación de tecnologías en el rubro, no nos quedamos atrás”.



Carolina Vásquez
Ceo y Co-Founder
en STG

Ahora bien, desde la perspectiva de los proveedores de soluciones tecnológicas para la Supply Chain y la logística, Vasquez manifestó que “estamos constantemente evaluando e investigando las novedades que vienen desde afuera y le damos una bajada local con el fin de identificar su viabilidad, costos y beneficios (...) Somos un país competitivo y con el paso de los años nos hemos adaptado a las nuevas necesidades y exigencias de consumidores que conviven con la tecnología en prácticamente todas sus funciones diarias”, agregando que la gran mayoría de los clientes “están buscando innovación a través de soluciones para cada parte de sus procesos, ya sea de almacén, última milla, servicio al cliente, recursos humanos, entre otros.

Las principales tecnologías que vemos en el mundo y en Chile se relacionan con la automatización de procesos, robotización, tiendas modernas y RFID”.

Y ¿qué depara el futuro? Según la ejecutiva “en los próximos años estas inversiones crecerán e irán en línea con las tendencias globales y de la región. Es la única manera de seguir evolucionando y generando ganancias a largo plazo con servicios de

excelencia y enfocados en la satisfacción de colaboradores y consumidores finales”. Ahora bien, considerando el actual momento económico que atraviesa nuestra economía, ¿qué deben considerar las empresas a la hora de invertir en tecnologías para la logística y la Supply chain? Al respecto, Del Solar indicó que “en este punto es vital establecer qué es lo que necesita el negocio para crecer en infraestructura tecnológica. No todas las empresas tienen las mismas necesidades a la hora de invertir en tecnología, por tanto, se deben buscar soluciones que se adapten a su modelo de negocios y necesidades”.

Según la vocera de Ecomsur, las empresas deben considerar, por ejemplo “que hay licencias y herramientas que muchas veces se negocian por un tema de volumen. Por lo que, contar con un partner especializado en el tema que funja como un desarrollador, implementador y operador de estrategias de negocio puede traer beneficios tangibles como el ahorro de tiempo e incluso capital en procesos necesarios que van desde lo general como cotizar diferentes proveedores, hasta lo particular como dar seguimiento a un caso”.



Marianela Suco
Regional Territory
Manager de Nexxt

Por último, Del Solar sostiene que es importante entender que vivimos un momento económico en que el costo del dinero es más alto, “lo que genera una necesidad de priorización de este tipo de proyectos que debe considerar proyecciones de crecimiento, capacidad de mejorar la rentabilidad de las operaciones, y a qué plazos, lo que sin duda marcará un cambio en las estrategias de inversión tecnológica y de transformación digital de las empresas”.

A partir de lo expuesto, la ejecutiva sostiene que “para este 2023 y los próximos años, se espera que las inversiones estén dirigidas a mejorar la visibilidad en tiempo

real de los almacenes, lo que se logra con la digitalización. Así, las mejoras apuntarán a la automatización de procesos en almacenes y tiendas, control de stock y servicios de última milla, buscando mejorar la rentabilidad”.

Pero, cuando hablamos de inversión tecnológica a nivel empresarial, no sólo debemos considerar en el análisis los drivers de inversión o la oferta del mercado. De hecho, existe otro factor a considerar; uno que muy pocas veces es abordado y que se refiere a la infraestructura necesaria para que todas estas tecnologías de automatización, de Inteligencia artificial y otras puedan implementarse y alcanzar su mayor potencial.



Magdalena del Solar
Gerente de Desarrollo
de Negocios de Ecomsur

En esta línea, según ha expuesto Marianela Suco, Regional Territory Manager de Nexxt. “las soluciones de infraestructura que se adaptan a los requerimientos de la Industria 4.0, son vitales para implementar herramientas digitales clave, como la automatización de procesos, la Inteligencia Artificial y el Machine Learning, por ejemplo”, indicando que, tanto los procesos productivos como logísticos se basa en la coordinación de diversas tecnologías, las cuales solo pueden sustentarse sobre infraestructuras avanzadas que contemplen toda la cadena de valor, desde la fabricación, la logística, distribución, etc.

Según, Suco, la capacidad de respuesta de las empresas, impulsada por la automatización de procesos y la transformación digital, “necesita estar sustentada por soluciones de redes de gran escala y de alto rendimiento, que sean capaces de garantizar la productividad de una gran diversidad de industrias, así como la de los servicios relacionados con el transporte y la logística”. ■

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.



LOGÍSTICA 2023: ¿CUÁL ES LA TECNOLOGÍA ESTRELLA?

UN TEMA DE NUNCA ACABAR: LA LOGÍSTICA Y LA TECNOLOGÍA QUE SE APLICA EN LOS PROCESOS Y QUE CADA DÍA TIENE ALGO NUEVO QUE CONTAR. POR LO MISMO, SABER CUÁL VA A SER LA QUE MÁS BRILLARÁ ESTE AÑO, ES DIFÍCIL. ANGÉLICA BARRÍA, PERTENECIENTE A LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES EN LOGÍSTICA APLOG A.G., HABLA SOBRE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO Y CÓMO IMPACTA LA LOGÍSTICA SOSTENIBLE EN SU FUNCIONAMIENTO, CON EL HIDRÓGENO VERDE Y LOS AVANCES TECNOLÓGICOS COMO SUS GRANDES PROTAGONISTAS.

Está más que dicho: el 2023 viene desafiante, aunque para el mercado eso dejó de ser novedad. Entre las múltiples crisis —económica, social, sanitaria y política— Chile, la región y el mundo están viviendo constantes cambios, lo que impacta en los negocios y su desarrollo. Parte importante de ellos es la logística, y si bien la tecnología y la innovación han apoyado en superar los desafíos que presenta a diario, aún quedan otros tantos por considerar.

Si hablamos de las cadenas de suministro, uno de los grandes retos que enfrentan en la actualidad son los atrasos por escasez de suministros y la congestión de los puertos. “Este año, las empresas deberán analizar su demanda para tener cuidado de no hacer pedidos excesivos para compensar estos retrasos. Las cadenas de suministro deben centrarse en una recuperación lenta, reestructurándose para evitar una escasez similar en el futuro, sin generar afectaciones de mercado”, aconseja Angélica Barria, perteneciente a la Asociación de Profesionales en Logística APLOG A.G., y quien también es directora del Foro Iberoamericano de Logística y PhD © en Ciencias de la Administración y Negocios. Para la experta, otro de los grandes desafíos que se presenta este año para la cadena de suministros está relacionado con la gestión de las relaciones internacionales, las crecientes tensiones con China y el actual conflicto entre Ucrania y Rusia, “lo que está dificultando el abastecimiento de materias primas y mercancías claves para la producción del mundo”.

Los cambios, asegura, perdurarán y se incorporarán grandes avances que serán necesarios tener en

cuenta al momento de buscar obtener una ventaja competitiva en el mercado.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA DE LA LOGÍSTICA QUE SE PREVÉN PARA EL 2023?

Menos teoría y más acción. Barria maneja varias tendencias a la hora de hablar sobre qué es lo que el mercado debe aplicar en términos logísticos este 2023. A continuación, enumera y explica ocho de ellas:

1 Almacenamiento en la nube: Para llevar un registro de toda la operación, ya que todo se guarda de forma automática en la nube contando con un acceso fácil y rápido a los datos requeridos.

2 Enfoque hacia la sostenibilidad: No solo es un desafío para la cadena de suministro, sino que también la están asumiendo todas las empresas en su totalidad. La logística verde o sostenible busca una mejora en la conservación del medioambiente sin perder eficiencia y optimizando los procesos actuales.

3 Transparencia a través de la innovación: Se consigue de la mano de la digitalización y el empleo de tecnologías innovadoras. Las empresas deberán analizar sus procesos

logísticos para detectar el potencial de optimización y luego, explotarlo.

4 Automatización de los procesos: Parte de la transparencia se logra a través del uso de las tecnologías y softwares más avanzados, los que son cada vez más recurrentes para reducir los riesgos y mejorar la productividad de los procesos empresariales. Si el negocio crece, crecen las complejidades y, pese a que son muchos los motivos de un posible fracaso si no hay un correcto control, el apoyo en sistemas de gestión facilita el proceso.

5 Drones y robots: El uso de drones y robots para el reparto de productos es un proyecto que se viene gestionando hace años y es una realidad muy próxima. Algunas empresas, como Amazon, ya han hecho pruebas para repartir a través de drones, aunque todavía no se han aceptado. También crece el desarrollo de soluciones de conducción autónoma con camiones automatizados, teniendo como complemento al trabajo humano a la inteligencia artificial.

6 Última milla: Mientras que los consumidores están encantados con tendencias como la entrega en el mismo día o el envío/devolución gratis, el sector logístico lo vive justo al revés. Los crecientes volúmenes de transporte, la mayor urbanización y los altos costos generan retos diarios. La respuesta a este problema podrían ser los Hub, pequeños almacenes que acercan la mercancía a los clientes.

7 Logística verde: Cada vez son más las personas que desarrollan conciencia ambiental y, por ende, saben bien qué productos comprar o no. Es indispensable que pienses en que tanto tu producto como el empaque o la forma de entrega, sean eco amigables. El impacto que han generado las industrias en el cambio climático, ahora son una de las grandes prioridades y tendencias del consumo responsable.

8 El 5G y el metaverso: dos tecnologías en ascenso. La primera está en una fase de despliegue más avanzada, la segunda está en una embrionaria. La conectividad servirá de apoyo para la adopción de la nueva generación de telecomunicaciones.

Siguiendo en la misma línea, Barria explica cuáles son las tecnologías relacionadas con logística que



hoy no puede faltarle a los retails para revolucionar al sector. El análisis lo realiza a partir del estudio The Logistic World y en base a cinco tendencias.

Automatización de procesos: La tecnología agiliza la operación de las cadenas de retail. Adoptar, por ejemplo, sistemas de almacenaje automatizado, como el micro-fulfillment, puede hacer más eficiente los tiempos de preparación de pedidos.

Optimizar entregas: Hay que lograr que las órdenes lleguen a los clientes cuanto antes. Además, es primordial apalancarse en plataformas tecnológicas de delivery que permitan el rastreo en tiempo real, la planificación de rutas y la comunicación con el transportista.

Extender la experiencia de compra: Ofrecer catálogos extendidos en dispositivos móviles en las tiendas permite que el cliente mire un inventario



Angélica Barria
Directora del Foro Iberoamericano de Logística y PhD en Ciencias de la Administración y Negocios

“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 (...) 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”

ampliado. Si elige algo de ahí, puede comprarlo en tienda o en línea y recibirlo en su hogar, o bien, llevárselo de forma inmediata.

Simplificar el checkout: Las tiendas deben detectar cuál es el verdadero objetivo del cliente y eliminar lo que no le suma valor o no está dispuesto a experimentar alrededor de su proceso de compra.

Personalización: El poder de la inteligencia artificial permite enfocar las sugerencias de productos para cada tipo de usuario, e incluso ofrecer carritos de compra precargados con estas recomendaciones.

HIDRÓGENO VERDE PARA EL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA

En enero se informó que la mayor planta latinoamericana de gasolina sintética en base a hidrógeno verde va a empezar su producción a escala comercial en la Patagonia de Chile. Frente a esto, el mercado debe prepararse para tener una logística en base a esta innovación libre de impurezas.

Y es que Chile ha sido identificado como uno de los países donde se puede producir el hidrógeno verde más económico del mundo y, 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. Según lo señalado en una nota publicada en Logistec en octubre 2022, a partir de la diversificación de su matriz energética, el país avanza determinadamente en la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde que se lanzó en 2020 y que apunta, entre otros aspectos, a promover su uso en actividades productivas claves como la minería, la agricultura y el transporte, a fin de ser más competitivos a nivel nacional e internacional.

Al hablar de transporte, la industria marítima a nivel mundial es una de las protagonistas. 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 (...) 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, al momento de presentar estas cifras en 2022. El uso del hidrógeno verde en la logística viene a fomentar aún más la implementación de una logística sostenible/ verde en las empresas. Hoy se habla de electromovilidad, de medición de la huella de carbono y del compromiso empresarial que conlleva implementarla, entre tantos otros factores que la representan. Por lo mismo, ¿es factible pensar en una logística más verde de la que ya existe? ¿Qué debe hacer el mercado para que el hidrógeno verde “despegue” como corresponde a nivel local y logístico?

Barría dice que la concepción de la logística verde entendida como un conjunto de políticas sostenibles y medidas encaminadas a reducir el impacto medioambiental, afecta a la configuración de procesos, estructuras y sistemas en el transporte, la distribución y el almacenamiento de mercaderías: “El planteamiento tradicional de la logística suele dejar al margen de la toma de decisiones su grado de sostenibilidad medioambiental. En cambio, el objetivo de la logística verde es encontrar el equilibrio económico y el ecológico”, señala.

TECNOLOGÍA, ¿HASTA QUÉ PUNTO?

Como mencionó Barría, el uso de drones que realizan delivery hasta la puerta de la casa es casi una realidad. Un verdadero avance para la logística, pues trae muchos beneficios –aceleración de las entregas, disminución de costos, automatización de tareas, entre otros– pero es tan solo un ejemplo de tantos. Y si las máquinas están reemplazando la labor del capital humano, el miedo a que este desaparezca es bastante válido. Sin embargo, Barría asegura que la presencia humana es imprescindible para la realización de la actividad logística: “El capital humano es el parámetro, el que estima la demanda y tiene el discernimiento en la toma de decisiones. Hoy se habla de la logística 5.0 para que la industria avance en tres direcciones: factor humano, sostenibilidad y resiliencia. El colaborador es concebido como una inversión y la preocupación por su bienestar y formación será vital para el centro logístico. ■

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



FLOTASCONECTADAS.MICHELIN.CL
+56 9 9872 3730



MICHELIN

PORQUÉ LA TELEMETRÍA AGARRA VUELO EN CHILE

DEBIDO A LOS MÚLTIPLES BENEFICIOS QUE OFRECE LA VISUALIZACIÓN DE DATOS, CADA VEZ SON MÁS LAS EMPRESAS QUE ESTÁN INCORPORANDO LA TELEMETRÍA A SUS OPERACIONES. ESTA HERRAMIENTA NO SÓLO LES PERMITE SER MÁS EFICIENTES Y PRODUCTIVAS, SINO TAMBIÉN PREVENIR ACCIDENTES.

La telemetría se ha convertido en una poderosa herramienta de gestión para toda la cadena de suministro, ya que permite monitorear en tiempo real diversos datos que permiten medir, evaluar y tomar decisiones. Gracias a esta tecnología, las empresas pueden controlar cuánto combustible gasta, la temperatura de sus cargas e, incluso, prevenir riesgos cuando sus vehículos están en ruta.

"Hemos visto un avance muy rápido, sobre todo, tomando en consideración que la flota busca ser más eficiente. La única manera de lograr ese objetivo es teniendo más información de las operaciones. Por lo que hemos visto en el último año, más empresas están buscando telemetría y no solamente un servicio básico. Las que tienen servicios básicos hacen la migración a un servicio con telemetría y análisis de datos", explica Óscar Garcés, gerente general de Fleet Up.

Según el ejecutivo, diversos actores de la industria han logrado, por ejemplo, reducir su consumo de combustible, ya que con telemetría pueden identificar exactamente dónde se está desperdiciando el recurso. "Esto no sería posible si no tuviéramos los datos directamente y el análisis que se puede extraer directamente desde una plataforma web", señala.

En tanto, Felipe Espinoza, Product Manager de Arrimaq, reconoce que la trazabilidad de ciertos datos es algo que siempre ha sido difícil de obtener. "Esta información, si bien nace directamente desde el uso de los equipos nos entrega una visión más amplia del funcionamiento y puntos de optimización dentro de una operación. Conociendo la operación, resulta más sencilla la toma de decisiones, en aspectos tales como distribución de funciones de los colaboradores, diseño interior de una bodega, optimización de flota entre muchas más, con el fin de lograr una mejor productividad", complementa.

EL IMPACTO DE LA TELEMETRÍA

Sin embargo, la telemetría no sólo mejora la gestión y la administración del combustible, sino también la operación en general, gracias al análisis de la productividad de los vehículos y los mantenimientos preventivos y predictivos.

"Tenemos datos del odómetro de los vehículos que nos permiten hacer un mantenimiento más exhaustivo. También los códigos de falla que se pueden extraer permiten mantener en óptimas condiciones la flota, asegurando una continuidad operacional cercana al 100%", indica Óscar Garcés, gerente general de Fleet Up.

