

REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]



TENDENCIAS E-COMMERCE

Y EL ESTADO DEL ARTE EN CHILE


SCCC
Supply Chain Council Chile

alog chile
Asociación Logística



LOGISTEC
EDICION
100
ABR | MAY 2017

PUNTO DE VISTA: EL IMPACTO DEL OMNI-CHANNEL
SUPPLY CHAIN: CÓMO ELEGIR UN OPERADOR LOGÍSTICO
EQUIPAMIENTO: GRÚAS, LAS MÁS ADECUADA SEGÚN LA OPERACIÓN
FREIGHT MANAGEMENT: CD COURIER EXPRESO



ESTAMOS PREPARADOS
PARA ENTREGAR LA
SEGURIDAD QUE
NECESITAS

LÍDERES EN ARRIENDO DE BODEGAS

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN | BODEGAS ESTÁNDAR | MINI BODEGAS



TRAYECTORIA

En bodegaje tenemos la mayor trayectoria y tamaño del país.



FLEXIBILIDAD

Servicio de arriendo flexible en períodos de tiempo y superficie.



SEGURIDAD

Completa y moderna tecnología en seguridad.



SERVICIOS

La más amplia gama de servicios asociados a la operación logística.

WWW.BSF.CL



CHILE | PERÚ

BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO

Desarrollando Espacios de Confianza



NOS HACEMOS CARGO DE TU BODEGA EN TU BODEGA



AGUNSA IN HOUSE
SOMOS EL OPERADOR N° 1 DE CHILE, EXPERTOS
EN OPERACIONES LOGÍSTICAS EN BODEGAS.

Un servicio que se adapta a la realidad de cada cliente, aplicando tecnologías y herramientas de gestión de todas las actividades de logística y transporte.

LOGISTICA@AGUNSA.CL / WWW.AGUNSA.COM



CENTENARIO EDITORIAL...

17 años atrás, nace Revista Logistec, un proyecto ambicioso que venía a visualizar los aspectos más atractivos de una actividad que solía estar a la sombra del quehacer de las empresas: La Operación Logística.

El nuevo milenio comenzaba, y la apuesta de 303 Editoriales emprendía un rumbo que a poco de cumplir dos décadas tiene a su haber momentos de gran satisfacción. A nivel editorial, por ejemplo, resulta gratificante ver la evolución que Revista Logistec ha logrado, tanto a nivel de contenido como a nivel de convocatoria,

considerando el aporte que destacados expertos, ejecutivos y autoridades ligados a la actividad logística nacional e internacional comprometen y concretan en cada edición.

Si Logistec se ha posicionado como la única publicación en su tipo en el país, ha sido gracias a la confianza y el respaldo de sus 'fuentes', que aportan valor a cada texto desarrollado por el área editorial, la que también se ha comprometido con entusiasmo y profesionalismo a transmitir contenido técnico y especializado de la industria. Por cierto, el rol de nuestros clientes y colaboradores también ha sido primordial en nuestra historia. Son ellos los que, a través de su confianza y com-

promiso oportuno, contribuyen al crecimiento de este y otros emprendimientos que 303 Editoriales –como empresa- y Revista Logistec – como marca- han llevado a cabo en estos 17 años, entre los que destacan la configuración y realización de 4 Ferias de Logística y más de 10 Congresos especializados.

Hoy, cuando cumplimos el centenario editorial de Revista Logistec, reiteramos nuestro compromiso hacia la excelencia y objetividad periodística, al tiempo que renovamos el vínculo con nuestros clientes, a los que agradecemos por su confianza, transparencia y lealtad, atributos que nos han llevado a concretar este exitoso resultado. **Muchas Gracias**



REVISTA Logistec

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

PUNTO DE VISTA 04
El Impacto del Comercio Omni-Channel Parte II

EN PRÁCTICA 38
BODENOR FLEXCENTER 40
DERCOMAQ 48
RED MEGACENTRO 50
SOLAR GROUP

LÍDERES 42
PATRICIO MEDINA 44
RODRIGO ORMAZÁBAL 46
JORGE RONDA

FREIGHT MANAGEMENT 70
EXPORTACIONES DE SALMÓN 76
UBER 80
CENTRO DE COURIER EXPRESO

LOGÍSTICA 84
NORMAS LABORALES 88
CREATIVIDAD FINANCIERA 90
PERFIL LOGÍSTICO

ASOCIACIONES 94
LOGISNEWS 95
EVENTOS 100

P10
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
10. REPENSAR EL SECTOR LOGÍSTICO
14. ELIGIENDO UN OPERADOR LOGÍSTICO
20. ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO
22. USO DE TIC'S EN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

P26
UN DÍA EN NATURA

P30
e-COMMERCE
30. E-COMMERCE EN CHLE
34. MEDIOS DE PAGO

P52
EQUIPAMIENTO
52. EQUIPAMIENTO ADECUADO PARA LA OPERACIÓN
60. EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD
64. COMERCIO MINORISTA 2017





LA REVISTA #1

para los Logísticos de Chile



BIBLIOTECA DIGITAL



LINKEDIN



TWITTER

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO



www.jungheinrich.cl | C4



www.bsfc.cl | C2



www.tnt.cl | C3



www.agunsa.cl | 1



www.bodenorflexcenter.cl | 5



www.emotrans.com | 7



www.ar-storage.cl | 9



www.ert.cl | 11



www.miebach.com | 13



www.stgchile.cl | 17



www.dercoma.cl | 23



www.mecalux.cl | 25



www.warehousing.cl | 33



www.zebra.com | 35



www.tw.cl | 37



www.tecsidel.com | 43



www.dercoma.cl | 45



www.mindugar.com | 47



www.megacentro.cl | 55



www.arrimaq.com | 58/59



www.quadminds.com | 61



www.parqueempresarial.cl | 63



www.danco.cl | 65



www.imolog.cl | 69



www.estrellasolitaria.cl | 73



www.centraabodegas.cl | 75



www.paulsentransportes.cl | 77



www.refricentro.cl | 79



www.cloudtrack.cl | 83



www.megacentro.cl | 87



www.ifxnetworks.com | 93



www.backoffice.cl | 101



www.sdigroup.cl | 103

AÑO 17 EDICION 100
 303 EDITORIALES S.A.
 Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 420
 Conchalí - Santiago - Chile
 Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

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

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

EJECUTIVO COMERCIAL
 Alberto Borges L.
alberto.borges@revistalogistec.com

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

EDITOR PERIODÍSTICO (R)
 María Victoria Moya
maria victoria.moya@revistalogistec.com

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Supply Chain Council Chile



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.