Pero, según Garcés, no se trata solo de buscar el ahorro y la optimización de recursos. Igualmente, es importante contribuir al cuidado medioambiental, reduciendo la huella de carbono mediante iniciativas públicas y privadas.

Por su parte, Maximiliano Álvarez, Field Account Manager RM de Jungheinrich Chile, valora cómo se recogen y se utilizan los datos para que agreguen valor a la operación, de modo que se logre la eficiencia operacional. "En este sentido destacamos como ventajas: que nos permite ajustar la flota, disminuir el consumo de combustible o electricidad, mejorar los tiempos de taller, disminuir el costo de repuestos, identificar operadores con actitudes temerarias, cambiar conductas de operadores, aumentar la disponibilidad real del equipo, disminuir las mantenciones correctivas e incrementar la productividad, entre otras", señala.

Adicionalmente, el ingeniero comercial afirma que gracias a la telemetría los procesos son más seguros. "Sumado a una serie de externalidades positivas tanto desde el punto de vista operacio-

nal como financiero, pues hemos detectado que es una inversión que en el corto plazo logra disminución de los costos, con lo cual es un sistema que 'se paga por sí solo'. Para ello, las empresas requieren de un partner que entienda de esta tecnología y que cuente con experiencia en su implementación y desarrollo", añade.

Según Felipe Espinoza, Product Manager de Arrimaq actualmente, las personas en cargos gerenciales de las operaciones logísticas están empapadas de lo que pasa realmente su operación, lo que les permite mejorar sus KPI para lograr la eficiencia y, por sobre todo, la mejora continua. "Hoy en día un sistema de telemetría en una flota logística es el desde para comenzar a tener eficiencia y productividad", dice.

En este contexto, el ejecutivo recuerda que las máquinas no hablan por sí solas, pero los datos sí. "Hoy vemos que clientes han logrado adecuar el tamaño de su flota a su real necesidad, así como su optimización del uso y tiempos de trabajo; disminuir la tasa de accidentes vinculados a la operación de los equipos, como también el gasto en daños de equipos, racks y otros elementos. Mi consejo es que al menos se interioricen, realicen pruebas por un período de tiempo y analicen la información obtenida y potenciales mejoras. En mi experiencia, la telemetría aplica para todo tipo de empresas, independiente del tamaño e industria", afirma Espinoza.

SU ROL EN LA SEGURIDAD

Las operaciones que han optado por un sistema de telemetría han logrado un gran avance en la visualización de sus procesos, lo cual ha tenido un impacto en la productividad y la seguridad. "Poder determinar las horas que trabaja cada una de las máquinas y el porcentaje de utilización dentro del tiempo de encendido permite que los responsables de cada área que puedan determinar si la flota se ajusta a sus necesidades", sostiene Maximiliano Álvarez, Field Account Manager RM de Jungheinrich Chile.

Además, poder saber quién usa la máquina o restringir su funcionamiento a la capacitación del operador implica menos mantenciones correctivas y, en consecuencia, una mejor tasa de disponibilidad. "A esto se suma al ranking de operadores que

genera el sistema, determinando quienes son los operadores con actitudes más temerarias dentro de la operación. Ello se complementa con una lista de comprobación digital, que además de todos los beneficios que implica digitalizar los procesos, permite realizar el seguimiento a las observaciones realizadas por cada operador o llevar una estadística de los eventos que se reportan", indica el ejecutivo.

CUATRO CLAVES DE LA TELEMETRÍA

En opinión de Felipe Espinoza, Product Manager de Arrimaq, hay cuatro conceptos asociados a la telemetría que son indispensables para el mundo logístico:

1 Control de costos: reunir toda la información necesaria es fundamental para poder determinar el tamaño y tipo de la flota de maquinaria a recibir, el control de impactos y los costos por daños tanto en maquinaria como para los elementos dentro de una operación logística.

2 Productividad: gracias a la telemetría se logra una clara visualización de los tiempos de uso de los equipos y el tipo de operación realizada, incluso, es posible conocer los tiempos en que un equipo se encuentra en movimiento, con carga o sin ella.

3 Seguridad y Salud: un pilar clave es la seguridad y tener el control de acceso al equipo, es fundamental para el cuidado de todos en una compañía. Es posible llevar el control de vigencia de licencias de conducir, el control de impactos, el bloqueo del equipo y la geolocalización de eventos. Así, se pueden tomar acciones correctivas ya sea por condiciones físicas del entorno o por la necesidad de entrenamiento a los operadores, disminuyendo factores de riesgo dentro de la operación logística.

4 Sustentabilidad: al extender la vida útil de los equipos, baterías y cargadores le hacemos un favor al medio ambiente, lo cual es un paso importante en la sustentabilidad.

La geolocalización (GPS, por su sigla en inglés) permite identificar, mediante coordenadas en un mapa, la ubicación precisa de un dispositivo o cualquier otro activo. Esto, porque las redes de teleco-

"Poder determinar las horas que trabaja cada una de las máquinas y el porcentaje de utilización dentro del tiempo de encendido permite que los responsables de cada área que puedan determinar si la flota se ajusta a sus necesidades"

municación satelital nos entregan la longitud y la latitud exacta de un objeto.

Gracias a esta tecnología, Renteq -proveedor de maquinaria pesada que denunció el millonario robo de un minicargador desde las instalaciones de un cliente en la Región Metropolitana- pudo conocer el paradero de la máquina horas después de cometido el delito. “Sin esta tecnología es casi imposible recuperar los equipos sustraídos”, comenta Elliot

Keim, gerente comercial de Renteq.



Maximiliano Álvarez
Field Account Manager RM
en Jungheinrich Chile

Antes, no quedaba más opción que publicar anuncios en los diarios y sitios web masivos ofreciendo una recompensa o contratar investigadores privados para recuperar los activos. “En nuestro caso, no es primera vez que nos roban una máquina, pero previamente no teníamos GPS, por lo que no tuvimos la misma suerte a la hora de buscarlas”, agrega.

Ahora, el minicargador robado fue recuperado gracias a que RendaloMiq instaló un dispositivo geolocalizador en el equipo. “Parte central del negocio consiste en saber dónde están los activos

de alto valor que están trabajando a lo largo del país. Es importante, para robustecer la productividad, conocer los movimientos que ha hecho la máquina para evaluar su rendimiento, como también tener información respecto



Felipe Espinoza
Product Manager
en Arrimaq

de su disponibilidad”, señala Ariel Vaisman, CEO y cofundador de la startup, que ofrece GPS gratuito y rastreo de máquinas, un beneficio que hizo posible el rastreo en tiempo real del minicargador robado y su recuperación con el apoyo de Carabineros.

La tecnología GPS permite aplicar las denominadas “geocercas”, una configuración que entrega la posibilidad de determinar los rangos de acción y movimiento de las máquinas, emulando lo que podría ser una “reja virtual”. Si el activo sale de ese radio, emitirá una alerta que puede indicar alguna anomalía, falla o robo, como ocurrió en el caso de Renteq.

“Esto ya se está usando en el rubro de la maquinaria y a raíz de situaciones como esta, se proyecta un aumento exponencial en los próximos años, que se potenciará de la mano de las nuevas redes 5G y el uso de la telemetría para trazar el camino hacia una gestión totalmente digital”, cierra Ariel Vaisman.

Y es la multiplicidad de usos lo que ha transformado a la telemetría en un aliado de las operaciones logísticas, tal como lo señalan los entrevistados. Es que en tiempos en que la optimización de los procesos, la eficiencia de las operaciones y la seguridad de los activos y de los colaboradores asoman como las principales preocupaciones y desafíos de la industria; herramientas como éstas no sólo complementan un mix de soluciones de una mira-

da preventiva, sino que pueden marcar significativamente la performance operacional de una compañía.



Ariel Vaisman
CEO y cofundador
en RendaloMiq

La versatilidad de esta tecnología ha permitido su masificación, ya que puede sumarse

a una empresa en sus distintas estrategias, ya sea seguridad o eficiencia operacional, tal como señalamos anteriormente. Sin embargo, sea cual sea, la motivación el principal beneficio es la amplitud de la mirada que le entrega a la empresa sobre su operación.

“No se puede controlar aquello que no se ve”. Aquella frase -que se ha ido adaptando de acuerdo a los tiempos- refleja el real alcance de esta herramienta: permitir a las empresas conocer en detalle aspectos de su operación y permitirles así una toma de decisión informada, rápida y correcta.

Finalmente, los alcances de la telemetría y sus beneficios en la industria logística seguirán, sin duda, creciendo, ya que el compromiso de las empresas proveedoras de estas soluciones es la innovación constante y el desarrollo de mejoras, lo que hace presagiar un futuro auspicioso si la tecnología sabe adaptarse a los cambios constantes de la logística, integrarse a la operación de sus clientes y responder con desarrollos a las crecientes necesidades y demandas de sus clientes. ■

“En nuestro caso, no es primera vez que nos roban una máquina, pero previamente no teníamos GPS, por lo que no tuvimos la misma suerte a la hora de buscarlas”

TRES PALABRAS NOS DEFINEN...

**EXCELENCIA.
SERVICIO.
FLEXIBILIDAD.**



**ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES.
CONSULTA DISPONIBILIDAD.**

**7 CENTROS DE
ALMACENAJE**

**180.000 METROS CUADRADOS
CUBIERTOS**

**15
AÑOS**

CERTIFICACIONES



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

WWW.CENTRALBODEGAS.CL

+562 2608 2800

contacto@centralbodegas.cl

RX 20 GRÚA HORQUILLA ELÉCTRICA

VERSIONES CON 3 Y 4 RUEDAS

- ❑ El mejor rendimiento de manejo de su clase.
- ❑ La mayor gama con una carga de batería.
- ❑ La mejor visión panorámica para una alta seguridad en el trabajo.
- ❑ Elevada agilidad y maniobrabilidad precisa.

El modelo de STILL RX 20 es la última generación en grúas eléctricas. Con interesantes atributos la convierten en una maquinaria poderosa en la logística actual.

Aquí presentamos alguna de sus principales características:

- El conductor puede activar funciones de rendimiento dependiendo de la aplicación y recibe toda la información de seguridad.
- Con el cambio de batería más seguro y más rápido.
- Aceleración dinámica, velocidad máxima de 20 km/h, maniobrabilidad precisa – con estas características patentadas, la RX 20 consigue el mayor rendimiento jamás alcanzado en la gama de carga de 1,6 a 2 toneladas.
- Cuando está en funcionamiento, un sistema electrónico inteligente controla cada celda de la batería en tiempo real.

Máxima visión sobre la carga gracias a su nuevo diseño de mástil optimizado de 3 etapas.

Nuevo Grupo de Tracción sin mantenimiento, máxima eficiencia energética.



Nuevo diseño de su tren trasero menor radio de giro.



Nuevo Grupo de Tracción sin mantenimiento máxima eficiencia energética.



Sistema CSC control de velocidad en curvas.



Versión con 3 ruedas



Panel de visualización digital.
Nuevos controles de manejo Multi
Palancas , Mini Finger y Joystick.

Opcional: Asiento con giro ayuda
a mejorar las postura corporal en
sentido de conducción en reversa.

Nuevo diseño de su
tren trasero menor
radio de giro.



Rápido y seguro gracias a
su cambio de batería en
forma lateral.

Opcional Asiento con giro ayuda
a mejorar las postura corporal en
sentido de conducción en reversa.

Panel de visualización digital.
Nuevos controles de manejo Multi
Palancas , Mini Finger y Joystick.



Para más información visita
el sitio web **dercomaq.cl**

LAS BRECHAS Y DESAFÍOS DEL TRANSPORTE TERRESTRE INTERNACIONAL

La tecnología es una de las brechas por acortar en este rubro esencial para el desarrollo del país. Con análisis de datos, muchos transportistas podrían alcanzar la excelencia operacional y mejorar su toma de decisiones.

64

El año pasado no fue fácil para los transportistas. Factores como los precios de los combustibles, las tarifas y la seguridad en las carreteras fueron foco de preocupación para la mayoría y, probablemente, en 2023, lo sigan siendo.

Pero, tal como dice Esteban Fernández, líder de Transporte Latam de Calyco, el transporte terrestre internacional es estratégico para el abastecimiento de materias primas y productos terminados esenciales entre países. Por lo mismo, no debe to-

marse a la ligera. Además, considerando la falta de servicios ferroviarios interconectados en Latinoamérica y el alto costo del flete aéreo, el transporte terrestre internacional es esencial. Sin embargo, urge acortar algunas brechas para impulsar su desarrollo: “demora en Aduanas, poca seguridad en ruta y mayor dotación policial en instalaciones de control en pasos fronterizos”, comenta Esteban Fernández.

Igualmente, el ejecutivo cree que se deben tecnologizar los procesos de control



aduanero y mejorar las instalaciones fiscalizadoras de los pasos entre países. Pero, al menos para Calyco, las proyecciones son buenas, pues, se proyecta un crecimiento de los servicios apalancado por una fuerte inversión en camiones propios y la capacidad de respuesta tanto para clientes en Chile como en el resto de la región. “Esto tiene relación en la visión de proyección de proyectos a futuro, como la implementación del Corredor Bioceánico, el cual tiene un total de 1.925 kilómetros de extensión y aprovecha una serie de rutas que ya conectan Brasil, Argentina, Paraguay y Chile”, explica Fernández.

Y es que dicha vía permitirá agilizar el movimiento de carga del centro del continente, para que desde los puertos de

la región del norte de Chile puedan salir los productos hacia los mercados del Asia Pacífico. “Por ejemplo, si un barco desde Brasil se demora del orden de 62 días a Japón, desde los chilenos el tiempo se reduce a la mitad”, sostiene el líder de Transporte Latam de Calyco.

INCERTIDUMBRE

En opinión de Álvaro Cepeda, director de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Andrés Bello (UNAB), sede Viña del Mar, el comercio internacional vía terrestre presenta altos componentes de incertidumbre. “Los años han estado marcados por los efectos de la pandemia, la guerra de Ucrania y la inflación. Para 2023, la guerra de Ucrania y el alza de precios seguirán representando riesgos e incertidumbres, junto con el estancamiento de la economía local y las vecinas”, afirma.

Entre los principales socios comerciales de Chile -en materia de comercio internacional terrestre- se



Esteban Fernández
Líder de Transporte Latam
en Calyco

encuentran Brasil, Argentina, Bolivia y Perú. “Los viajes de largos trayectos sufrirán el impacto del alza de los combustibles. Por esto, la gestión eficiente del combustible será un aspecto importantísimo para poder optimizar”, sostiene el profesor Cepeda.

Por lo anterior, el Centro de Transporte y Logística de la UNAB ha estado estudiando las mejores prácticas para alcanzar eficiencias. Una de ellas es la configuración aerodinámica de camiones. “Tapabarroos que cubran los neumáticos y un manejo prudente y adecuado pueden lograr reducciones del consumo combustible de entre 5 y 15%”, comenta el investigador.

Si bien, años anteriores estuvieron marcados por la escasez de conductores, lo cual impactó las remuneraciones, para este año se espera que el fenómeno no se

repita, ya que hay indicios de una mayor oferta de choferes. “El desafío es contar con choferes capacitados, motivados y con una cultura de búsqueda de eficiencias en la operación de transporte. A nivel latinoamericano el sector transportista nacional tiene un buen posicionamiento, en términos de prácticas de gestión, operación y laboral. Sin embargo, al comparar con países desarrollados la utilización de tecnología es una de las principales brechas a cerrar”, señala Álvaro Cepeda.

En este ámbito, algunas de las tecnologías que el profesor sugiere adoptaron son aplicaciones enfocadas en el control



Álvaro Cepeda
Director de Educación
Continua de la Facultad
de Ingeniería UNAB,
sede Viña del Mar.

de flota, la trazabilidad en tiempo real, la gestión de la documentación, la mejora en la gestión de los activos y el mantenimiento preventivo.

“La visualización de los envíos, inventarios, activos de transporte y proveedores permitirán una mejor coordinación de la cadena de suministro. El análisis de datos impulsa la excelencia operacional y mejora la toma de decisiones”, dice.

Otra brecha por cerrar es la colaboración en las redes de transporte. “Dado que se debe fortalecer la resiliencia de las cadenas de suministro, la gestión integrada de la logística es un aspecto para desarrollar”, comenta el académico de la UNAB.