CADENAS DE SUMINISTRO

EL IMPACTO DEL COMERCIO OMNI-CHANNEL

4



Hans Korimsky. Director Comercial de Supply Chain para Itelligence Francia.
Marc Van Den Berk. Manager e-Business para el área de fidelización de clientes en Itelligence Holanda.

El mayor impacto sería el resultado de la implementación de un canal B2C o un canal B2B que cambiaría significativamente el número de pedidos que se están procesando. El procesamiento físico es muy diferente dependiendo de si trabaja desde pallet enviados a tiendas o desde cajas enviadas a clientes.

Para la mayoría de los retailers, el Centro de Distribución (CD) envía tantas entregas como tiendas tenga, y algunas entregas implican un camión completo. Cambiar ese volumen de ventas a un canal B2C requiere llenar un camión con cajas que contienen sólo uno a cinco artículos, y muchos miles de cajas por día. El mayor impacto es aumentar el número de entregas de forma exponencial mientras se disminuye el número de partidas individuales en el sistema.

Además, la volatilidad del pedido en línea requiere que las compañías amplíen la cartera de artículos que mantienen en stock para maximizar la demanda del cliente, ya que tener exactamente el producto requerido disponible es crítico para retener clientes que esperan la entrega más rápida posible. Así, los minoristas deben ampliar la cartera de unidades de stock-keeping y reducir el número de líneas de entrega enviadas por entrega. Por ejemplo: No hace mucho tiempo, para satisfacer la mayoría de los requisitos del cliente, un minorista de calzado que administraba una tienda necesitaba tener aproximadamente 100 tipos de zapatos, lo cual era mucho.

Build to Suit

Proyecto a la Medida



BCF Parque Logístico



BCF Lo Boza



BFC Bio-Bio



BFC Puerto Montt

DESARROLLO Y ARRIENDO DE BODEGAS Y
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE CLASE
MUNDIAL



CONECTIVIDAD



FLEXIBILIDAD



SEGURIDAD



SOPORTE



SERVICIOS

BODENOR
FLEXCENTER
PARQUES LOGÍSTICOS

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

Hoy en día, comparado con Zappos y shoes.com -que ofrece más de 20,000 tipos para mantenerse competitivos- Zalando, retail de calzado, debe ser capaz de ofrecer y enviar casi todas las marcas y tipos de zapatos. Ahora, multiplique eso por el número de tamaños populares del zapato.

optó por entregar en las tiendas. En este ejemplo, vemos que uno de los desafíos críticos de implementar un proceso Omnicanal es que los niveles de stocks de seguridad y despliegue de stock deben ser re-determinados a lo largo de la cadena de suministro. Las previsiones de ventas tendrán que adaptarse y los niveles de servi-

seguirán queriendo adaptar su centro de distribución para entregar órdenes B2C. Esto tendrá un impacto físico en el almacén.

Así, deberán establecerse nuevas áreas para las estaciones de empaque y consolidación. En algunos casos, los Centros de Distribución tendrán que ser reubicados para cubrir una cartera más amplia de bienes.

Aparte del aspecto físico, habrá un impacto significativo en los procesos de TI en el CD. La renovación de los procesos tradicionales del almacén para gestionar pedidos basados en la web es sólo uno de los muchos impactos que el sistema de gestión de almacenes debe afrontar.

DESDE EL 'CLICK' A LA ENTREGA. EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO EN AMAZON

Tener disponible para la venta las mercancías recibidas (de forma rápida y oportuna) es un reto clave para los retailers que desean llegar al consumidor final, llevando al mínimo el tiempo en que el producto se integra al inventario para la venta y sale del mismo para su entrega.

Figura 1: Efectos fundamentales del compromiso del comercio electrónico en la cadena de suministro de un retail tradicional

	Specialized retailer	General retailer	Market place
Increase in the number of SKUs available for picking	20,000 SKUs	180,000 SKUs	600,000 SKUs
Decrease in the number of lines per delivery	1.5	3.5	4.3
Increase in the number of orders per day	5,000	80,000	350,000

La Figura 1 ilustra el aumento en el número promedio de unidades de inventario (SKU), la disminución en el número promedio de líneas de pedido por entrega y el creciente número de pedidos de venta por canal que un minorista tradicional debería estar preparado para esperar al participar Comercio electrónico.

HACIA LA ESTRATEGIA OMNI-CANAL

6

Uno de los mayores retailers de los Estados Unidos construyó toda su cadena de suministro alrededor de la entrega a las tiendas. La interrupción del proceso actual podría suponer un riesgo para las tiendas: el almacén estaría dedicando gran parte de su tiempo a procesar órdenes B2C, mientras que sus herramientas de TI estaban orientadas a determinar los niveles de existencias y crear órdenes de compra basadas en los requisitos de la tienda. Tiendas combinadas con órdenes B2C.

Así que cuando este minorista introdujo las entregas directamente a los hogares,

deberán ser reevaluados. La adaptación de las previsiones de ventas requiere visibilidad a lo largo de toda la cadena de suministro. La buena noticia: más datos se está convirtiendo en disponible y se puede utilizar para ajustar los modelos.

Estos datos pueden derivarse de la colaboración con otros canales (distribuidores...), de herramientas de medición de medios sociales o de estadísticas web. Las malas noticias: El cliente digital espera ser informado de cada paso y cualquier retraso en la cadena de suministro. Así que las empresas necesitan una visión de extremo a extremo basada en información agregada, desde sus proveedores hasta el consumidor.