TRANSPORTE SOSTENIBLE

Pese a que aumentar ingresos y reducir costos será una labor difícil, se debe continuar por la senda de la sostenibilidad. De ahí que la reducción del impacto en el medio ambiente sea un factor por gestionar. “La búsqueda de combustibles alternativos amigables con el medioambiente o la reconversión de flotas a electromovilidad pueden generar oportunidades de desarrollo. Sin embargo, está condicionado a

las diferentes situaciones técnicas de cada país”, explica. Para Vicente Aprigliano, académico de la Escuela de Ingeniería en Construcción y Transporte de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), el principal desafío del transporte terrestre internacional, principalmente en Latinoamérica, es lograr atender a la creciente demanda de mercancías sustentables. “Naturalmente, para lograr eso hay que reconocer algunas deficiencias con respecto a la conectividad, la calidad de la infraestructura, la seguridad y los avances tecnológicos en el sector del transporte terrestre”, comenta.

En tanto, al comparar Latinoamérica con regiones más desarrolladas, el investigador de la PUCV también observa una brecha en la gobernanza vinculada a la infraestructura y la gestión logística.



Juan Carlos Muñoz
Ministro de Transporte
y Telecomunicaciones

En este sentido, urge la implementación de estrategias que promuevan la multimodalidad en el transporte terrestre y la aplicación de tecnologías emergentes en la logística relacionada con el transporte terrestre de carga.

“Esta región necesita generar mayor interacción entre el mundo público y el privado para atender mejor las necesidades del transporte terrestre de carga; para mejorar y potenciar la interacción entre malla ferroviaria y transporte carretero; generar mayor eficiencia en la transferencia de carga de puertos a modos terrestres; y promover la creación de estaciones multimodales que puedan ofrecer mejores costos en términos financieros y de tiempo, para reducir el impacto de la ineficiencia logística en el precio final de la mercancía para el consumidor”, afirma Vicente Aprigliano. Además, se necesita potenciar un transporte de carga terrestre menos dependiente de los combustibles fósiles.

Intensificar los flujos de personas y mercancías es clave para el desarrollo econó-

mico de Latinoamérica. En este contexto, el académico considera necesario generar políticas que se enfoquen en mantener y mejorar constantemente la infraestructura logística: carreteras, ferrovías, puertos, etc. para asegurar calidad y también garantizar mayor seguridad para los operadores.

“Las crisis económicas globales que hemos vivido y la pandemia son importantes ejemplos de eso”, dice el profesor de la PUCV. Igualmente, un desarrollo económico regional más sustentable disminuiría la dependencia latinoamericana de otras regiones y continentes. “El transporte terrestre es clave para eso, considerando que para fortalecer el desarrollo económico latinoamericano es necesaria una mejor integración de la infraestructura terrestre entre los diferentes países de esta región. Esto para atender la creciente demanda del transporte de mercancías y personas que viene para los próximos años”, concluye Aprigliano.

SEGURIDAD VIAL

En enero, el ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Juan Carlos Muñoz, presidió la reunión del Comité de Ministros de la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (Conaset), una instancia



Carlos Montes
Ministro de Vivienda
y Urbanismo

conformada por las carteras de Interior y Seguridad Pública, Educación, Obras Públicas, Salud, Vivienda y Urbanismo, Trabajo y Previsión Social, Secretaría General de Gobierno, Secretaría General de la Presidencia, Justicia y Derechos Humanos, además de Carabineros de Chile.

De esta manera, el Gobierno espera automatizar la fiscalización de las infracciones de tránsito, implementar la licencia de conducir digital, profundizar alianzas público-privadas para el desarrollo de medidas de corto plazo; y crear una ins-

titucionalidad fortalecida de seguridad vial. “Como comité estamos reafirmando nuestro compromiso con la reducción de los siniestros de tránsito y del número de víctimas; un trabajo que requiere esfuerzos multisectoriales que relevan aún más la importancia de instancias como la que acabamos de tener”, destaca el ministro Juan Carlos Muñoz.

En tanto, el ministro de Vivienda y Urbanismo, Carlos Montes, cree que hay que repensar las características de las ciudades. “Porque los problemas ocurren tanto en las grandes ciudades, como en ciudades intermedias, ciudades pequeñas, y es muy importante. Como ministerio de Vivienda, además de los temas de preocupación por las ciudades, nos preocupan los barrios”, señala.

La Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito enfocará los esfuerzos en cuatro líneas de acción:

1. La creación del Centro Automatizado de Tratamiento de Infracciones de Tránsito (CATI) que permitirá el control automatizado de la velocidad en el país y mejorar las tasas de siniestralidad, al tiempo que liberaría recursos humanos policiales para destinarlos a otras funciones de orden público.

2. Implementar la Licencia de Conductor Digital que entregará información confiable e inmediata, tanto para las personas como para las entidades fiscalizadoras, respecto de las personas correctamente habilitadas para conducir vehículos motorizados.

3. Fortalecer alianzas con actores relevantes de la sociedad civil a través de las organizaciones y consejos consultivos existentes, y con el sector privado mediante el Pacto por la Seguridad Vial, en el entendimiento de la seguridad vial como un desafío compartido. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: LOGÍSTICA/TRANSPORTE

KARRI[®]

1



Retiramos tu carga en primera milla o en última milla directo a tu cliente.

2



Consolidamos, optimizamos y eficientamos la carga y ruteo en nuestro crossdocking.

3



Despachamos tu carga en modalidad next day, same day u on demand.



**¡Somos tu mejor opción para apoyar tu logística, estamos
100% enfocados en entregar la mejor experiencia para tus clientes!
¡Contamos con servicio en todo Chile!**



Cotiza nuestros servicios en: ventas@karri.cl

¿QUÉ IMPACTARÁ AL TRANSPORTE MARÍTIMO DE CARGAS EN 2023?

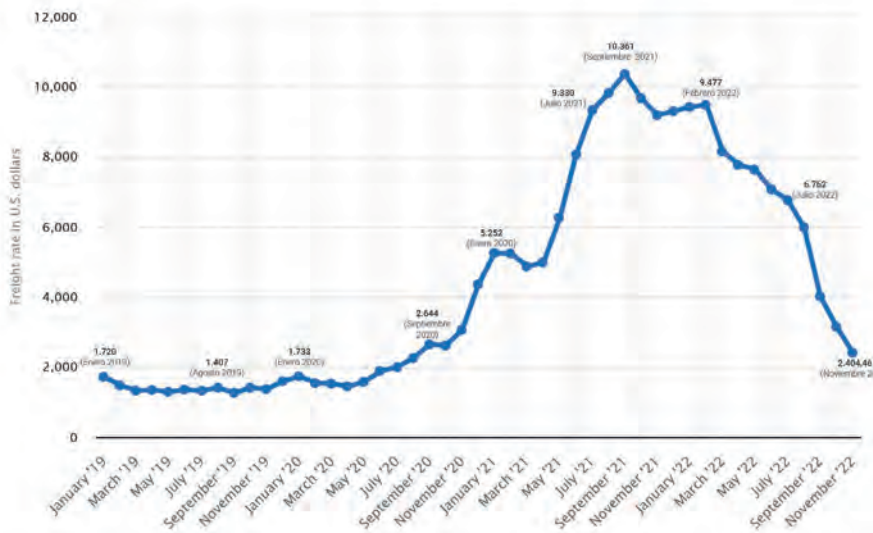
Como es sabido, la cadena de suministro global es un sistema frágil que consta de numerosos eslabones y la interrupción de uno de ellos puede generar un efecto dominó a lo largo de toda la cadena, golpeando la performance del mercado y la economía a nivel mundial. Esto es justamente lo que ocurrió tras el advenimiento de la pandemia de COVID-19, la que resultó ser un evento de tal magnitud que detuvo industrias y cadenas de suministro enteras o redujo severamente su eficiencia.

En este contexto, debido a su complejidad y naturaleza transcontinental, el transporte de carga marítima y especialmente el envío de contenedores se vio afectado por la crisis sanitaria; la que generó una creciente demanda de bienes de consumo duraderos desde Asia; cierre de puertos y

gún muchos) en una inusitada e histórica alza en las tarifas de fletes navieros, que inició en octubre de 2019 y que en septiembre de 2021 registro su valor máximo, llegando a US\$ 10.361, de acuerdo a las cifras publicadas por la consultora Statista, en diciembre de 2022. (ver Gráfico 1).

tado reportando márgenes de ganancias operativas récord desde el comienzo de la pandemia". En esta línea, según reportó de la consultora, durante el primer semestre de 2020 el margen EBIT promedio de las principales empresas de transporte de contenedores alcanzaba un 2,6%; cifra que para el segundo trimestre de 2022 alcanzó un 56,3%.

ÍNDICE GLOBAL DE TARIFAS DE FLETES DE CONTENEDORES ENERO 2019 A NOVIEMBRE 2022 (En US Dólares)



Fuente: Statista

congestiones en dichos terminales a nivel global; escasez de mano de obra, debido a las restricciones sanitarias y a las dificultades con la utilización de la capacidad, así como la falta de nuevos contenedores de envío (escasez de contenedores); todos los cuales derivaron y contribuyeron (se-

Según el análisis adjunto de Statista, si bien los costos de operación de las flotas – por parte de las compañías navieras – aumentó a raíz de la crisis sanitaria, “el incremento de las tarifas de flete no solo ha servido para cubrir esos crecientes gastos. Las compañías navieras, también han es-

A lo anterior, la consultora agregó que “solo en 2021, la industria global de transporte de contenedores obtuvo una ganancia operativa de US\$ 110 mil millones de dólares. Esta es una cifra asombrosa, considerando que es casi tres veces más de lo que la industria ganó durante los 10 años anteriores combinados”.

En tanto, en su reporte de cierre 2022, la prestigiosa plataforma Container xChange indicó que “desde una perspectiva más macro, parece que lo experimentado en los últimos tres años es una reacción natural de las fuerzas del mercado de la oferta y la demanda como resultado de las interrupciones producidas por el Covid-19 y los cierres posteriores, la guerra en Ucrania, riesgos geopolíticos y muchos más”.

En esta línea, Container xChange estimó que “los precios de los contenedores se dispararon poco después del golpe de la pandemia, porque no había suficientes para satisfacer la creciente demanda y fue entonces cuando los minoristas y los importadores comenzaron a abastecerse con mucha más anticipación para evitar las históricas congestiones portuarias (...) Ahora que se han copado los stocks y que

la demanda se está desplomando; la inflación y la crisis energética están conduciendo a un gasto cauteloso que tendrá su propio impacto en la industria de contenedores en 2023". A partir de lo expuesto ¿qué se viene para este año?

GUERRA TOTAL DE TARIFAS

En torno a las proyecciones 2023 para el mercado marítimo de carga, la prestigiosa plataforma Container xChange, en la voz de su cofundador y director ejecutivo; Christian Roeloffs sostiene que "existe una gran posibilidad de una guerra de precios total. No parece que las restricciones de capacidad que hemos visto en los últimos dos años regresen, por lo que tendremos una amplia capacidad, tanto en el lado del buque como en el del contenedor.

Con la dinámica competitiva en la industria del transporte marítimo de contenedores y de línea, no espero que los grandes jugadores se contengan, y sí es-

peramos que los precios bajen a costos casi variables. También prevemos la consolidación del mercado".

En otro frente, Roeloffs indicó que "en 2023, los Freight Forwarders podrán 'ir de compras' y tendrán mucho espacio para la negociación, especialmente en la primera parte del año. Las tarifas de los contratos seguirán su ejemplo a medida que las tarifas spot caigan significativamente".

En torno al mercado, el director ejecutivo de Container xChange indicó que "seguiremos viendo esfuerzos hacia la diversificación del abastecimiento y la fabricación de la cadena de suministro fuera de China. Esta es una visión a largo plazo y necesitará visión y estrategia de las empresas que buscan una cadena de suministro más resiliente", agregando que "seremos testigos de un aumento en los volúmenes de contenedores dentro de Asia y surgirán más países como alternativas potenciales como Vietnam, India y más". Considerando que en 2023 se impondrá "un entorno

en el que habrá márgenes más estrechos para los agentes de carga y traders" en el cual el costo "lo será todo", Christian Roeloffs sostuvo que este año los líderes de la supply chain buscarán caminos hacia la eficiencia y el sustento empresarial. Al respecto indicó que "la tecnología ofrece una gran oportunidad para que los líderes minimicen el riesgo con la visibilidad y la transparencia de los datos, al mismo tiempo que mantienen una cartera de socios saludable que ayuda enormemente en tiempos de prueba".

En este contexto, Johannes Schlingmeier, cofundador y director ejecutivo de Container xChange indicó que "el control estricto de los costos se vuelve primordial para los Freight Forwarders en el año 2023. Si bien, por un lado, habrá una gran negociación con las líneas navieras y, por otro lado, la optimización de los costos operativos será crucial para los transitarios. Habrá un control cuidadoso de los cargos por demurrage y detención, por ejemplo, recargos de seguros, reclamaciones, etc.

En Starken nos movemos
por ti y por tu empresa.

Únete hoy a **Starken Empresas**, somos líderes en el rubro de la logística, dedicados a la **distribución nacional, internacional, almacenaje y fullfilment.**



Conoce más en **Starken.cl**

starken
EMPRESAS

A medida que la capacidad en el mar se vuelve más abundante, existe un caso de negocio válido para usar SOC's (Shipper Owned Container / Contenedor Propiedad del Expedidor) que no solo ofrecen flexibilidad, sino también un mayor control para los transitarios"

LAS FUERZAS QUE AFECTARÁN EL COMEX

De acuerdo con el reporte de tendencias, publicado a fines de enero por la Plataforma Container xChange, durante el año en curso, las cadenas de suministro y el transporte marítimo mundial se verá enfrentados a diversas "fuerzas", siendo las 4 principales: Inflación mundial y la recesión (85%); el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania (57,7%); Cierres en China (53,8%) y las huelgas de trabajadores (23,1%), las cuales abordaremos a continuación:

INFLACIÓN Y LA REDUCCIÓN DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

De acuerdo con las proyecciones, el gasto de los consumidores será lento en 2023, caída del consumo que mantendrá en vilo a la economía mundial. En este contexto, el reporte indicó que "es probable que los dos primeros trimestres de 2023 sean difíciles para la industria naviera. Debido a esto, también podemos esperar que los contenedores vacíos estén suficientemente disponibles en muchos puertos de todo el mundo".

Al respecto, Rubén Huber, Founder and Director, OceanX sostuvo en el reporte que "en 2023, en un entorno donde los costos han aumentado, debido a la inflación, la presión de los márgenes será una preocupación clave. El transporte y la logística son negocios de bajo margen, por lo que será esencial estar atento y ser proactivo en el ahorro de costos.

Además, no hay que olvidar que una gran parte de nuestra industria, especialmente en el lado de las ventas, está incentivada por las comisiones que junto con los márgenes se reducirán y afectarán la motivación de muchos".

genes se reducirán y afectarán la motivación de muchos".

UN AÑO DE HUELGA PASÓ Y OTRO ESTÁ POR VENIR

"Las huelgas de trabajadores no resueltas de 2022 se extenderán en 2023", adujo el reporte de xChange, que agrega que "las posibilidades de que surjan nuevas huelgas son altas debido al aumento de los precios relacionado con la inflación que ejerce presión sobre los ingresos de los trabajadores". En este contexto, la insatisfacción laboral podría crecer en las economías europeas y norteamericanas, huelgas que tendrían impacto en las cadenas de suministro globales. "Debido al aumento de la inflación habrá más malestar en el mercado laboral, lo que sin duda conducirá a más huelgas, específicamente en Europa, el Reino Unido y América del Norte. Y como hemos visto "anteriormente, las huelgas resultan en operaciones lentas dentro de los puertos que pueden exacerbar los problemas de suministro", manifestó Aamir S. Mir, director de operaciones (COO), Caspian Container Company S.A. en el mencionado estudio.

NUEVOS PORTACONTENEDORES EN 2023-2024

Un número récord de nuevos y enormes portacontenedores llegarán al agua en 2023, reporta el informe de xChange, el que estima que "en la actualidad, la cartera de pedidos de portacontenedores asciende a 7,1 millones de TEU". Por cierto, la mayor parte del tonelaje pedido se entregará en 2023 y 2024. En este contexto, la consultora Alphaliner prevé 2,34 millones de TEU en 2023 y 2,83 millones de TEU en 2024, en comparación con alrededor de 1,1 millones de TEUs, entregados en 2021 y 2022.

EXCEDENTE DE EQUIPOS CAUSARÁ EFECTOS DOMINÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE

En relación con esta tendencia, desde xChange indicaron que "los transportistas, los agentes de carga, los arrendado-

res de contenedores y los comerciantes pueden ser los más afectados por las bajas tarifas y la competencia excesiva, ya que los mercados se alinearán lentamente con la caída de la demanda".

CONGESTIÓN EN LOS DEPÓSITOS PERMANECERÁ DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE

Respecto de este factor, según el reporte "los depósitos de contenedores permanecerán sobreabastecidos durante los primeros meses del año, ya que los inventarios serán altos. La débil demanda y la inflación mantendrán bajos los volúmenes de recolección, lo que creará un entorno general de precios desafiante para los contenedores. "Simplemente no hay suficiente espacio de depósito para acomodar todos los contenedores. Con la mayor liberación de inventario de contenedores en el mercado se añadirá presión sobre los depósitos en los próximos meses. Este será un desafío clave para algunos y una ventaja competitiva para otros en el negocio, especialmente en China, debido al reposicionamiento de contenedores vacíos allí", expuso Christian Roeloffs, cofundador y CEO, Container xChange.

LAS TASAS DE CONTRATO SE MANTENDRÁN BAJAS, EMPUJADAS A LA BAJA POR LAS TASAS SPOT

Según establece el reporte, "las tarifas de los contratos de envío a largo plazo experimentarán un repunte en 2023, aunque de manera gradual. Este lento aumento se aplica a todos los modos de transporte. Con las negociaciones en curso para alinear las tarifas de contrato con las tarifas spot se espera un reinicio. Por otro lado, hasta que no se alcance un equilibrio entre la oferta y la demanda, los transportistas favorecerán los contratos a corto plazo. Una vez que las tarifas comiencen a estabilizarse, los contratos a largo plazo se volverán populares". ■



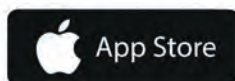
TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: LOGÍSTICA/TRANSPORTE



¿Pensando en Q-Commerce?



Entrega todo en 60' On Demand



¡Coordina una reunión con nosotros!



www.fex.cl/agenda



EXPRESS 90'

Vendas lo que vendas, entrega en 60' a tus clientes y marca la diferencia

AM / PM

Vende AM
Entrega PM
Flota Variable
100% On Demand

ÚLTIMA MILLA

Flota 100% On Demand
Desde tu CD o nuestro Hub en RM

COTIZACIONES ESPECIALES

Adaptamos nuestros servicios a las necesidades de tu empresa.
cotizaciones@fex.cl

www.fex.cl

✉ gerencia@fex.cl

📍 Av. La Dehesa 1201, edificio Oriente, of 411, Lo Barnechea.



EL FENÓMENO DE GLOBALIZACIÓN ES LA CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEL PANORAMA COMERCIAL ACTUAL. PAISAJE EN EL CUAL TANTO GRANDES EMPRESAS COMO AQUELLAS MICRO Y PEQUEÑAS DEBEN TRANSITAR Y ADAPTARSE CONSTANTEMENTE.

MUJERES Y LOGÍSTICA: LOS DESAFÍOS PENDIENTES

En consecuencia, a las preocupaciones que comúnmente rondan a los emprendedores y emprendedoras como lo son: ¿qué necesidad resuelve mi producto y/o servicio? ¿Cómo adquirir conocimiento sobre el mercado en el que me inserto? entre otras, se suma la preocupación por gozar de una logística robusta que logre llevar a cabo el proceso de exportación y/o internacionalización de los emprendimientos, llegando

a un mayor número de consumidores. Nicole Verdugo, presidenta del Women Economic Forum Chile (WEF), destaca: “No solo es necesario tener un buen producto, sino cómo mi producto llega hasta el consumidor”.

Sin embargo, los efectos de la pandemia del COVID-19 siguen siendo visibles, substancialmente en los emprendimientos liderados por mujeres. Medidas de restricción como el cierre del comercio,

la gastronomía y el turismo (sectores de la economía en los cuales se situaba la mayoría de las empresarias), así como el teletrabajo y las actividades de cuidado históricamente desarrolladas por mujeres, presentaron un desafío para las diferentes emprendedoras.

Asimismo, el avance alcanzado por ciertos emprendimientos que lograban dar sus primeros pasos o asentarse en la fase de internacionalización se vio mellado por el cierre de los mercados internacionales. Y ante las dificultades que de por sí conllevan estos procesos, se sumó la propia contingencia: ¿Cómo llegar a esos mercados?

Lo anterior impulsó procesos de cambio y adaptación. En este sentido, Verdugo afirma: Las crisis traen oportunidades y la transformación digital hoy día ofrece mayores posibilidades”.

Sin embargo, la digitalización en los negocios requiere de una profunda y vigorosa logística para lograr los resultados comerciales contemplando además de locales físicos, canales de venta virtuales a partir de las plataformas digitales como las páginas web, e-commerce y redes sociales que ahora se tornan esenciales”.



Nicole Verdugo
Presidenta del Women
Economic Forum Chile

Existen diferentes aplicaciones y softwares que, de forma paga o gratuita, permiten dar este paso. Ejemplos son: páginas como MercadoLibre que asisten incorporando una logística preparada para la venta y compra de productos de forma sencilla a nivel nacional e internacional; TiendaHouse, marca que es parte de la Cámara de Mujeres y Negocios, es otra opción que ofrece el servicio de logística completo para que diversos productos sean vendidos en diferentes localidades, entre otras.

Del mismo modo, la transformación digital permite ser parte de eventos comerciales virtuales de alto calibre que se traducen en un potencial aumento de ventas, como los son Cybermonday, Blackfriday, entre otros. La presidenta de WEF Chile afirma: “La transformación digital nos hace y nos permite hacer nuevos negocios: el e-commerce, la capacitación online, la venta de servicios, las nuevas tecnologías y servicios asociados son efectivamente hoy en día la forma en que las mujeres pueden reinventarse”.

Pero, para que los emprendimientos liderados por mujeres se beneficien de la digitalización, es necesario repensar el “How to” de los mismos. En esta línea, la logística es trascendental para el crecimiento de un emprendimiento, y se puede afirmar incluso que es crucial para evitar su fracaso.

Así, factores como la rapidez con que los productos llegan a las manos de los consumidores se vuelven uno de los in-

dicadores más valorados por los clientes, haciendo de la planificación adecuada de los tiempos de traslado, un inventario preparado para un aumento exponencial en el delivery (sobre todo en fechas importantes para el comercio como lo son Navidad y el Día de la Madre), sumado a una atención constante a posibles problemas y soluciones dentro de la cadena de envío, aspectos vitales.

Especialmente en un contexto en el cual el Supply Chain dirige su enfoque cada vez más a la experiencia del cliente: “Si uno de nuestros productos llega en diez días, eso ya es considerado una eternidad por el cliente. Tres días, dos días, incluso el mismo día, es lo que mantiene a un emprendimiento competitivo”, recomienda Nicole.

Se agrega que, junto a los nuevos canales de venta digital, se debe incluir en el servicio de envío la experiencia de packaging que recibe el usuario, e indicar la disponibilidad de stock para mantener

una experiencia intacta y evitar decepciones a los compradores. Como se puede observar, hoy día la logística tiene que considerar una gran serie de factores.

Por lo que, diseñar la logística del emprendimiento es uno de los aspectos más relevantes en el presente. Y ésta debe otorgar una ventaja comparativa frente a los competidores: “Hoy día, tener un buen ‘partner’ en lo que es la cadena logística podría significar la diferencia de venta y el éxito de tu negocio”, distingue la presidenta de WEF Chile. Plataformas como GEM (Gestión Económica de Mujeres) son una buena opción para aprender más a través de su oferta de capacitaciones sobre logística, internacionalización, entre otros temas que atañen a los emprendimientos.

Desde la organización femenina, su liderazgo invita a las mujeres a repensar sus negocios y, más aún, “pensarlos sin límites”, contemplando la innovación, el valor agregado y la proyección de uno,



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

Women Economic Forum Chile

Criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza - ESG

23 y 24 de Marzo 2023

cinco, diez años que pueden alcanzar sus emprendimientos.

“Invito a las mujeres que abran la mente, también a las empresas para que hoy día se relacionen entre los distintos actores para ver cómo solucionamos, y que efectivamente sumemos a más mujeres a lo que es el mundo emprendedor desde la innovación, desde el hacer las cosas de forma distinta”, destaca Nicole Verdugo, presidenta del Women Economic Forum Chile.

SOBRE EL WEF

Women Economic Forum (WEF) es una organización sin fines de lucro con una visión filantrópica y espíritu de colaboración, que nace en New Delhi India, cuenta con más de 1000 capítulos a nivel mundial, con la participación de más de 100 países, y reúne a más de 350.000 mujeres, con el objetivo de impulsar iniciativas para el progreso económico de la mujer vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

En Chile, con tres ediciones ya realizadas, es un escenario muy relevante que reúne a los diferentes actores del ámbito económico y social para potenciar la participación activa de las mujeres en todos los sectores de la economía, inspirando, conectando y transformando vidas. Este importante encuentro tiene como objetivo impulsar las iniciativas y nuevas tendencias de empresas, gobiernos, academia, comunidades vinculadas a los

desafíos globales con un enfoque transversal en la participación e inclusión de las mujeres para contribuir a los nuevos desafíos ESG.

Por este motivo, y bajo la consigna “El futuro será sostenible y lo creamos junt@s”, el 23 y 24 de marzo se realizará en nuestro país una nueva versión de este encuentro con más de 70 speaker nacionales e internacionales y donde se esperan contar con la presencia del Presidente de la República Gabriel Boric Font, de la Ministra de la Mujer y la Equidad de Género Antonia Orellana y de la Ministra de Minería Marcela Hernando.

NUEVOS DESAFÍOS

Con plena convicción de que la economía sostenible debe guiar el rumbo de todos los negocios a nivel mundial, sin importar el giro o especialidad de estos, generando impacto en las áreas Eco-Ambiental, Social y Gobiernos Corporativos, esa nueva versión está orientada, especialmente, a visibilizar el quehacer de las empresas para dar a conocer los desafíos, los propósitos y las acciones que están transformando a las organizaciones para enfrentar el nuevo escenario y el futuro.

¡LLEGUEMOS A MÁS MUJERES EN CHILE Y EL MUNDO!

Este año WEF Chile contará además con 100 embajadoras, todas mujeres de diferentes áreas y edades quienes serán las encargadas de viralizar el contenido de

esta importante cita para llegar a todas y todas.

Los asistentes son mayoritariamente mujeres (70%) de todas las áreas de desarrollo económico, con un alcance esperado de más de 400 asistentes al evento presencial y más de 12.000 conectadas durante dos jornadas que contará con paneles y conferencias en los que participarán destacados hombres y mujeres como: Virginia Brandon, representante del Banco Mundial, Karim Zouhdi, Secretario de Fundación IASE Internacional, entre otros. Este importante encuentro contará, también, con la participación de diversos representantes de las empresas como SQM, Banco Estado, Embajada de Canadá, ABB, Finning, Embonor, Universidad Andrés Bello, Starbucks, Avon, entre otras.

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Patrocinado por la Cámara de Mujeres y Negocios, y su nuevo partner la Fundación IASE International Association for Sustainable Economics, el WEF Chile y tiene abiertas sus plataforma para inscribirse en www.wefchile.cl y, así, registrarse para ser parte de esta actividad presencial y la actividad online que será 100% gratuita.

El evento se transmitirá vía streaming a través de la plataforma del Centro de Convención Virtual y contará con una inauguración presencial el día 23 de marzo con 350 invitados. ■



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

**“EL FOCO DE
2023 ES QUE EL
E-COMMERCE SEA
INNOVADOR Y
RENTABLE”**

CAROLINA ORDENES
GERENTE E-COMMERCE CORPORATIVO
CASAIDEAS

Las exigencias de los consumidores obligan a las compañías a ser eficientes en cuanto a su operación. Las constantes demandas hacen que la información sea clave para la toma de decisión y acción. El futuro del e-Commerce es, según la ejecutiva de Casaldeas, desafiante y la innovación será clave, siempre mirando a la rentabilidad del proceso.

La industria del retail ha sido por años el espacio laboral para Carolina Ordenes. Su historia laboral la ha llevado a ser testigo del desarrollo del comercio electrónico en Chile en Ripley y Cruz verde. Hoy como Gerente e-Commerce Corporativo de Casaldeas analiza los desafíos que enfrenta en canal digital este 2023 y el poder de la innovación y digitalización de los procesos.

La ingeniera civil Industrial y postgrados en el área de marketing encabeza hoy la estrategia online de la compañía con el desafío de la eficiencia y con foco en satisfacer las demandas de los consumidores digitales que son tremendamente desafiantes para las operaciones del retail. En conversación con Logistec, la ejecutiva analiza también a los consumidores online y el rol que tienen las tiendas físicas en la mirada omnicanal de las empresa, especialmente, en reforzar la experiencia de compra de los clientes. Aquí algunos de los principales comentarios de Carolina Ordenes.

¿EN QUÉ MOMENTO SE ENCUENTRA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN CHILE?

El comercio electrónico tuvo un peak muy relevante el 2021, donde se aceleró su crecimiento y permitió que el retail continuará operando. En tanto, durante el 2022 fue muy difícil replicar los resultados del año anterior, lo que ha sido complejo para todos los actores del retail. En cuanto al 2023 se proyecta un año desafiante también, donde el foco debe estar en hacer que el comercio electrónico sea un negocio rentable y entregar una experiencia personalizada al cliente. Hoy unos de los principales desafíos están en operación logística.

¿CUÁL HA SIDO EL PRINCIPAL OBSTÁCULO PARA EL DESARROLLO DEL CANAL ONLINE?

La logística en nuestro país es compleja, debido a las distancias entre ciudades. Por tanto, hoy el desafío está en desarrollar una operación que sea eficiente, principalmente, en costos y en SLA de clientes. Cliente ya nos exige que podamos despachar en una hora, same

day, que informemos exacto cuando llega su pedido y que tengamos a su disposición todo el mix. El principal punto de esta dinámica está en que la operación se complica, principalmente, por los costos logísticos.

¿QUÉ SE APRENDIÓ EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SOBRE ESTE CANAL?

La clave de este canal es que siempre podemos seguir innovando y entregando valor a nuestro cliente. Debemos siempre entender que valora el cliente, su navegación, journey completo. Tenemos que buscar constantemente oportunidades para mejorar la experiencia del consumidor. Pero cualquier decisión debe estar en base a la data, este canal nos permite medir todo, hacer Test A/B, encuestas, mapa customer journey. He estado en varios rubros y lo que funciona muy bien en una empresa, no necesariamente asegura el éxito en otra. Por lo mismo es muy importante la data que podemos recopilar.

¿CÓMO SE PROYECTA EL E-COMMERCE EN EL CORTO PLAZO?

Este 2023 será desafiante. El canal debería crecer por sobre el 2022. Todos los retail están trabajando en un plan de crecimiento en base a la innovación, pero sin perder la rentabilidad. TRANSFORMACIÓN DIGITAL / TECNOLOGÍA: ¿CÓMO REFUERZA LA OPERACIÓN ONLINE? Ambos aspectos van muy de la mano con el desarrollo del canal online. Es clave la transformación digital para el futuro crecimiento del e-Commerce en cualquier compañía.

¿CÓMO VISLUMBRAS EL FUTURO DE ESTE CANAL?

Se vislumbra un futuro desafiante para este canal, cuyo foco está en la innovación y en las oportunidades que se asoman en cuanto a las mejoras a nivel de servicio. Por lo tanto, la innovación está enfocada en lo que realmente valore el cliente.

¿CÓMO DEFINES AL CLIENTE ONLINE? ¿CUÁLES SON LAS DEMANDAS?

El cliente online tiene todo lo que necesita a un click: información, precios, fotos, inspiración, comparaciones y valoraciones de otros clientes. Por lo mismo, es muy importante tener todo contenido de cada producto. Junto a herramientas innovadoras que apoyen la decisión del consumidor, como por ejemplo Realidad Aumentada.

¿CUÁL ES EL ROL DEL COMERCIO

ELECTRÓNICO EN EL DESARROLLO COMERCIAL DE LAS COMPAÑÍAS?

En algunos retail este canal tiene un rol estratégico por su peso en las ventas o por el potencial del canal, pero también hay un rol complementario al canal físico, llamado ROPO (Research Online/Purchase Offline) donde el cliente vitrinea, investiga, cotiza online y termina comprando en la tienda física. El canal no solo tiene un efecto en las ventas directas, si no también tiene efecto en las tiendas físicas. Ya no es el futuro, es el 'desde' tener un buen desarrollo del comercio electrónico.