IMPACTOS EN LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (IT)

Debido a los problemas de transporte y mano de obra, la mayoría de las empresas



Hans Kourimsky
Director Comercial
Cadena de Suministro de
Intelligence Francia



Marc Van Den Berk
Experto
Intelligence France

En la mayoría de los centros de distribución, las existencias se clasifican antes de ser guardadas, de modo que puedan encontrarse fácilmente y agruparse para recogerlas. Habiendo construido su cadena

de suministro en B2C, Amazon aplica un proceso logístico muy diferente para recibir bienes. En el almacén, las mercancías entrantes se ponen inmediatamente en el compartimiento disponible más cercano. Comúnmente, los bienes se consideran disponibles sólo si están en un contenedor del que pueden ser recogidos.

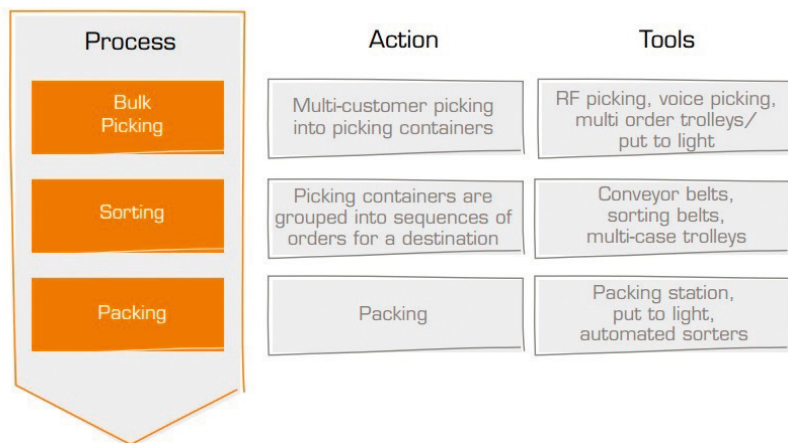
Amazon aplica este principio al máximo: Para evitar la pérdida de ventas de una notificación "no disponible" en línea, Amazon prefiere descargar y guardar la mercancía lo más rápido posible, incluso si significa poner cosméticos, zapatos y libros en el mismo compartimento. Las mercancías mezcladas se almacenan dondequiera que hay espacio del compartimento - tan cerca como sea posible del área receptora.

tribución pueden ser tan grandes como los centros de cumplimiento de Amazon, y el tiempo medio para que un producto pueda ser trasladado desde el área de recepción a un depósito de almacenamiento puede tardar hasta tres días!

CONOCE EL NUEVO DESAFÍO

Con un proceso de picking de varios pasos los procesos de envío de almacenes son aún más impactados. Los Centros de Distribución, generalmente, no cambian su diseño físico y proceso de recepción para que coincida con lo que Amazon está haciendo, pero tendrán que adaptar sus operaciones de envío de manera significativa. (Figura 2)

Figura 2: Mejores Prácticas para Picking B2C



Lo anterior, conduce a una clasificación y embalaje más complejos. Sin embargo, el enorme volumen de ventas y el número de líneas de pedido que se van a elegir individualmente permiten a Amazon realizar una selección masiva de los detalles y, a continuación, trasladar los productos seleccionados a un área de clasificación / consolidación. Esta forma de recibir bienes permite a Amazon reducir los niveles de existencias en los centros de distribución y liberar efectivo. Por el contrario, en la industria de repuestos de automóviles tradicionales, aunque los centros de dis-

Las ventas por Internet son mucho más pequeñas y más numerosas que los procesos B2B regulares, por lo que el Centro de Distribución tendrá que establecer un proceso de picking de varios pasos.

El picking suele ser "consolidado", lo que significa que un operador de almacén seleccionará varias órdenes de venta a la vez. Estos artículos serán transportados, usualmente por cinta transportadora automatizada, a una estación de embalaje donde los picks consolidados serán empaquetados en una caja para el cliente final.



3PL SOLUTION
SUCCESS BY PERFORMANCE



THIRD PARTY LOGISTICS

Air and Ocean Freight
Export and Import, Transit
Customs Clearance
Dangerous Goods Handling
Projects
Insurance
Web-based T&T
Mining Express Solutions

SANTIAGO - IQUIQUE - ANTOFAGASTA - TALCA
WWW.EMOTRANS.COM
info@emotrans-chile.cl - Tel.: 562 2204 7000

De esta manera puede proporcionar la clasificación de hasta 26.000 artículos por hora para hasta 6.000 pedidos. La caja llena, entonces, necesita ser dirigida al portador correcto, proceso que a menudo se realiza utilizando un sistema transportador automatizado. Algunos Centros de distribución a gran escala, incluso, realizan una clasificación después del picking y antes del embalaje, proceso que también es soportado por una cinta transportadora automatizada.

¿HACIA DÓNDE NOS ESTÁ LLEVANDO EL COMERCIO OMNICANAL?

En un mundo, donde el comercio cambia más rápido de lo que se puede imaginar, las empresas dedicadas a los negocios B2B y B2C deben ser tan flexibles y tan omnipresentes como sea posible. A medida que los clientes se vuelven cada vez más volátiles, el reto no es sólo mantener una base de clientes existente, sino recuperar las cuotas de mercado perdidas y ganar otras nuevas.

Al tener que competir con Amazon y otros jugadores en línea agresivos y puros, un retail tradicional debe desarrollar su estrategia omnidireccional individual que vincula las ventajas de la tienda física con el borde digital en una experiencia de compra única, auténtica y perfecta para el consumidor.

8

Para ello, los sistemas informáticos deben ser no sólo flexibles, sino también sencillos, transparentes y fáciles de usar. Y como se trata de un proceso complejo para construir soluciones sencillas, las corporaciones deben buscar sistemas integrados de forma transparente con una sola fuente de la verdad y un entorno de vista único para todos los usuarios y procesos relacionados. También tiene que ser lo más rico posible en características y en oportunidades para expandirse a nuevos procesos. Los canales móviles, en particular, estarán enfocados para muchas compañías en los próximos meses y años. Muchas de la vieja escuela, denominadas "de

ladrillo y mortero", experimentarán un cambio de imagen completo. Los minoristas líderes lanzarán miles de dispositivos para poner a sus asociados en la tienda en un pie de igualdad con los clientes de hoy con poder digital.