¿CÓMO CREESE SERÁ LA RELACIÓN FUTURA ENTRE COMERCIO ONLINE Y OFFLINE?

Las tiendas físicas siempre permanecerán, ya que el cliente busca experiencias al visitar los locales. Ambos canales pueden entregar una experiencia única al consumidor si se logra entregar valor desde la web a la tienda y viceversa. Los retailers saben que ambos canales existirán y son complementarios en valor; pero hoy la tarea está en reforzar e innovar digitalizando la experiencia en la tienda.

A partir de lo expuesto por Carolina Ordenes queda de manifiesto el importante impulso que el retail nacional está imprimiendo al canal eCommerce, siempre considerando como factores primordiales de la estrategia online: la omnicanalidad, la rentabilidad del canal y al cliente.

En este contexto, otra de los aspectos destacados por la ejecutiva es la necesidad constante de innovar, cualidad que los minoristas deben imprimir a su estrategia online, la que debe aportar valor al consumidor a fin de consolidar una experiencia de compra lo más satisfactoria posible con niveles de costos eficientes para las empresas.

Finalmente, resulta importante destacar la reflexión de la Gerente e-Commerce Corporativo de Casaldeas, en relación a cómo el comercio electrónico ha penetrado el negocio retail hasta posicionarse como un canal de venta estratégico para los minoristas que influye e incluso puede definir la performance de las tiendas físicas. Lo expuesto por Carolina tiene absoluta concordancia con el actual nivel de participación que el mundo online tiene en las ventas totales del comercio minorista, índice que en 2022 alcanzaría el 14,7%, con ventas totales equivalentes a los US\$ 11.010 millones de dólares, según la CCS.



ESTAMOS ANTE UN ENVEJECIMIENTO DE LA FUERZA LABORAL CHILENA, INDICAN LOS EXPERTOS, ANTE LO CUAL LA MAYOR PARTICIPACIÓN DE EJECUTIVOS Y COLABORADORES SENIOR +50 SERÁ UNA REALIDAD EN LA PRÓXIMA DÉCADA. ¿LAS EMPRESAS Y LAS ÁREAS LOGÍSTICAS ESTÁN CONSCIENTES DE ESTA REALIDAD? ¿SABEN CUÁL ES EL RETO QUE SE AVECINA EN LA GESTIÓN DE PERSONAS Y EL MIX GENERACIONAL? VEÁMOSLO.

78

EL RECURSO HUMANO LOGÍSTICO Y EL RETO POR EL MIX GENERACIONAL

Hoy existe una tendencia mundial a la disminución en las tasas de natalidad, y Chile no es la excepción. De hecho, si bien el Registro Civil de Chile informó que, durante 2022, se registró un aumento del 12 % de los nacimientos, respecto de 2021; según

las proyecciones de población elaboradas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) la tasa de fecundidad en 2022 alcanzó sólo un 1,4 hijos (as) por mujer, muy por debajo de la tasa de reemplazo de la población que es de 2,1 h/m. En ese contexto, según el INE, Chile se encamina a una etapa muy avanzada de

envejecimiento poblacional, que se explica, principalmente, por el aumento de la esperanza de vida —que superaría los 85 años en 2050—, la reducción de la mortalidad en edades jóvenes y el descenso de la fecundidad (la tasa global de fecundidad alcanzaría los 1,67 hijos(as) por mujer en 2050),

En tanto, según datos publicados por el Observatorio del Envejecimiento de la Universidad Católica de Chile, se estima que la población mayor siga aumentando en el país, considerando que para 2030 se proyecta que la población total de entre 30 y +60 años alcanzará el 64,5%, con una la siguiente distribución etaria: 30 a 44 años, 22,9%; 45 a 59 años, 19,3% y +60 años 22,3%.

Los datos expuestos son realmente significativos si se considera que, en las próximas décadas, el país se verá enfrentado al envejecimiento de su fuerza de trabajo activa, lo cual implica para muchas industrias, entre ellas la logística, la necesidad de generar acciones concretas en materia de gestión de personas con una mirada generacional, a fin de configurar una fuerza laboral mixta, en la cual convivan y aporten diversos grupos etarios en edad laboral, en especial los denominados colaboradores Senior, que se circunscriben al rango etario +50.

LA FUERZA SENIOR +50 EN LA LOGÍSTICA

En este ámbito, María Antonieta Quinteros, Director-Talent Acquisition & Projects de Supply Chain Hunting & Hunters Partners, indicó que en el segmento ejecutivo, específicamente, “mientras más alta es la posición, menos relevante es la edad. Las empresas necesitan, en las posiciones estratégicas, profesionales con experiencia, que tengan visión estratégica, que sean flexibles y adaptables. En las posiciones intermedias, de estudios, de análisis y control de gestión, en tanto, las empresas del rubro privilegian al millennial (nacidos a partir de 1981), pero existe una suerte de desilusión en el medio, dado que este tipo de profesionales, en su

mayoría, no están dispuestos a transar en aspectos como ubicación, el home office y otros aspectos. Los Millenias, sin duda, son mucho más flexibles para internalizar nuevas tecnologías, pero no son tan flexibles en términos conductuales”.

Según estima María Antonieta, durante los últimos 5 años las necesidades del sector logístico han cambiado de forma importante, siempre considerando el segmento de cargo del cual se habla, “ya que los cargos ejecutivos y de operarios requieren conocimientos y habilidades diferentes”, indicó. En esta línea, Quinteros sostuvo que, en materia de cargos ejecutivos y gerenciales, el sector logístico ha dejamos atrás la figuras de liderazgo “autocrático” que concentraba todas las decisiones, argumentando que hoy “se requieren profesionales con un liderazgo diferente, con la capacidad de gestionar el negocio y tener visión de largo plazo.



María Antonieta Quinteros
Director-Talent Acquisition
& Projects de Supply Chain
Hunting & Hunters Partners

Se requieren líderes, que vean la operación en términos de procesos, que sean capaces de medirlos y realizar mejora continua sobre ellos, ya que las empresas deben tener operaciones mucho más eficientes por la reducción de las planillas de operarios.

“AL MOMENTO DE GENERAR SUS ESTRATEGIA DE RR.HH Y DE GESTIÓN DE TALENTO, LAS EMPRESAS DEBEN REALIZAR UN ANÁLISIS GENERACIONAL PARA LA CONFIGURACIÓN DE UN STAFF DE COLABORADORES MIXTO A NIVEL ETARIO. NO OBSTANTE, ESTA ES UNA TAREA EN LA QUE NUESTRO PAÍS ESTÁ AL DEBE, YA QUE LAS POR LO GENERAL, LAS ÁREAS DE RECURSOS HUMANOS ACTÚAN DE FORMA REACCIONARIA, A PARTIR DE LA NECESIDAD INMEDIATA DE CONTRATACIÓN ”

Además, estos profesionales deben estar fuertemente orientados al cliente y tener la capacidad de ir mutando la forma en que se brindan los servicios logísticos, permanentemente en el tiempo, porque las necesidades de los clientes cambian

mucho más rápido de lo que lo hacían hace 10 años”.

Bajo el contexto descrito por Quinteros, cabe preguntarse cómo aporta el segmento senior +50 a los retos de liderazgo que la industria logística tiene en la actualidad. Al respecto, la ejecutiva sostuvo que “actualmente estamos en una sociedad en la cual la fuerza laboral senior y joven debe aprender a convivir. En la industria logística, en particular, las habilidades blandas que se buscan a nivel ejecutivo, tales como: la capacidad de gestión de equipos y la flexibilidad, no necesariamente se atribuyen a generaciones más jóvenes, por el contrario, pasa que muchas veces los ejecutivos senior se excluyen solos, porque se consideran menos flexibles en ciertos aspectos y creen tener desventajas naturales en temáticas como la innovación tecnológica, versus las generaciones más jóvenes.

Por cierto, estas desventajas pueden existir, pero, los ejecutivos senior están llamados a trabajar en estos aspectos, al igual que las empresas, ya que en largo plazo la fuerza de trabajo será, en una alta medida, mayor a los 45 años, considerando el envejecimiento demográfico que se evidencia en el país”.

A partir de lo expuesto Quinteros enfatizó en la necesidad de que las empresas del rubro logístico concentren, tanto a nivel ejecutivo como operativo, generen un mix de su fuerza laboral en el cual las

co como en otras industrias, Chile está al debe en materia de gestión de personas con “mirada generacional”, coincidiendo con Quinteros en la necesidad de que las áreas de Recursos Humanos de las compañías “generen un estrategia de negocio que sea concordante con su estrategia de RR.HH. y gestión de talento”.

En este ámbito, Palma sostuvo que “al momento de generar sus estrategia de RR.HH y de gestión de talento, las empresas deben realizar un análisis generacional para la configuración de un staff de colaboradores mixto a nivel etario. No obstante, esta es una tarea en la que nuestro país está al debe, ya que las por lo general, las áreas de recursos humanos actúan de forma reaccionaria, a partir de la necesidad inmediata de contratación que tienen”.



María José Palma
Líder y Consultora de
Recursos Humanos de
ALOG Consultoría

En este contexto, la líder de consultoría enfatizó en que muchas empresas del sector logístico están recién avanzando en materias como el mix etario, “aunque aún queda mucho por avanzar el desarrollo y la gestión de talento con mirada generacional”.

En torno a la participación senior +50 en el ámbito operacional, María José Palma agregó que a nivel nacional esta es “importante y de una u otra forma siempre ha estado presente”, agregando que, “al interior de los grandes Centros de Distribución y Bodegas podemos observar el mencionado mix etario, el que puede ser mejorado, por cierto.

Al mismo tiempo, vemos a los colaboradores operativos mayores de 50 años, (correspondientes a la generación X o baby Boomers) en actividades de alta relevancia a nivel intralogístico, tales como: Servicios de Valor Agregado (SVA) o maquila, procesos en los cuales predomina

mina la presencia femenina, o en el movimiento de mercancías, con operadores de grúa y otras maquinarias de bodega, actividad que requiere un alto nivel de responsabilidad y experiencia”.

Respecto a las habilidades blandas que los colaboradores seniors aportan a las operaciones intralogísticas, María José indicó que “se trata de personas con mayor apego a las empresas y un gran sentido de responsabilidad y pertenencia, versus los más jóvenes que buscan inmediatez, crecimiento y retribución.

Los colaboradores de las generaciones x y Baby Boomers son, por lo general, personas que buscan estabilidad laboral, que les importa la estructura y buscan justicia a nivel salarial, es decir, el justo y equitativo pago por el trabajo que realizan”.

MÁS ACERCA DE LA FUERZA LABORAL 2023

Siempre en torno a los desafíos en materia de recursos humanos y gestión de personas, cabe destacar que a nivel general el mundo del empleo han tenido importantes cambios y proyecta interesantes tendencias, no sólo a nivel etario, sino también en aspectos tales como la flexibilidad y la seguridad.

En esta línea, según el más reciente Workmonitor, elaborado por la Randstad, sobre tendencias y movilidad laboral 2022- 2023, a raíz de la creciente incertidumbre económica y la recesión, “más de un tercio (37%) de los trabajadores a nivel global, están preocupados por la posibilidad de perder su empleo, porcentaje que se eleva al 43% en el caso de la generación Z, lo que supone un aumento del 10% con respecto al año pasado”.

Respecto a los resultados sobre el mercado laboral chileno, el Workmoonitor indicó que, a pesar de la incertidumbre macroeconómica, los trabajadores seguirán dando prioridad al equilibrio entre la vida laboral y personal. En esta línea, el 65% de los encuestados en Chile sostuvo que

no aceptaría un trabajo que pueda afectar su equilibrio entre vida laboral y personal (vs 61% de los trabajadores a nivel global); mientras que el 48% indicó que “ha dejado un trabajo porque no encajaba con su vida personal” y el 50% manifestó que “ha dejado un trabajo debido a un ambiente laboral tóxico”.

Respecto a las expectativas laborales, según el reporte “los trabajadores chilenos esperan que su empleador los apoye a superar la actual crisis en relación al aumento del costo de vida, ya sea mediante un aumento del salario, subsidios o incrementos mensuales en la remuneración”.

En este punto, algunos de los aspectos que a los colaboradores les gustaría obtener por parte de su empleador debido al actual escenario macroeconómico son: un aumento salarial (48%); subvenciones para el costo de energía, viajes/traslados u otros gastos cotidianos (35%) y flexibilidad laboral (38%).

“TEMEN PERDER SU EMPLEO. LA CRISIS DEL AUMENTO EN EL COSTO DE VIDA TAMBIÉN PREOCUPA A LOS TRABAJADORES, POR LO QUE ALGUNOS ASUMEN NUEVAS FUNCIONES O TRABAJAN MÁS HORAS PARA GARANTIZAR SU ESTABILIDAD EN LA ACTUAL COYUNTURA ECONÓMICA”

En términos de seguridad laboral, casi dos tercios de los trabajadores encuestados por la consultora “temen perder su empleo. La crisis del aumento en el costo de vida también preocupa a los trabajadores, por lo que algunos asumen nuevas funciones o trabajan más horas para garantizar su estabilidad en la actual coyuntura económica”, indicó el estudio.

En términos estadísticos, en tanto, al 59% de los trabajadores le preocupa perder su trabajo, al tiempo que el 49% indica que confía en que, si perdiera su trabajo, podría encontrar uno nuevo rápidamente. De hecho, el 24% de los encuestados asegura que “ha incrementado o planea incrementar el número de horas en su actual empleo para enfrentar el aumento en el costo de vida”. Por otra parte, el 67% de los encuestados sostiene que “no

aceptaría un trabajo que no le ofreciera seguridad laboral” y un a 80% le preocupa el impacto de la incertidumbre económica, en su seguridad laboral (vs 52% de los trabajadores a nivel global).

Por cierto, la crisis del aumento del costo de vida también está influyendo en la actitud de los trabajadores hacia la jubilación, ya que -según cita el estudio - “muchos la aplazan debido a su situación financiera actual”. En esta línea, según Workmonitor, un 68% de los trabajadores consultados afirma que su situación financiera les impide jubilarse tan pronto como desean, mientras que un El 31% afirma que necesita trabajar y que por eso retrasan la jubilación. En este acápite, sólo el 47% cree que podrá jubilarse antes de los 65 años.

Ahora bien, en torno a los factores que impiden la jubilación respectiva, los trabajadores chilenos encuestados indicaron los siguientes: Siento que mi empleador me necesita, (7%); “estoy esperando

un hito concreto” (29%); “No quiero jubilarme” (6%).

En este plano, según el estudio, el sentido de pertenencia se alza con un importante factor para aplazar el retiro. De hecho, el 65% de los encuestados expuso que “dejaría un trabajo si no sintiera que pertenece a él”. “Junto a las preocupaciones por la seguridad en el empleo y la crisis del costo de vida, el sentido de pertenencia sigue estando en la agenda del talento. Los trabajadores siguen exigiendo que los valores y objetivos de sus empresas coincidan con los suyos, para así sentir que pertenecen a su lugar de trabajo”, indicó el reporte, agregando que el 60% de los encuestados menciona que su trabajo actual le entrega un sentido de propósito. ■

**INTERMODAL
SOLUTIONS**



SOLUCIONES QUE APROXIMAN AL MUNDO

Basándose en décadas de experiencia, MSC se propone ofrecer un viaje sin contratiempos para su carga y al servicio de cualquier industria, en todas partes del mundo. Seguimos expandiendo nuestra red interior ofreciendo servicios de transporte por camión, tren y barcaza para cumplir con las exigencias de su cadena de suministro.

[msc.com/intermodal](https://www.msc.com/intermodal)

MOVING THE WORLD, TOGETHER.



Si revisamos las más recientes proyecciones del Banco Central chileno, para este 2023 nuestro país atravesará por una recesión, en la cual se proyecta una caída del PIB que fluctuará entre el -1,75% y 0,75%, mientras que el consumo registrará un descenso de 4,5%, revirtiendo por completo lo avanzado en 2022; contexto en el cual la reactivación económica deberá tener como base no sólo la inversión extranjera, sino también el desarrollo de las Pymes y emprendimientos.

Pero ¿Cómo lograr salir airoso frente a un escenario tan expuesto a cambios de orden político, económico, de competencia y regulaciones, tecnológicos e incluso medioambientales? Pues bien, la clave radicaría en aprovechar las tendencias que se avizoran positivas para el mercado y por sobre todo estar preparados para los cambios inminentes que se proyectan para los próximos 12 meses.