Pero nada de esto será de utilidad si la gestión de la cadena de suministro de una empresa no se eleva también al siguiente nivel. Con una plataforma de comercio flexible y hecha a la medida para el omni-channel. Sólo utilizando tecnologías y soluciones poderosas para la cadena de suministro las empresas podrán cambiar eficientemente desde la Multi-Canalidad a la más compleja y desafiante Omni-Canalidad de comercio del futuro. Identificar e implementar el software adecuado para una estrategia omnidireccional requiere asesoramiento y apoyo de desarrollo de expertos con un conocimiento profundo de las capacidades tecnológicas de vanguardia, así como de desafíos y oportunidades específicos de la industria.

CASO DE ÉXITO: SAP EWM

Todos estos nuevos requerimientos descritos inciden directamente en los sistemas de gestión de almacenes utilizados en los Centros de Distribución. Los requisitos detallados que se esperan de estos sistemas pueden variar ampliamente dependiendo, por ejemplo, de las diferentes características del producto, los flujos de las mercancías o las estrategias de selección.

Para alcanzar operaciones más flexibles, SAP Extended Warehouse Management (SAP EWM) es considerado un sistema best of-breed / best-in-class; una solución probada en todas las industrias que pueden manejar operaciones complejas y simples. Apoyando tanto los Centros de Distribución como los almacenes de producción, también puede operar almacenes automatizados y permitir múltiples escenarios dentro del mismo almacén - desde el suministro de producción al crossdocking y el picking complejo de alto volumen. Una ventaja adicional de

esta herramienta se relaciona con que SAP EWM ya está disponible en la plataforma SAP HANA y permite a los usuarios realizar planificación e informes laborales en memoria basados en el análisis de las tareas de almacén, casi en tiempo real, informes de productividad y otras operaciones de almacén.

En tanto, Hybris - una plataforma estratégica Omni-Channel, descrita por las prestigiosas consultoras Gartner y Forrester como líder en su segmento, es una plataforma omni-commerce que permite a las empresas promover y vender productos a través de cada canal y dispositivo. Emplea un único y poderoso modelo "single source / single view" y una herramienta especial para la gestión de la información del producto. La plataforma permite la agregación y el enriquecimiento de datos de diferentes fuentes en un solo lugar, proporcionando una única fuente de datos para todos los canales y en todos los mercados. Esto garantiza una visión única de los datos del producto, la fijación de precios y la promoción tanto para los clientes como para los proveedores.

Utilizando la plataforma Hybris, una empresa o un anunciante puede ofrecer una comunicación optimizada de los datos y la marca en cada punto de contacto (web, aplicación móvil, catálogo, centro de llamadas, etc.) en tiempo real, es decir: Optimizando la experiencia de compra, llevando a una mayor lealtad del cliente y ventas de retorno.

La optimización de los niveles de inventario está en el corazón de la gestión de la cadena de suministro. Incluso una pequeña ventaja en la eficiencia de la gestión de inventario puede pagar enormes dividendos de clientes y financieros. Dada la dinámica de mercado de hoy y la competencia global, las empresas que sigan una estrategia omnicanal también tendrán que explorar nuevas formas de optimizar el inventario. **LGT**

ESTANTERIAS METÁLICAS INDUSTRIALES

EXPERTOS EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE PARA SU BODEGA



SOLUCIONES GLOBALES DE ALMACENAJE PARA LOGRAR EL MÁXIMO RENDIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN DE SU BODEGA

EN AR RACKING DISEÑAMOS, FABRICAMOS E INSTALAMOS
UNA AMPLIA GAMA DE SISTEMAS DE ALMACENAJE:

RACK SELECTIVO
RACK PENETRABLE
RACK MULTINIVEL
RACK AUTOPORTANTE

RACK DINÁMICO
RACK PICKING MANUAL
BASES MÓVILES
RACK AUTOMÁTICO

 (56 2) 2955 8328
(56 2) 2955 8588

AR SISTEMAS DE ALMACENAJE LTDA
Puerto Madero N° 9710, 3° Piso, Of. A-379
Comuna de Pudahuel, Santiago

www.ar-racking.cl





REPENSAR EL SECTOR LOGÍSTICO CON UNA MIRADA INTEGRAL

ENTREGAR A LOS DIVERSOS ACTORES DEL SECTOR LOGÍSTICO UN PISO ROBUSTO QUE PERMITA EL DESPLIEGUE DE OPERACIONES EFICIENTES, SEGURAS Y COMPETITIVAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL ES UNO DE LOS DESAFÍOS QUE SE AUTOIMPUSO EL ACTUAL GOBIERNO DE LA PRESIDENTA MICHELLE BACHELET, UNA TAREA QUE NO SÓLO REQUIERE EL COMPROMISO DEL GOBIERNO DE TURNO, SINO TAMBIÉN, LA CREACIÓN DE POLÍTICAS DE ESTADO QUE DEN MAYOR IMPULSO A LA ACTIVIDAD.

10

UN DESAFÍO DE ESTADO

La logística en Chile ha demostrado ser uno de los motores del desarrollo económico, permitiendo fortalecer el rol del país como economía abierta y puerta de Latinoamérica al Pacífico. No

obstante, los nuevos desafíos del comercio internacional y el desarrollo de nuevas tecnologías obligan a repensar constantemente el sector, a fin de mantener e impulsar su competitividad". Con esta primera reflexión de la actual Ministra del

Transporte y Telecomunicaciones (MTT), Paola Tapia Salas, se pone de manifiesto la importancia que el rubro ha adquirido en el desarrollo de la actividad económica nacional; una relevancia cierta que en los últimos gobiernos se ha manifestado con mayor énfasis.

Consecuentemente, los dichos de la titular del MTT vienen a renovar el compromiso del Estado en torno a fomentar diversos proyectos que permitan incrementar la competitividad de los actores del rubro, una tarea ardua pero concreta en la cual destacan diversos proyectos desplegados y otros que aún esperan ver la luz. Con ello en mente, Revista Logistec sostuvo una entrevista exclusiva con la titular del MTT, que evaluó el escenario actual del sector logístico nacional, lo hecho y aquello que queda por hacer.

CON UNA MIRADA INTEGRAL...

¿Qué acciones concretas se han impulsado desde su cartera para fortalecer al sector Logístico Nacional?

R. Desde el Ministerio hemos impulsado una mirada integral del sector logístico que abarque a todos los eslabones de la cadena, con su infraestructura, actores e interrelaciones. Esta mirada más completa de 'redes' no se limita al desarrollo de infraestructuras o tecnologías concretas, sino que busca hacer que las cadenas sean eficientes en su conjunto, evitando que las ineficiencias de un eslabón concreto se trasladen a otros actores.

Así, se trabaja paralelamente en siete ámbitos complementarios entre sí, como son el desarrollo de los terminales portuarios, su conectividad con el territorio mediante carreteras, ferrocarriles y centros multimodales terrestres, el desarrollo de servicios marítimos de calidad que conecten con los mercados internacionales, la interrelación de actores mediante sistemas de información que aseguren la eficiencia en

los flujos documentales, los trámites de comercio exterior y los procesos de fiscalización, la adecuación de los marcos de gobernanza y regulación y la incorporación de principios de sostenibilidad, tanto ambientales como socioeconómicos, al desarrollo del sector.

¿En qué se traducen estos desarrollos?

R. En el progreso de políticas integrales, que recogen los diferentes diagnósticos realizados por múltiples actores en los últimos años y proponen nuevos marcos de trabajo para consensuar con el resto de los actores del mundo de la logística. Estas políticas integrales, además, contemplan el adecuado desarrollo del sector en relación con el territorio y sus necesidades.

Desde el Ministerio impulsamos instrumentos y espacios de trabajo que promuevan el acuerdo del sector logístico con las comunidades y la creación de actividades

que generen valor compartido para ambas. Y en torno a la actual administración.

¿Cuáles son, en su opinión, los principales hitos de la gestión del MTT en relación a los esfuerzos por fortalecer el desempeño logístico del país?

R. Tal como quedó reflejado en el Programa de Gobierno, desde el MTT hemos buscado mantener la reducción de costos logísticos como impulso al comercio exterior y al conjunto de la economía. Para ello, hemos trabajado con esta política integral que antes mencionaba y que presentaremos durante este año. Asimismo, hemos impulsado el diálogo entre los diversos actores del sector logístico mediante la creación de diversas Mesas de Trabajo, en las cuales hemos promovido la creación de diagnósticos compartidos y soluciones de mutuo acuerdo, sobre aquellas temáticas que afectan al conjunto de las cadenas logísticas.



#100
www.revistalogistec.com

BSF

En nombre de Bodegas San Francisco felicitamos a Revista Logistec por sus 100 ediciones. Ha sido un gran trabajo el que en estos 17 años han desarrollado Paula, Fernando y su equipo para lograr posicionar a Logistec como el medio referente del rubro logístico en Chile. Agradecemos su empuje para perseverar en llevar los temas logísticos de diferentes industrias al mercado, y en innovar de forma permanente para darle dinamismo e interés a nuestro rubro.

Alberto Fluxá L.
Gerente de Desarrollo
Bodegas San Francisco.

¿En qué materias se ha avanzado?

R. Una de las áreas en las que se ha avanzado es la de asegurar el desarrollo futuro del sector, mediante la disponibilidad de áreas adecuadas para la actividad. En ese sentido, se está trabajando en la actuali-

Talento & Esfuerzo

La Combinación Perfecta

SERVICIOS INTEGRALES DE LOGISTICA, TRANSPORTE Y DISTRIBUCION



En EIT, integramos todas nuestras capacidades para cumplir con las más altas exigencias del mercado, coordinando recursos humanos y tecnológicos que nos permitan ser parte importante en los procesos comerciales de nuestros clientes, porque nuestro mayor desafío es entregar soluciones que generen confianza.

Puerto Vespuccio 9637 Pudahuel - Santiago. Tel: (56 2) 2 840 74 00 / www.eit.cl





#100

www.revistalogistec.com

CONSULTOR

Hoy, después de mucha "agua que ha pasado bajo el puente" se han transformado en un verdadero referente de la industria logística en Chile y el cono sur. Y eso se agradece enormemente. Realmente los Felicito, han hecho un gran aporte no tan solo con la revista, sino que también con las ferias, congresos, seminarios, cursos y con todo el profesionalismo y pasión que han puesto todos estos años en este proyecto consolidado llamado LOGISTEC. Fernando y Paula, mis sinceros agradecimientos y Muchas Felicidades en esta 100 ediciones.....!!!!!!!

Gustavo Canepa V.

zación de la metodología para la identificación de áreas con aptitud portuaria, a fin de incorporar no sólo la visión marítima de la actividad, sino también las necesidades de conexión con el hinterland y otras actividades logísticas que se realizan en áreas no situadas necesariamente en el borde costero.

Otro de los ámbitos en que se ha avanzado es en el ejercicio de las competencias de administración y coordinación de las Empresas Portuarias estatales dentro de los puertos públicos. En este sentido, se ha impulsado el funcionamiento regular de los Consejos Portuarios de Coordinación de Servicios Públicos y los Consejos Ciudad-Puerto como herramientas para un desarrollo adecuado de las diferentes operaciones dentro de los recintos portuarios como de la actividad de éste con el de las comunas en que se sitúan. Asimismo, se han reforzado las auditorías a los contratos de concesión, de manera de velar por el adecuado cumplimiento de las condiciones establecidas en los contratos y que buscan entregar servicios no discriminatorios, transparentes y con niveles adecuados y de calidad.

Finalmente, uno de los proyectos destacados que se han impulsado en estos años es el desarrollo y puesta en marcha del Observatorio Logístico. Con él se busca disponer de información fiable, actualiza-

da y coherente sobre el funcionamiento del sector logístico que permita desarrollar indicadores en base a metodologías acordadas para el conjunto del sector logístico, el análisis de los cuales sirva como fundamento para el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales de desarrollo del sector.

En torno al observatorio Logístico que menciona, si bien la iniciativa es valorada, también es criticada porque no aporta datos actualizados o de 'valor estratégico',

¿Qué opina sobre estas críticas y cómo se puede mejorar?

R. Efectivamente contar con información certera, oportuna y fácilmente accesible sobre el sector es una necesidad reconocida por todos los actores; así ha quedado de manifiesto en variados documentos como el Informe "Logistics Observatory for Chile - Strengthening Policies for Competitiveness" publicado por el International Transport Forum (ITF) de la OCDE a principios del 2016 o en el diagnóstico que realizó el Programa Estratégico Transforma Logística de CORFO, por mencionar algunos.