¿APRETARSE EL CINTURÓN O INVERTIR?

Uno de los grandes desafíos a nivel país que se configuran para este año que acaba de comenzar es la reactivación económica y, como hemos establecido, en este reto el mundo Pyme y los emprendedores tendrán protagonismo, por lo cual resultará esencial para ellas mantener un sistema financiero saludable, en un año que se pronostica desafiante debido a las proyecciones a la baja en materia de consumo; al alza en los costos operativos debido a los niveles de inflación (12 % a diciembre de 2022) y también, a las reformas impositivas que entraron y entrarán en vigor durante el año en curso.

En este contexto, Gustavo Anania, fundador de Red Capital, plataforma de financiamiento digital orientada al mundo Pyme, ha expuesto que una de las medidas que los emprendedores nacionales deberán adoptar para sobrellevar el complejo escenario que se viene es planificar sus finanzas de cara a 2023 “considerando el contexto poco alentador debido a la



SIN DUDA, LAS PYMES CHILENAS ENFRENTARÁN DIVERSOS RETOS ESTE 2023 Y DEBEN ESTAR PREPARADAS PARA ELLOS; SOBRE TODO SI TENEMOS EN CUENTA LAS PYMES CONCENTRAN EL 98% DE LAS EMPRESAS CHILENAS Y BRINDAN EL 65% DE LOS EMPLEOS FORMALES DEL PAÍS.

LOS RIESGOS FINANCIEROS Y DIGITALES EN LOS QUE DEBEN ENFOCARSE LAS PYMES PARA UN ÉXITO 2023

actual desaceleración a nivel global y a la recesión que le espera a Chile”. En su análisis “Pymes y un complejo 2023”, Anania sostiene que, junto con realizar un buen seguimiento mensual de sus finanzas, “ahora, más que nunca, es fundamental

anticiparse y tomar decisiones a tiempo si es que hay variaciones considerables respecto a lo presupuestado” a partir de lo cual sugiere “mantener los costos bajos, ver en qué se va a gastar el dinero e invertir en tecnologías que les permitan

ser más eficientes en términos de rentabilidad”.

Según el experto, una buena forma para controlar y organizar costos es aplicando las diferentes alternativas que ofrece la tecnología y las herramientas de digitalización gratuitas que existen para las pymes. “Si se capacitan en esta materia, podrán saber exactamente cuánto están vendiendo mes a mes, cuál es su margen bruto, cuánto pesa cada proveedor, si este tiene alguna causa o juicio pendiente, entre otros aspectos”, indicó.

“La idea es que las pymes sean capaces de cumplir sus compromisos para evitar aparecer como morosas en los sistemas, ya que esto podría influirles en el futuro si es que quisieran solicitar financiamiento. Sin embargo, hoy en día no es conveniente hacer esto último, pues es preferible que se utilice solo para invertir, y no estamos en el mejor momento para hacerlo, a menos que traiga importantes ahorros de costos. Ahora bien, si quieren solicitar financiamiento, igualmente, se les recomienda tener bien claro de qué manera lo pueden pagar”, sostuvo Anania.

UN ANÁLISIS SIMILAR REALIZÓ HORACIO PAVEZ, PRESIDENTE DE CHILECONVERGE, RED COLABORATIVA DE APOYO A PYMES Y EMPRENDIMIENTOS NACIONALES, QUIÉN INDICÓ QUE “DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL NEGOCIO PYME, PROPIAMENTE TAL, ESTE SERÁ UN AÑO DONDE EL ORDEN FINANCIERO SERÁ CLAVE”.

Un análisis similar realizó Horacio Pavez, presidente de ChileConverge, red colaborativa de apoyo a Pymes y emprendimientos nacionales, quién indicó que “desde el punto de vista del negocio Pyme, propiamente tal, este será un año donde el orden financiero será clave”.

En su análisis, “Los desafíos de las Pymes para este 2023”, Pavez sostuvo que “2023 será un año complejo para la economía del país, y como es habitual en ciclos de contracción, los negocios que tienen mayor nivel de riesgo son los más pequeños. Asimismo, desde el punto de vista del negocio propiamente tal, este será un año

donde el orden financiero será clave, por lo que es relevante que los emprendedores focalicen sus productos o servicios, poniendo los esfuerzos en aquellos tienen mayor retorno para su caja, quizás haciendo menos cosas bien hechas”.

Y si la focalización tampoco da resultados, indicó el experto, “es importante saber reconocer a tiempo cuando la idea inicial no tiene futuro, por lo que un buen consejo es siempre estar abiertos a reinventarse”. En este punto, Pavez sostuvo que “los emprendedores chilenos deben entender que ellos conforman una verdadera comunidad, y funcionar en red les permitirá intercambiar experiencias, detectar oportunidades y contagiarse de buenas ideas, pasión y perseverancia para potenciar sus negocios”.

SUPERAR LA BRECHA DIGITAL

Otro de los grandes desafíos que Pavez identificó para las Pymes y emprendedores este 2023 se refiere a acortar brechas de conocimiento y de gestión, “donde uno de los elementos centrales –a nivel

transversal– es avanzar en digitalización, para lograr un modelo de funcionamiento que sea eficiente y eficaz”. Y es que invertir en tecnologías que les permitan ser más eficientes en términos de rentabilidad, como ya se ha propuesto, será transcendental para aumentar su productividad y ser aún más competitivas.

Según la Encuesta Adopción Digital” desarrollado por Movistar Empresas, disminuir la brecha digital en el sector Pyme es un reto que el 89% de las empresas pequeñas y medianas de América Latina planean abordar. En este plano, el sondeo - en el cual participaron 1.405 micro, pe-

queñas y medianas empresas de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela- especifica que un 43 % de las pymes encuestadas ya cuentan con herramientas digitales de colaboración para su negocio y que un 48 % ratifica que la digitalización contribuye al aumento de sus ventas. Además, el 44 % indica que la digitalización permite generar ahorros significativos en sus negocios; de ahí que acortar la brecha digital sea materia obligada para los micro y pequeños empresarios este 2023.

Los resultados de la encuesta también señalan que entre las prioridades de las pymes se encuentra la ciberseguridad, una necesidad para los negocios sin importar su tamaño. En ese sentido, el 38 % de las pymes encuestadas ya cuentan con soluciones de ciberseguridad para la red de su empresa, el 21 % tiene planeado adoptarla a corto plazo y un 17 % a mediano plazo.

Sobre la adopción de la nube, para el 43 % de las pymes es fundamental contar con herramientas de colaboración en la nube y ofimática. Asimismo, 18 % tiene planeado adoptar soluciones en la nube a corto plazo y solo el 15 % a mediano plazo.

Otro punto clave es la continua capacitación sobre las herramientas que ofrece el mundo digital. En este plano, un 33 % de las encuestados enfatizó la necesidad desplegar charlas motivacionales para sus empleados con miras a promover la adopción de los cambios que trae consigo la digitalización.

Los datos arrojados por la encuesta no son menores puesto que evidencian la necesidad de evolucionar en la transformación digital. Para que ello ocurra es necesario no solo incorporar tecnología sino adoptarla, es decir, valerse de ella a través de la incorporación de nuevas habilidades digitales.

En torno a la brecha digital, la ciberseguridad deberá ser uno de los focos de las Pymes durante los próximos meses. De

hecho, según datos de Microsoft, un tercio de los ataques globales apuntan a pequeñas y medianas empresas, las pymes. Y un 61% de las organizaciones atacadas, no sobreviven a dichos ataques. La preocupación por los ciberataques y sus efectos es, a la fecha, un tema global; así lo expuso un estudio elaborado por la aseguradora europea Allianz que reveló que a nivel mundial las empresas consideran que los ciberataques son la mayor amenaza a sus negocios, un temor nada infundado si se tiene en cuenta que, según estimados, los costos derivados de la quiebra de empresas ascienden a un billón de dólares en todo el mundo; aproximadamente el 1% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial; quiebras que han afectado en su mayoría a empresas de menor tamaño.

LOS DATOS ARROJADOS POR LA ENCUESTA NO SON MENORES PUESTO QUE EVIDENCIAN LA NECESIDAD DE EVOLUCIONAR EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL. PARA QUE ELLO OCURRA ES NECESARIO NO SOLO INCORPORAR TECNOLOGÍA SINO ADOPTARLA, ES DECIR, VALERSE DE ELLA A TRAVÉS DE LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS HABILIDADES DIGITALES.

Con lo anterior, queda de manifiesto que la ciberseguridad es una necesidad para el mundo Pyme y para ello, las acciones que éstas desarrollen serán clave, pues deben fortalecer sus sistemas en el espacio digital, generar nuevas conductas con eje en la prevención de los ciberataques y promoviendo valores como mayor transparencia y precaución.

SUSTENTABILIDAD COMO DIFERENCIADOR

Otro de los desafíos que enfrentarán las pymes este 2023, es que deben incentivar los conceptos de sostenibilidad al interior de sus organizaciones. En este plano, cabe destacar que la sostenibilidad no se trata de una simple “moda”, sino de una excelente oportunidad para fomentar la innovación y diferenciarse de sus competidores.

Además, sabemos que el cliente actual, en especial los millennials y los centen-

nials, son consumidores muy informados y se preocupan mucho más en adquirir productos sostenibles o ecológicos y, la gran mayoría de ellos, estarían dispuestos en seguir a marcas que generen impactos positivos en la sociedad y promuevan la protección del medioambiente.

Al respecto, según estimaciones de la agencia Research & Analytics de Media-brands, diversos estudios conectan la sustentabilidad con nuevas demandas de consumidores. “El activismo verde y los estilos de vida “bajos en carbono” llegaron para quedarse. Los compradores esperan que las marcas den un paso adelante y tomen medidas a través de sus productos y acciones, en línea con el aumento en la preocupación por la emergencia climática” ha declarado la agencia

a partir de un estudio realizado al cierre de 2022.

Según el sondeo, “un 78% de los profesionales piensa que el cambio climático afectará la demanda de los consumidores, cambiando comportamientos, necesidades y preferencias. De hecho, en 2021, de los efectos que se intensificaron tras la pandemia, fue que un 68% de las personas declaró que estaría dispuesta a pagar más por conseguir un producto que sea responsable con el medioambiente”, declaró la agencia.

Por cierto, Chile no está ajeno a esta tendencia. Según la agencia, “un 45% de los consumidores cree que el cuidado del medioambiente es la principal causa social donde las marcas deberían involucrarse, un 89% dice que reciclar es el deber de toda persona, y un 74% estaría dispuesto a cambiar su estilo de vida para beneficiar el medio ambiente”. No obstante, emprender el camino de la

sustentabilidad no solo se relaciona con mejorar la reputación empresarial, sino que también se asocia con un modelo de negocio más rentable en función de la innovación. En el caso de las Pymes, por cierto, la sostenibilidad ofrece a las empresas la oportunidad de un enfoque de valor para abordar los principales desafíos en materia de crecimiento, eficiencia y acceso a la financiación, por lo tanto, es preciso contar con un plan estratégico robusto que incorpore la sustentabilidad en todos los procesos administrativos y operativos de las empresas.

Dado el indiscutible rol de las pymes en la economía nacional, pues son agente que dan vida al país en términos comerciales, financieros y de empleo- su eventual fragilidad ante los fenómenos disruptivos y los desafíos económicos obligan a estar atentos y buscar los caminos que permitan mantener su actividad. En este sentido, queda en evidencia que las acciones y decisiones que deben tomar van en la línea de las exigencias que se piden a todas las empresas independientemente de su tamaño.

La tecnología, la búsqueda constante de eficiencia, la rentabilidad de los procesos y la optimización de los procesos internos son algunas de las medidas que son necesarias en tiempos complejos y también en momentos de expansión.

Un sector de pequeñas y medianas empresas “saludable” es un factor positivo en un país, dada la naturaleza innovadora que éstas tienen y la capacidad de aportar a la economía local. Impulsar el crecimiento, desarrollo, y expansión de las pymes es tarea de todos los actores, tanto públicos como privados.

La idea central es que las empresas puedan responder de buena manera a lo que se espera de ellas y, en este sentido, la digitalización de los procesos, la incorporación de tecnologías y la implementación de procesos optimizados es fundamental, ya que la toma correcta de decisiones hoy en día, son el sustento de un futuro exitoso. ■

**¡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 —>



FALABELLA RETAIL INAUGURA NUEVO ALMACÉN ROBOTIZADO DE PEDIDOS

LA EMPRESA PUSO EN MARCHA UN ALMACÉN AUTOMATIZADO EN SU CENTRO DE DISTRIBUCIÓN EN LA COMUNA DE LO ESPEJO QUE CUENTA CON MÁS DE 20 ROBOTS DE ALTA VELOCIDAD, CINTAS TRANSPORTADORAS Y ESTACIONES DE PICKEO DE ÚLTIMA GENERACIÓN, LO QUE PERMITE INCREMENTAR SU CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO. ESTA INICIATIVA SE SUMA A OTRAS INVERSIONES QUE HA REALIZADO LA COMPAÑÍA PARA HACER MÁS EFICIENTE LA GESTIÓN DE ÚLTIMA MILLA.



implicó una inversión de US\$4 millones, cuenta con más de 20 robots de alta velocidad, cintas transportadoras y estaciones de picking de última generación, asistidos por la tecnología "Goods to Person", lo que disminuye el tiempo de preparación de los pedidos. Con esto y junto al trabajo de los colaboradores de logística, quienes seguirán siendo parte importante del proceso de picking y empaque de productos, se busca hacer más eficiente la preparación y despacho de los pedidos online. Este Centro de Distribución Omnicanal en Lo Espejo, con 27 años desde su inauguración, tiene capacidad para almacenar más de 4 millones de productos en total. La nueva tecnología reduce los tiempos de respuesta a los clientes de e-Commerce, mejorando su experiencia de compra.

OTRAS INVERSIONES EN LOGÍSTICA

Esta inversión se suma a otras que ha realizado la compañía para hacer más eficiente la gestión de última milla. Durante 2022 en Chile, se concretó la ampliación del Centro de Distribución Omnicanal de San Bernardo que permitió incrementar un 50% su capacidad instalada, dejando espacio suficiente para triplicar la capacidad del e-Commerce en los próximos años.



Santiago Tula
Gerente de Logística
en Falabella Retail Chile

Dentro de las innovaciones, se instalaron máquinas de empaque automático y embalaje amigable con el medio ambiente. En Colombia, en tanto, comenzó la construcción de un nuevo Centro de Distribución cerca de la ciudad de Bogotá.

El proyecto de 85.000 m² comenzará a operar a finales de 2024. Además, en octubre del año pasado, entró en operación el Centro de Distribución automático en Villa El Salvador, Perú, que permite procesar hasta 150.000 unidades diarias. ■

El Centro de Distribución de Falabella Retail en Lo Espejo sigue incorporando innovaciones y puso en marcha "Autostore", un almacén 100% automático dedicado a la preparación de pedidos de productos pequeños de e-Commerce, lo que permitirá incrementar en 200 mil unidades la capacidad de almacenamiento. "Gracias a este equipamiento robotizado, que au-

menta cuatro veces la rapidez de la preparación de los pedidos online, se optimizan las entregas a los clientes, incrementando en más de un 50% la capacidad de despacho de productos pequeños, lo que se traduce en un alza de hasta 15.600 unidades diarias", planteó el gerente de Logística de Falabella Retail Chile, Santiago Tula. El proyecto de almacén automático, que



**SAVE
THE
DATE** MAYO
2023

LA LOGÍSTICA DEL FUTURO LA PODRÁS CONOCER EN EL **eLOGISTICS CONFERENCE**

Cap: "Resilience and Adaptive Chains"

**Automatización y Robótica, Distribución y Última Milla, Sustentabilidad,
Resiliencia en Supply Chain, Machine Learning & IA, Visibilidad y Seguridad**

Relatores Internacionales y Nacionales

*Diseñado para líderes del sector logístico, innovadores, profesionales y
emprendedores, un evento en donde los asistentes tendrán acceso a conocer
procesos y tecnologías que están cambiando la forma en que se mueve el mundo.*

Organizan.