Desde el inicio, hemos buscado el apoyo de empresas, asociaciones gremiales, centros de investigación y organismos internacionales, quienes han participado activamente entregando su opinión, información, propuestas y, como en cualquier proceso de creación, hemos recibido también sus críticas para mejorar las brechas de información.

¿Y cuál es la estrategia a seguir en este sentido?

El Ministerio decidió tomar el liderazgo y avanzar en una iniciativa que dé respuesta a dicha necesidad, cerrando brechas de información y aportando al conocimiento general del sector. Un primer impulso a este trabajo se realizó el año 2014, cuando, con apoyo técnico del ITF, y la participación amplia de diversos actores clave, se comenzó a dibujar un plan y estrategia

de largo plazo, el que se ha ido materializando gradualmente.

Junto con la planificación y la construcción de redes de colaboración, el Observatorio Logístico concentró sus esfuerzos iniciales principalmente en actividades de estandarización de datos y su publicación en formatos que faciliten su acceso (enfoque open data), publicando a la fecha más de 40 conjuntos de datos. Actualmente estamos trabajando, entre otras cosas, en la caracterización de los puertos y su logística en la región de Valparaíso con la colaboración de la Dirección Regional del INE; y la puesta en marcha del Sistema de Información y Estadística Logístico Portuaria (SIELP), el cual facilitará por mucho el análisis de datos de productividad portuaria de los terminales concesionados y aumentará la frecuencia de actualización de indicadores clave.



Paola Tapia Salas
Ministra de Transporte
y Telecomunicaciones
Gobierno de Chile

Siempre en torno a esta Mirada Integral que propone **¿Cómo evalúa el trabajo conjunto entre el MTT e instituciones que facilitan el comercio exterior?**

R. El desarrollo de las diferentes mesas de trabajo y de proyectos en colaboración con otros actores públicos ha permitido ir afianzando esta visión más integral del sector logístico, en que la interrelación de las actividades debe ser tomada en cuenta tanto como el funcionamiento de cada eslabón en particular.

Son muchos los ámbitos que durante estos años han plasmado un trabajo conjunto; así, desde la Comisión Asesora en Materias Marítimas y Portuarias (CAMMP) se ha formado un comité técnico para la implementación de herramientas de coordinación tipo Port Community System (PCS), liderada por el MTT e integrada por

SICEX, SEP y CORFO. La CAMMP además, ha impulsado el funcionamiento del Consejo Consultivo, que agrupa a actores privados del sector, y dentro del cual se han formado diferentes mesas sectoriales de trabajo sobre costos navieros, sistemas de información, Observatorio Logístico, transporte terrestre y PCS mencionado anteriormente.

LOS TEMAS PENDIENTES Y EN CONFLICTO...

Uno de los temas más álgidos en torno al desempeño logístico es la seguridad del Transporte de carga Terrestre **¿Qué nos puede decir del avance en este tema?**

R. La seguridad en el transporte terrestre de carga es un factor clave para el adecuado desempeño del conjunto de la cadena logística. Tanto la seguridad vial, como de las operaciones y la carga son indispensables para contribuir a la sustentabilidad de la industria.

En este sentido, el Gobierno, bajo el liderazgo del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, junto a Carabineros y la Policía de Investigaciones han trabajado con los transportistas para definir recomendaciones de seguridad a través de medidas preventivas para empresarios y conductores cuando estén circulando en las carreteras y cuando efectúen sus descansos.

Las empresas de transporte de carga por carretera deben incorporar medidas que les permitan proveer un servicio seguro y competitivo y que les permita hacer frente a los delitos y robos que afectan gravemente los niveles de servicio y estructura de costos de los operadores. Además, en el ámbito del comercio exterior, estamos impulsando, en conjunto con operadores portuarios, operadores logísticos y transportistas, el diseño de un Sistema de Identificación del transporte de dicho rubro que operen en los puertos de Chile. **LGI**

LOS DESAFÍOS PENDIENTES. UNA MIRADA POR SECTOR

> Ad portas del cierre de la actual administración, cabe destacar aquellos desafíos que en el corto plazo, la cartera Transportes y Telecomunicaciones espera concretar. A este respecto, la Ministra Paola Tapia destacó las siguientes líneas de acción, según sector.

"Respecto al transporte marítimo, estamos trabajando en generar mayor competencia en los servicios marítimos, tanto los que tienen relación directa con el transporte de carga como en aquellos servicios asociados a la navegación, generando las condiciones para que un número mayor de operadores puedan realizar su actividad en Chile.

En el área de transporte ferroviario, el Ministerio está enfocado a la búsqueda de mecanismos que den un impulso y consolidación al ferrocarril de cargas, con el fin de que juegue un rol relevante en las cadenas logísticas y se aprovechen sus ventajas de competitividad de costos, allí donde las tenga. Una primera manifestación del trabajo de la cartera en esta línea es la de definir una estrategia para que los puertos se planifiquen con una adecuada conectividad ferroviaria.

En el área del transporte de carga por camión, continuaremos con el desafío de reducir la brecha existente de conductores profesionales en la industria, fomentando la profesionalización a través de los cursos de formación de conductores profesionales con licencia A5 en conjunto con SENCE. Al mismo tiempo, trabajamos junto a CORFO y Chilevalora en el marco del Programa Estratégico Nacional de Logística de Exportaciones de CORFO para fomentar las certificaciones de competencias laborales, con el objetivo de identificar brechas de desempeño de los conductores y, por consiguiente, de formación.

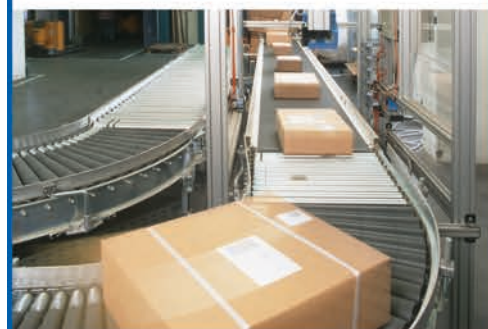
Por otro lado, estamos evaluando el mérito de incorporar Vehículos de Alta Productividad en el transporte de carga interurbano y el impulso gradual del uso de herramientas de coordinación de los flujos físicos y documentales, mediante tecnologías estandarizadas e interoperables para los diversos actores".

miebach 
the supply chain engineers

LÍDER EN
CONSULTORIA INTEGRAL
EN LOGÍSTICA



•
S&OP
•
Automatizaciones
•
Layout planning
•
Diseño red de distribución
•
Diseño de CD
•
Optimización de inventarios y servicio



Avenida Suecia 0155, Of. 301,
Providencia, Santiago
+56-2-2-2795 1900
santiago@miebach.com
www.miebach.com

¿CÓMO ELEGIR UN OPERADOR LOGÍSTICO?

LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA ECONOMÍA GLOBALIZADA HAN OBLIGADO A LOS OPERADORES LOGÍSTICOS DEL PRESENTE A MIRAR HACIA EL FUTURO, INCORPORANDO A SU QUEHACER NUEVOS ATRIBUTOS PARA SER MÁS COMPETITIVOS. ¿CUÁLES SON ESTOS ATRIBUTOS? SI USTED QUIERE TERCERIZAR SU OPERACIÓN LOGÍSTICA O PARTE DE ELLA, SEPA QUÉ ES LO QUE DEBE BUSCAR EN UN OPERADOR ANTES DE TOMAR UNA DECISIÓN.

LOS NUEVOS ATRIBUTOS QUE LOS CLIENTES DEBEN TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE SELECCIONAR A SU PARTNER LOGÍSTICO

La tercerización logística es, hoy por hoy, un modelo instalado a nivel global en compañías de los más diversos rubros. De hecho, el salto cualitativo que la integración de los servicios logísticos por terceros (3PLS/4PLS) en los últimos 20 años ha sido exponencial, lo que queda de manifiesto en el Estudio "21st Annual Third-Party Logistics Study: The State of Logistics Outsourcing, 2017", desarrollado por la consultora Capgeminy, con la colaboración del académico John Langley, que establece que "el sector 3PL y 4PL continúa aumentando a nivel mundial, tanto en términos de ingresos como de cobertura y los proveedores están refinando y expandiendo su núcleo de competencias para mejorar y hacer crecer sus ofertas".

En torno a las cifras, según el estudio el 73% de los usuarios de Operadores Logísticos 3PL/4PL indican que este modelo proporciona nuevas e innovadoras formas de mejorar la eficacia logística; mientras un 75% de los encuestados acuerdan que el uso de este modelo ha contribuido a reducir sus costos logísticos generales. En tanto, un 86% de 'tercerizadores' concuerdan en que la utilización de Operadores Logísticos 3PL/4PL ha contribuido a la mejora de los servicios para el Cliente Final.

Por cierto, Chile no queda fuera de esta tendencia. De hecho, son cada vez más las compañías que deciden migrar desde una operación propia a la tercerización de toda su logística en un Operador Logístico (3PL o 4PL, según sus requerimientos). Las razones que impulsan el cambio de modelo, se enmarcan en factores descritos: la obtención de mejores tarifas y la reducción de costos logísticos; al tiempo que se accede a mejores niveles de servicio y resultados operativos al entregar el manejo de las mercancías a manos experimentadas; concretando una relación sinérgica que permita mayor competitividad.

En esta línea, a nivel doméstico, es interesante destacar los resultados obtenidos en el último estudio desarrollado por

Revista Logistec "Grado de Tercerización de las Operaciones Logísticas en Chile", publicado en Enero de 2017, que reunió las consideraciones de 100 ejecutivos del sector respecto a este modelo. En dicha medición, el 87% de los entrevistados reconoció que cuentan con algún proceso tercerizado dentro de su operación; siendo los principales motivo de esta elección: "La necesidad de dedicarse al core de su negocio" (48%), seguido por la "Transformación de costos fijos en variables" (37%).

Lo cierto es que hoy por hoy las compañías están sometidas a diversas presiones, tales como la reducción de costos logísticos, la mejora de sus cadena de suministro, la presión constante por fortalecer el servicio al cliente, la globalización, la rápida introducción de nuevos productos y la implementación de nuevas tecnologías de información, por sólo mencionar algunas. En esta dinámica, el modelo de Tercerización Logística es clave y la elección de 'ese' Partner Estratégico es compleja y determinante.

Considerando que la adopción de la Tercerización Logística es un hecho en la 'operativa local' y una estrategia consolidada, resulta pertinente establecer algunos aspectos clave que todo Operador Logístico debe integrar, independiente del rubro en el cual se especialice. En esta dinámica, aspectos como la Implementación tecnológica, la innovación y desarrollo y la flexibilidad de los procesos vienen a ser factores transversales que marcan la diferencia al momento de elegir.

ATRIBUTOS ESPERADOS

Centrándose en las relaciones en curso que Operadores Logísticos (OL) establecen con sus clientes, según el "21st Annual Third-Party Logistics Study, los 'Mandantes' identificaron como 'fundamentales' los siguientes atributos para los OL 3PL/4PL, características que desglosamos con la ayuda de Vladimir Vergara,

#100
www.revistalogistec.com



LOGINSA

Envío a ustedes un afectuoso saludo por su aniversario número 100 y destaco a Logistec como el medio pionero en la difusión del desarrollo logístico en Chile, comunicando acertados temas de vanguardia para nuestro rubro. Muchas Felicidades!!

Fernando Ovalle Vial
Presidente Ejecutivo
Empresas Loginsa

Consultor experto en Gestión de Inventarios y Tercerización Logística.

UTILIZACIÓN DE BIG DATA Y ANALÍTICA. En el actual escenario operativo, la recopilación y el análisis de datos es determinante para el ejercicio de los OL 3PLs y 4PLs en la medida de que el uso de estas herramientas les permiten optimizar la cadena de suministro, aumentar la visibilidad del producto de extremo a extremo y entregar nuevos servicios a sus clientes en base al análisis de datos referidos a su operación.