MEDIA PARTNER
Logistec
SUPPLY CHAIN & FULLFILMENT



NEXT4

www.elogisticsday.cl - revista@revistalogistec.com

CADENAS ADAPTATIVAS

EFICIENCIA, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD PARA LA LOGÍSTICA DE HOY

LA IMPORTANCIA DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO ADAPTATIVAS NO PUEDE SER SUBESTIMADA EN EL MUNDO EMPRESARIAL ACTUAL. LA GLOBALIZACIÓN Y LA INCERTIDUMBRE ECONÓMICA HAN AUMENTADO LA COMPLEJIDAD DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO, Y LAS EMPRESAS NECESITAN SER CAPACES DE RESPONDER RÁPIDAMENTE A LOS CAMBIOS EN LA DEMANDA Y LOS DESAFÍOS EN EL MERCADO.

Una cadena de suministro adaptativa puede ayudar, entonces, a reducir los costos, aumentar la velocidad y mejorar la calidad de los procesos, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y una mayor rentabilidad para la empresa.

Y gracias a las cualidades, las cadenas de suministro adaptativas son esenciales para la sostenibilidad a largo plazo de una empresa. En un entorno cada vez más incierto, es esencial que las empresas sean capaces de responder rápidamente a los cambios en el mercado y a las necesidades de los clientes.

Pero ¿cómo lograr una cadena de suministro adaptativa? Al momento de pensar en las cualidades de esta estrategia contar con tecnología avanzada y una cultura de colaboración y trabajo en equipo. La automatización, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático son algunas de las tecnologías claves que deben formar parte de una cadena de suministro adaptativa, por lo tanto, es esencial para las empresas mirar con amplitud la variedad de soluciones hoy presente en los distintos mercados.

Además, es importante que las empresas fomenten una cultura de colaboración y trabajo en equipo entre los diferentes actores de la cadena de suministro. La colaboración y el intercambio de información entre empresas, proveedores y otros actores de la cadena de suministro son esenciales para una gestión efectiva y eficiente de la cadena de suministro.

En conclusión, las cadenas de suministro adaptativas son esenciales para el éxito de una empresa en un entorno cambiante e incierto como el que se enfrenta. Queda claro entonces que una tecnología avanzada y una cultura de colaboración y trabajo en equipo permiten que las empresas puedan mejorar la eficiencia y la eficacia de su gestión de la cadena de suministro, lo que les permitirá alcanzar una sostenibilidad a largo plazo y un éxito a largo plazo. ■



Las cadenas de suministro adaptativas son un elemento clave para el éxito de cualquier empresa en un entorno cambiante e incierto, considerando que esta estrategia operacional es aquella que puede responder rápidamente a los cambios en la demanda, los proveedores y los merca-

dos, y se adapta de manera efectiva a los desafíos y las oportunidades. Teniendo claro cuál es la definición de este tipo de cadenas de suministro, la importancia de ellas se explica por su capacidad de mejorar la eficiencia y la eficacia de la gestión de la cadena de suministro.

LAS NOVEDADES DE ALOG CHILE ESTE 2023. NUEVO CONSEJO ALOG Y MÁS ESTUDIOS SECTORIALES PARA LA INDUSTRIA

ALOG Chile inicia 2023 con importantes reestructuraciones y novedades para el sector logístico, entre las que destacan la reconfiguración de los comités Marítimo Aduanero Multimodal y el Comité Aéreo, los que se han fusionado para crear el Comité de Comercio Exterior, instancia en la cual se trabajarán las temáticas relacionadas a la optimización de extra costos en las operaciones de transporte de carga marítimas, aéreas y terrestres, a través de la generación de conocimiento y aplicación de las normas vigentes en dichas materias.

De esta forma, a partir del año en curso, la Asociación realizará su gestión gremial en base a los Comités de Seguridad Logística, Recursos Humanos y Gestión de Personas y el Comité de Comercio Exterior.

SE ABRE POSTULACIÓN A "CONSEJERO ALOG CHILE"

Cabe destacar que, según el cambio estatutario realizado por la Asociación en su Asamblea Anual de 2022, a contar de febrero del presente año, ALOG abrirá una convocatoria dirigida a las empresas socias a fin de que postulen a un ejecutivo de sus filas para convertirse en Consejero ALOG, rol cuyo principal objetivo es asesorar a la Presidencia y al Directorio en las materias en las que sea consultado y compilar el programa de trabajo de los comités permanentes de la Asociación.

El Consejo ALOG estará integrado por cinco ejecutivos y la elección de éstos se llevará a cabo en la Asamblea Ordinaria Anual de Socios a realizarse el 27 de abril de 2023.

MÁS ESTUDIOS SECTORIALES PARA LA INDUSTRIA

Siempre con el objetivo de contribuir al desarrollo y conocimiento de la industria logística nacional, a partir de la realización de estudios sectoriales, encuestas y rankings, específicamente ligados a la performance de los actores del rubro supply chain chileno, el área de Consultoría de ALOG Chile ha definido para este 2023 un nuevo formato para su tradicional estudio Análisis y Tendencias de la Industria Logística, el que se publicará trimestralmente.

En esta línea, la primera edición, del Estudio Análisis y Tendencias, abordará las temáticas: Retail, e-Commerce y Tecnología, documento que quedará a disposición de los socios de ALOG a contar de abril de 2023.

Además, ALOG Consultoría ya prepara la publicación de la 10ma. Edición de la Encuesta de Remuneraciones y Beneficios de la Industria Logística (correspondiente al año 2022), muestra en la cual participan 70 empresas referentes del mercado logístico, entre las cuales destacan: Operadores Logísticos, Freight Forwarders, Almacenistas Extraportuarios, entre otros. El estudio, que se publicará en abril de este año consolida información relativa

a más de 200 cargos tipos del sector y, a la fecha, se alza como el único estudio de su categoría 100% focalizado a la Industria Logística Nacional.

Junto a la Encuesta de Remuneraciones y Beneficios de la Industria Logística, también se publicará un apartado denominado: Caracterización del Mercado Laboral Logístico, un estudio que nace a petición del Comité de Recursos Humanos de ALOG Chile; y que tiene por objetivo brindar a la comunidad logística información estadística actualizada relacionada a factores laborales que inciden en la gestión de personas; tales como: nivel de rotación, ausentismo, inclusión y género, tasas de accidentabilidad, sindicalización, entre otros.

¡REACREDITAMOS NUESTRO CECCL!

Finalmente, la Asociación Logística de Chile A.G, informa a todos sus asociados y a la comunidad logística en general que en noviembre pasado, Chile Valora concedió la reacreditación por 4 años al Centro de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales para la Industria Logística Nacional.

Bajo Resolución Exenta 47/2023 del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, ALOG Chile A.G asume la responsabilidad de liderar los proyectos de certificación para colaboradores del rubro a través de su CECCL, el que funciona desde el año 2014.

Así, durante 2023 y hasta febrero de 2026, el Centro de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales de ALOG Chile podrá acreditar los siguientes perfiles de cargos, propios de Bodegas y Centros de distribución.

1. Administrativo(a) Logístico(a).
2. Controlador(a) de Rutas.
3. Customer Service - Servicio al Cliente
4. Despachador(a) de Productos
5. Encargado(a) de Inventario
6. Operador(a) de Grúa
7. Operario(a) de Bodega
8. Preparador(a) de Pedidos
9. Recepcionista de Productos
10. Supervisor(a) de Operaciones Logísticas

Cabe destacar que todas aquellas empresas que deseen evaluar y certificar a sus colaboradores pueden hacerlo utilizando su Franquicia Tributaria Sence, con una cobertura tope del 90% en el costo final.

Invitamos a conocer los beneficios para las personas y las empresas, contactándonos al mail competencias.laborales@alog.cl ; cgonzalez@alog.cl o al 225448593.

EL ROL DE LOS DATOS EN LA LOGÍSTICA DEL SIGLO 21

Los datos se han vuelto cada vez más importantes en la logística del siglo XXI, ya que proporcionan información necesaria para garantizar una operación eficiente, sustentable y rentable. Sin datos, es casi imposible identificar oportunidades de mejora o evaluar cómo impacta (ya sea directa o indirectamente) en alguna decisión.

La operación del transporte de carga es el resultado de la interacción de múltiples y diversos actores con necesidades comerciales específicas, enfrentados a factores y restricciones conocidas o emergentes, de diversa naturaleza, como puede ser geográfica, normativa, demográfica, social, de infraestructura o de proceso.

datos del movimiento de los camiones y la carga. Estos datos en general no existen, están incompletos o no se encuentran consolidados para este fin, resultando en información parcial o inconsistente, que dificulta la toma de decisiones. Esto último se debe principalmente a que no se ha desarrollado aún una manera eficiente de convertir esos datos parciales, en información completa de caracterización que permita estudiar y, deseablemente, simular diversos escenarios.

Pero, ¿qué se necesita para poder explorar estas oportunidades que ofrecen los datos? Evidentemente... datos. Hemos constatado que los datos que se generan son parciales, no están en la cadena

lógica, generación y uso de estándares de intercambio de datos y consolidación, difusión y estudios de datos, mejorará el desempeño del sector. Es por ello que impulsamos estas áreas con mucha energía. Ejemplo de ello es la gestión y mantenimiento de fuentes de datos como el Observatorio Logístico, que dispone de conjuntos de datos y análisis que abarcan distintas áreas de la logística. A esto se suma la creación de APIs que facilitan la consulta en línea de datos. Además, hemos establecido convenios de colaboración con el Data Observatory y otras instituciones generadoras de conocimiento para trabajar desde ya en distintas iniciativas cuyo objetivo es crear análisis y desarrollar en conjunto proyectos complejos que busquen satisfacer necesidades de la industria. Esto último, siempre teniendo en consideración la colaboración público-privada-academia.

Ahora, supongamos por un momento que la operación de las empresas proveedoras y clientes de la logística están generando constantemente flujos de datos, desde sensores propios y públicos, disponible para todos a través de interfaces adecuadas que salvaguardan la protección de datos sensibles. ¿Es suficiente para que todos aprovechen el su valor? Creemos que no, que extraer valor a partir de los datos no es directo y se requieren procesos intermedios; al menos se requiere limpiar valores que traen ruido sin perder representatividad, se deben agrupar correctamente y resumir con valores estadísticos adecuados.

En conclusión, los datos desempeñan un papel cada vez más importante en la logística y en el desarrollo sostenible. El uso de los datos puede ayudar a mejorar la eficiencia, reducir los costos y promover la sostenibilidad en toda la cadena de suministro. Y para poder extraer estos beneficios de los datos, se requiere de un trabajo colaborativo entre quienes los producen y quienes los disponen y analizan, con la finalidad de agregar valor y llevar estos grandes conjuntos de datos hacia facilitación de la toma de decisiones por distintos actores.

Mauricio Casanova
Líder de Inteligencia de Datos,
Fundación Conecta Logística



Para planificar y desarrollar sistemas de transporte de calidad, eficientes, seguros y sustentables, que contribuyan al desarrollo social y económico del país, se requiere estudiar y comprender su comportamiento, detectando patrones, anomalías u oportunidades de mejora, y deseablemente, anticiparse a ello prediciendo su comportamiento en escenarios simulados.

La principal dificultad para la caracterización, y consecuentes estudios y simulaciones, del transporte de carga, ha sido la disponibilidad y calidad del insumo básico:

completa entre un origen y un destino, ya sea porque no todas las empresas cuentan con dispositivos y sistemas que midan, transmitan, almacenen, y dispongan datos, o sea porque no existe un sistema de sensores públicos que estén detectando el estado y ubicación de las cargas, o porque los datos que permitirían al menos estimar lo anterior sufren de una serie de falencias que hacen compleja su integración y validación.

En Conecta Logística nos hemos comprometido de que la paulatina adopción tecno-

AUTOMATIZACIÓN Y TECNOLOGÍA: TENDENCIAS QUE MARCARÁN EL PULSO LOGÍSTICO DEL 2023.

La tecnología y la automatización son y seguirán siendo, sin duda, herramientas consolidadas como soluciones, para que el sector logístico sea más competitivo en este nuevo año. Machine Learning, IA, ciberseguridad y la automatización de procesos logísticos con un TMS son algunas de las tendencias que predominarán en el sector durante 2023.



Un sistema de gestión de transporte es capaz de conectar todos los aspectos de la cadena de suministro, de modo que pueda cumplir con los pedidos de los clientes y satisfacer las demandas del mercado de manera oportuna y eficaz.

Drivin es uno de los productos más completos del mercado. Un software TMS 4.0 que posee múltiples módulos que se pueden agregar de acuerdo con las necesidades y tipo de operación de cada empresa.

Con Drivin se puede: Disminuir tiempos de Planificación, Ahorrar en costos de transporte, Aumentar la capacidad para gestionar pedidos, Mejorar tu nivel de servicio, Disminuir la huella de carbono y mucho más

Además de todo esto, la solución cuenta con una aplicación móvil para que los conductores realicen las entregas de acuerdo con los requerimientos de la empresa: actualizar estatus de las entregas, sacar fotografías, firmas electrónicas, o bien, registrar eventos en la ruta. Toda esta información puede ser revisada en línea desde la plataforma. Si lo que se busca es optimizar la operación logística y obtener grandes beneficios tanto para la organización, como para los clientes, Drivin es una clara alternativa.

STARKEN AUMENTA SU CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO CON MODERNO CLASIFICADOR DE PAQUETERÍA

El nuevo complejo de 4 mil metros cuadrados, que permitirá aumentar hasta en 6 mil envíos por hora la capacidad de clasificación y despacho, en paquetes que van entre los 50 gramos hasta los 10 kilos, significa un importante aumento en la gestión para la empresa, ya que este tipo de envíos representan más de un 80% del total de carga que mensualmente Starken transporta a lo largo de Chile.

Gracias a la incorporación de este moderno clasificador automatizado, desarrollado por Vanderlande, líder mundial en innovación de equipamiento logístico, se simplificará al máximo la entrega de última milla, ya que el transportador podrá no solo clasificar y nominar de manera más eficiente y automática la carga, en 80 salidas, sino que además podrá medir y pesar cada paquete (ropa, menaje o electrodomésticos de menor tamaño).

Con esta inversión, Starken inicia un nuevo año lleno de lanzamientos relevantes para potenciar su negocio, como la inauguración de nuevos centros regionales de distribución, apertura de sucursales, implementación del servicio Same Day (plazo de 12 horas); la alianza con Mall Plaza con el desarrollo de 4 mini hubs de distribución y almacenamiento en puntos clave de la Región Metropolitana y el Dark Courier (manejo inteligente de stock para empresas omnicanales).

FEX: LA APP QUE HACE ENTREGAS DE ÚLTIMA MILLA EN 60 MINUTOS

FEX, la startup que nació en 2017 como solución para conectar a clientes que requerían de un flete on demand con transportistas adheridos en Santiago, suma tres servicios para satisfacer la demanda de pequeñas y grandes empresas, sin descuidar su producto estrella, el despacho express, que en la actualidad ofrece tiempos de entrega de 60 min o menos, a bajo costo y a sólo un click en toda la Región Metropolitana, Viña del Mar, Concepción y próximamente en Perú y México.



La plataforma cuenta con transportistas adheridos en las categorías de moto, auto, furgón, camioneta y mini camión abierto y cerrado, lo que ha permitido sumar servicios de despachos más especializados de última milla para empresas que requieran hacer entregas Same Day y Next Day, con flotas variables a demanda, pues la promesa de FEX es que "las empresas pagan por el uso y no por el no uso; esto, gracias a los más de 10.000 transportistas adheridos y validados en la plataforma, pudiendo satisfacer los peaks de demanda que se generan en fechas especiales y Cyber", afirmó Erwin Codjambassis, CEO de FEX.

El valor agregado de FEX está en haber regulado un servicio de crowdsourcing del transporte de carga, flete y última milla, y brindar respaldo de cada servicio a sus clientes gracias a la promesa de servicios con cobertura ante siniestros y la emisión de boletas y facturas.

"Todos los transportistas adheridos a FEX son microempresas con giro de transporte de carga y se responsabilizan de sus obligaciones tributarias asociadas a su giro. De esta forma podemos dar estabilidad al negocio y asegurar confiabilidad a nuestros clientes que están contratando un servicio que cumple requisitos civiles y tributarios".

BRINK'S REFUERZA COMPROMISO CON LA SEGURIDAD POTENCIANDO SERVICIOS

Chile atraviesa uno de los momentos más críticos en materia de seguridad de los últimos años. Así lo han vuelto a ratificar los datos entregados por el Centro de Estudios y Análisis del Delito de la Subsecretaría de Prevención del Delito, que indican que en 2022 se cometieron un total de 140.690 delitos de alta connotación en las 34 comunas del Gran Santiago, 3.777 crímenes más que en 2021.

Frente a este escenario de inseguridad que se vive actualmente en el país, Brink's ha querido reforzar el compromiso con sus clientes potenciando su servicio Brink's Global Services (BGS), que cumple con los más altos estándares de calidad en el traslado de todo tipo de valores y a lo largo de todo el territorio nacional.

Esta solución cuenta con una flota de distribución blindada, que es resguardada por vigilantes privados armados, en conjunto con civiles y administrativos, entregando una solución completa de transporte, custodia y seguro.

BGS está enfocado en brindar una solución integral y segura para el transporte de todo tipo de valores, a través de su modelo logístico "Door to Door", que ofrece la administración y manejo de la cadena de suministro bajo los procesos, estándares y sello de Brink's.

Este servicio especializado busca entregar la mejor atención. Para esto, el personal de la flota además de contar con todas las capacitaciones, también se comunica directamente con el cliente para actualizar permanentemente todos los detalles del estado de su carga. Entre otros atributos, esta solución cuenta con una cobertura de seguro sobre los valores transportados y también permite a sus clientes, hacer un seguimiento del estatus de sus cargas.

CON GPS CHILE MONITOREA EN VIVO Y CONTROLA TU OPERACIÓN DE FORMA REMOTA

Uno de los principales retos que enfrentan las empresas de transporte en Chile es encontrar soluciones que permitan brindar seguridad a sus conductores, así como asegurar el monitoreo de las cargas transportadas.

GPS Chile, empresa líder en su rubro, entrega hace más de 20 años información estratégica para hacer más eficiente y segura la cadena de suministro, por lo que se toma este desafío como prioritario. Es por esto, que constantemente



está innovando en sus soluciones y servicios, por lo que ha incorporado mejoras en su "Plataforma de Cámaras"; la que desde ahora entrega la posibilidad a sus clientes de descargar de manera independiente, autogestionada y en el momento que lo deseen, videos on demand.

Con esta tecnología, les ayuda a tener información relevante de la gestión de conducción, permitiendo identificar malos hábitos de manejo, disminuyendo de esta manera las posibilidades de colisiones y accidentes en la ruta.

Para Mario Yañez, gerente general de GPS Chile, es importante esta innovación, ya que "nuestro objetivo es que los clientes puedan tener herramientas que faciliten su gestión, identificación, registro y control de procesos de forma remota, con el fin de monitorear eficientemente su operación".

Las cámaras también cuentan con visión nocturna, gracias a su iluminación infrarroja, permitiendo captar los movimientos en la cabina y alrededor del camión sin importar si es de día, noche o hay poca luz. GPS Chile, apuesta por un monitoreo integral de flotas, cargas y conductores en cualquier lugar, con lo que, de esta manera, se compromete con la seguridad y la eficiencia (vía integración de tecnologías de vanguardia) de su flota de transporte de carga. Más información en www.gpschile.com

EXPECTATIVAS DE CONTRATACIÓN EN CHILE SON MÁS OPTIMISTAS QUE EN EL MUNDO

Febrero comienza con una muy buena noticia a nivel de empleo. Si bien el estudio ManpowerGroup Employment Outlook Survey Q1 2023, llevado a cabo por ManpowerGroup, reveló que este año comenzó con proyecciones muy conservadoras en términos de intenciones de contratación en el mundo en general, en nuestro país las cifras son más positivas.

A través de una encuesta realizada en su plataforma de LinkedIn, se reveló que un 50% de quienes contestaron esperan contratar más talento durante este año. La opción de mantener el equipo actual quedó en segundo lugar, con un 29% y quienes esperan una reducción de personal en su lugar de trabajo, figuraron sólo con un 21%. Estas cifras contrastan con lo revelado por el estudio global, que reportó una Perspectiva Neta de Empleo de +23%, y con intenciones de contratación a la baja, tanto en términos interanuales como inter trimestrales en un -14% y un -6%, respectivamente.

Volviendo al optimismo local, entre los diferentes rubros de trabajo, el que más espera nuevas contrataciones es Operaciones, con un 33% de las preferencias. En segundo lugar, se encuentra TI con 29% y, cerrando el podio, Marketing y Comunicaciones 20%. Marginalmente más atrás figura Finanzas (19%).

"Si bien la muestra es más pequeña en nuestra investigación local, ya dice mucho respecto al panorama en nuestro país en términos de contratación, contrastado con el panorama global. La economía pasa por ciclos y momentos difíciles, pero la oferta de trabajo se mantiene bastante más estable cuando es comparada con el resto del mundo. Es de esperar que esto se siga manteniendo", señala Jimena López, Gerente de Reclutamiento y Selección de ManpowerGroup Chile.

STG EN NRF 2023: EL EVENTO TECNOLÓGICO DE RETAIL MÁS GRANDE DEL MUNDO

Con el fin de continuar ofreciendo soluciones innovadoras y servicios de excelencia para el retail, STG participó en la nueva edición de la NRF (National Retail Federation), el evento más importante del rubro.

Además, estuvieron junto a su partner Zebra, quien presentó las grandes novedades y tendencias para los próximos años en Latinoamérica.

"Participar de NRF es fundamental para nuestra compañía. Nos permite ver qué está pasando en el mundo, cómo se están aplicando las nuevas tecnologías y qué están haciendo los grandes retailers para acompañar a nuestros clientes. De esta forma, obtenemos una mirada diferente para descubrir, navegar, saber y comprender hacia dónde va la industria", asegura Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.



Durante la instancia, la compañía evidenció cuáles serán las principales tendencias que estarán presentes en el rubro, entre ellas la consolidación de las tiendas modernas, la movilidad, el RFID y los flejes electrónicos.

Con una visión generalizada de la industria del retail, STG seguirá impulsando novedades para sus clientes con el fin de ayudarlos a automatizar sus procesos, fortalecer sus experiencias de compra e impulsar la productividad. La App Móvil, utiliza el GPS del mismo celular y se puede descargar en cualquier dispositivo Android, celular o Tablet (versión 8.0 o superior).

LLEGÓ DESARROLLA NUEVA UNIDAD DE NEGOCIO PARA CONQUISTAR LA PRIMERA MILLA

La empresa de logística y transporte Llegó, con 19 años en el mercado y actor relevante en logística de última milla, anunció la apertura de una nueva unidad de negocios de Primera milla, ampliando así su portafolio de servicios logísticos.



Si bien desde hace un par de años Llegó viene incursionando en esta vertical, en diciembre sumó oficialmente un nuevo equipo que viene a desarrollar e impulsar dicha unidad, liderado por Claudio Paredes, gerente de Negocios de Primera milla.

"Llegamos con la misión de desarrollar una línea de negocios que ofrezca a nuestros clientes una solución integral, haciendo el end to end de la cadena logística nacional. Sumamos nuestra experiencia en primera milla a la ya robusta oferta de servicios logísticos de última milla que Llegó ha desarrollado estratégicamente en Chile", comenta Paredes.

Esto coloca en el mapa de la logística pesada a Llegó, quienes dentro de su cartera de servicios ofrece el transporte de cargas sobredimensionadas, trasladando diferentes cargas de proyectos especiales para cualquier industria a nivel nacional.

Asimismo, Llegó ha fortalecido su vertical de distribución urbana e industrial, con un servicio fijo y optimizado que cubre todo el territorio nacional y diferentes industrias, como el consumo masivo y health care. La gerente de Negocios InHouse de Llegó, Ximena Gaete, comenta que dicho servicio busca principalmente cumplir con la promesa de entrega. "Nuestro propósito más importante es brindar la mejor experiencia de entrega a nuestros clientes, y lo hacemos cumpliendo con una operación segura, confiable y transparente", finaliza Gaete.

**¿NECESITAS GESTIONAR EL INGRESO Y SALIDA DE
TUS MERCADERÍAS Y CONTAR CON SU TRAZABILIDAD
ENTRE OTRAS FUNCIONES?**

INNIVITA[®]
Software Factory

**Con el software de gestión
de almacenes INNIVITA WMS,
cubres todos tus requerimientos
de almacenamiento y de transporte
de mercaderías, ya que además
incorpora la tecnología INNIVITA TMS.**



INNIVITA WMS[®] \ TMS[®]

www.innvita.cl / (56-2) 2760 7000 - comercial@innvita.cl

LATAM ES LA QUINTA AEROLÍNEA MÁS SOSTENIBLE DEL MUNDO SEGÚN STANDARD & POOR'S

LATAM Airlines Group es la quinta aerolínea con mejor desempeño en sostenibilidad a nivel mundial y la primera en América y Europa, según la más reciente evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA), de Standard & Poor's (S&P Global).

Este resultado le permitió al grupo ser la única aerolínea del continente en estar presente en la edición 2023 de "The Sustainability Yearbook", anuario en el que la prestigiosa agencia de calificación de riesgos S&P destaca a aquellas empresas que han tenido un crecimiento sobresaliente en la evaluación de su gestión de sostenibilidad, destacando por sus prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

"La positiva posición que alcanzamos en la evaluación de sostenibilidad de Standard & Poor's refleja el trabajo sistemático que el grupo LATAM está haciendo, el cual se traduce en acciones concretas como eliminar los plásticos de un solo uso a final de este año, avanzar en la hoja de ruta para ser cero residuos a relleno sanitario al 2027 o la conservación de más de 500 mil hectáreas en Sudamérica", comentó Juan José Toha, director de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad del grupo LATAM.

¡SAMEX NO SE DETIENE! EMPRESA REFUERZA SU EQUIPO GERENCIAL PARA POTENCIAR SU SERVICIO

Conscientes de los cambios que vive la industria, las crecientes demandas de los clientes, la necesidad de soluciones logísticas optimizadas y eficientes y, sobre todo, el valor de un nivel de servicio óptimo, Samex avanza en reforzar sus soluciones logística de la mano de un equipo de profesionales de primer nivel.

"En Samex sabemos que la clave del éxito está en nuestro equipo de profesionales y colaboradores, quienes operan bajo el ADN de la compañía que tiene foco en el nivel de servicio entregado a nuestros clientes y en la especialización de nuestras soluciones logísticas", comenta Mauricio Parot, gerente general de Samex.

En esta línea la empresa ha reforzado su equipo gerencial con el arribo de dos importantes ejecutivos de la industria, quienes se suman a Samex para aportar con su experiencia y conocimientos. Tania Méndez, ingeniera civil industrial, con 7 años de experiencia en el sector asume como subgerente de Planificación y Desarrollo. La profesional se desempeñó anteriormente como jefa de Estrategia y Desarrollo de Canales en Chilexpress.

También se suma a Samex como Gerente de Operaciones, Álvaro Salgado, ejecutivo con más de 17 años de experiencia en compañías como FedEx, donde se desempeñó como Senior Manager Operations.

"Estas contrataciones vienen a reforzar los cambios que estamos realizando para cumplir nuestra visión que es "Ser líderes en el rubro del transporte de carga por la calidad del servicio, cobertura, innovación y tiempos de entrega", enfatiza Mauricio Parot.

Por su parte, el nuevo gerente de operaciones reconoce que hoy lo más importante a nivel de industria es "cumplir con las expectativas de los clientes y me motiva saber que en Samex tenemos los recursos para convertirnos en líderes del mercado". Salgado asegura además que su primer desafío es integrarse al equipo y poder aportar con su experiencia a "mantener procesos operativos claros que nos permitan cumplir con los objetivos de rentabilidad".

Por su parte, Tania Méndez se declara "expectante y con ánimo de comenzar a dejar mi huella en la empresa y lograr los objetivos planteados". En esta línea, la nueva subgerente de Planificación y Desarrollo comenta que sus primeros objetivos son "conocer el modelo de trabajo de la empresa, aportar con mis conocimientos en los actuales procesos y lo más importante, implementar nuevas estrategias que contribuyan al cumplimiento de metas y satisfacción de nuestros clientes".

INVENTARIOS DEL COMERCIO ANOTARON UN DESCENSO MENSUAL DE 3,4% EN DICIEMBRE DE 2022

En diciembre de 2022, el Índice de Inventarios del Comercio (ICom) disminuyó 3,4% respecto al mes anterior, debido al decrecimiento de comercio minorista y comercio mayorista, que incidieron -2,425 puntos porcentuales y -1,749 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que comercio automotriz aumentó, contribuyendo con 0,800 puntos porcentuales a la variación del índice.

El Índice de Inventarios de la Minería del Cobre (IIMCu) se redujo 2,0% en comparación con noviembre de 2022, a raíz de la baja en productos de la minería del cobre, que restó 2,476 puntos porcentuales. Por el contrario, insumos industriales aportó 0,493 puntos porcentuales al resultado del índice.

Por último, el Índice de Inventarios de la Industria Manufacturera (IIMan) presentó una disminución mensual de 0,8%. Once de las 18 divisiones o agrupaciones de divisiones que componen el índice descendieron respecto a noviembre de 2022. La que más incidió fue fabricación de coque y productos de la refinación del petróleo, con -0,747 puntos porcentuales.

CON LANZAMIENTO DE "REGLAS POR LA VIDA" STI Y SUS TRABAJADORES SE COMPROMETEN CON LA SEGURIDAD

San Antonio Terminal Internacional (STI) lanzó sus "Reglas por la Vida" que reúnen una serie de principios que buscan reforzar una cultura de seguridad común, donde el autocuidado es fundamental. La iniciativa es parte de la estrategia corporativa +Safety que siguen todas las compañías que opera SAAM.



"Trabajamos junto a dirigentes, jefaturas y Comités Paritarios en la revisión y consenso de estas reglas, que tienen como único propósito resguardar lo más valioso de nuestro terminal: las personas. La productividad y la seguridad van de la mano, no compiten jamás. Sabemos que si hacemos las cosas bien tendremos mejores resultados y

nuestras Reglas por la Vida nos llaman a todos a seguir elevando los estándares", dijo el gerente general de STI, Rodrigo Galleguillos.

En la misma línea, y en representación de los Comités Paritarios, Johana Vásquez, destacó la participación de los colaboradores en el proceso. "Hemos revisado las situaciones con potenciales riesgos para prevenir incidentes y también hemos revisado experiencias pasadas para aprender de ellas y no repetir los errores, por lo que estamos seguros podremos seguir avanzando en una operación cada vez más segura. El cumplimiento de las Reglas por la Vida depende de todos nosotros, de cuidarnos a nosotros mismos y a nuestros compañeros", comentó.

En tanto, el presidente del Sindicato SEMM de Muellaje del Maipo, Ricardo Rodríguez, intervino en representación de los dirigentes de STI. "Todos debemos salir del terminal de la misma manera en la que entramos a trabajar cada día. Tenemos la oportunidad de recordar también a las personas que ya no están con nosotros para que nunca más nos ocurra una experiencia similar", dijo el dirigente.

Las "Reglas por la Vida" comprenden un conjunto de once principios muy concretos, como lugares seguros, puntos de apoyo, el no uso de celulares y audífonos en las operaciones, activación de dispositivos de seguridad en equipos y personas y uso de elementos de protección personal y constituyen una base sólida para continuar promoviendo la cultura de seguridad en todas las actividades del terminal.

SIL

XXXIX CONGRESO

ALACAT

Barcelona **25** Anniversary
7-9 junio 2023 (1998-2023)

LA LOGÍSTICA DE HOY Y DEL FUTURO



FERIA LÍDER DE LOGÍSTICA, TRANSPORTE, INTRALÓGISTICA
Y SUPPLY CHAIN DEL SUR DE EUROPA

Organizado por :

ZF | CONSORCI
barcelona
ZONA FRANCA

www.silbcn.com

SOMOS LA NUBE PÚBLICO-PRIVADA
MÁS EXTENSA Y SEGURA DE LATAM



CONTÁCTANOS
+56 2 2589 4500



SÚMATE A LA EVOLUCIÓN DIGITAL



MEGALOG
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
RED MEGACENTRO



MÁS ALMACENAJE

PARA UNA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS



✓ CARGA GENERAL E INDUSTRIAL

✓ ALIMENTOS

✓ COSMÉTICOS

✓ FARMACÉUTICOS

✓ CARGA CON TEMPERATURA CONTROLADA

✓ CARGA IMO QUÍMICA E INFLAMABLE

Cuando la velocidad es lo que importa. Simplemente arrienda.

Jungheinrich Rental. Rent it. Move it. Done.

Para sus eventos, puede contar con su socio confiable habitual, siempre que necesite una solución a corto o largo plazo, solo solicite el equipo adecuado para su operación



Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl

JUNGHEINRICH