Respecto a este atributo, Vergara, sostuvo que "la operación de los OL, basada en la analítica de los datos tiene mayor valor estratégico. Lo cierto es que cuando se terceriza un servicio o toda la cadena, le entregamos a un tercero lo más importante de nuestro negocio: El Producto. Como principio básico como cliente, debo tener certezas respecto a dónde y cómo está".

En este punto existen diversas consideraciones, según planteó Vergara, agregando que "no sirve de nada recopilar datos, si no se utilizan para hacer gestión y optimizar el flujo de las mercaderías y de su cadena logística. Al mismo tiempo, contar con personal calificado que sea capaz de realizar ese tipo de cometidos y transmitirlo al cliente de forma certera, rápida y competente es vital".

No se debe olvidar, explicó Vergara, “que a nivel general el que un OL no tenga camiones, almacenes o sistemas de administración logística (WMS, ERP, etc.) no implica que su servicio sea limitado. De hecho, existen múltiples OL que gestionan cada uno de los eslabones de la cadena sin contar con más recursos que el humano. De ahí que sea preponderante el que los OL utilicen la analítica de cara a la operación para lo cual deben contar con personal calificado que sea capaz de entregar al cliente todos los datos que se requiera en tiempo real”.

FLEXIBILIDAD. El que un Operador Logístico logre ‘amoldarse’ a la operación de su cliente es un requerimiento intrínseco a la Tercerización. No obstante, este ‘calce’ está supeditado al portafolio de servicio que el OL ofrece. Muchos hablan del ‘Traje a la Medida’, pero ¿qué tan flexible es ese traje? Según Vergara, en términos de Flexibilidad se deben tomar en cuenta dos aspectos: “el primero tiene relación con el nivel de acoplamiento que el OL logra con su cliente a nivel operativo, mientras que en una segunda mirada, la Flexibilidad viene a ser el atributo por el cual el OL logra eficiencias de costos, negociando tarifas con los proveedores de servicios o gestionando los inventarios en base al Data. Básicamente la flexibilidad tiene relación con cuidar el ciclo económico del cliente”.

EXPERIENCIA V/S EFICACIA. Entre los atributos descritos, la experiencia vendría a ocupar el tercer lugar en los atributos esperados del OL, según el profesional. “Antes de la experiencia está la analítica.

Por cierto un OL tiene que tener experiencia en el movimiento de la carga que queda bajo su responsabilidad, pero más que ‘expertos’ deben ser eficientes. Pueden tener mucho tiempo en la industria, pero si al momento de Gestionar el inventario de sus clientes o mover sus productos no son eficaces, la experiencia no es más que tiempo”, sostuvo Vergara. “Se han visto casos en que OL de larga trayectoria ingresa a una licitación con altas posibilidades y empresas con menos tiempo en

el mercado le arrebatan los contratos, ya que proponen nuevas fórmulas operativas (basadas en la analítica) que reportan mayor eficiencia y eficacia”, agregó el experto.

PROMOVER I+D. Un factor diferenciador. Investigación y desarrollo. “Los OL realmente competitivos se interesan por investigar modelos, estrategias y experiencias que se dan en otras latitudes o incluso a nivel local; y al mismo tiempo, están dispuestos a desarrollar —a partir de esa investigación— nuevos modelos de procesos, herramientas y estrategias propias o innovaciones que aporten al negocio de sus clientes ya sea a nivel operativo o financiero. En general, el desarrollo no implica tener más camiones, comprar un software de clase mundial o tener más superficie de bodegas, sino innovar a partir de la investigación”.

DE LA SELECCIÓN DEL OPERADOR

Inicialmente, una vez que se ha tomado la decisión de subcontratar una actividad y en concreto la logística, es aconsejable fijar una demanda por escrito de los servicios que se subcontratarán, analizar a fondo los operadores logísticos más capacitados y seleccionar un número reducido de ellos para someterlos a consideración. “A partir de sus ofertas, se debe seleccionar aquella que ofrezca mayores ventajas (menor precio, mejor servicio, mejores equipos y demás) y credibilidad (experiencia, antecedentes, etc.)”, sostuvo al respecto, Emilio José García Vilchez en su artículo académico “Selección de Operadores Logísticos”.

Ahora bien, las relaciones que deben establecerse entre cliente y proveedor del outsourcing han de ser, en la medida de lo posible, de ‘partenariado’, con todas las dificultades que esto conlleva, ya que ambas organizaciones lucharán por el mismo objetivo basado en una relación win-win. Según documenta, García Vilchez, “para la contratación de un operador logístico

se siguen las siguientes tres fases (Pau y Navascués, 2001): 1. Realización de la preselección; 2. Invitación que ofertar; 3. Selección del operador logístico más adecuado”.

En un proceso descriptivo, tenemos que para realizar la preselección de los operadores a los que se invitará a ofertar se tendrán en cuenta una serie de fuentes de información, tales como: Los contactos personales, las recomendaciones, la prensa especializada, anuarios específicos, etc.

Después del contacto, se les remitirá a los principales operadores una breve descripción del proyecto de subcontratación, solicitando que expresen su interés por presentar la oferta en un plazo determinado. Una vez que se hayan recibido las respuestas, la empresa que quiere subcontratar el servicio debe elaborar un informe de datos generales del OL que integra: Descripción de los servicios logísticos que presta; Relación con sus principales clientes; Opinión que manifiestan sus clientes sobre el servicio que les ofrece; Valoración de la capacidad del operador para satisfacer los requerimientos deseados; Filosofía empresarial del operador; entre otras. “Finalmente, entre todos los OL se selecciona un número reducido (4) a los que se les manda la invitación para que realicen su mejor oferta”, destaca García Vilchez.

Según describe el experto, “el documento que se va a dirigir a los OL preseleccionados, incluirá toda la información necesaria para que el operador redacte su oferta” y constará de 4 apartados: descripción completa del sistema logístico, información técnica y los requerimientos para que el operador pueda diseñar y valorar económicamente su oferta; contenido mínimo de la oferta, es decir, la documentación administrativa y técnica que debe presentar el operador con el objeto de que todas las ofertas tengan la misma estructura; los requerimientos contractuales que se refieren a las condiciones que la empresa desea marcar al operador; y finalmente, las condiciones para la presentación de la oferta. **LGT**

LLEGÓ LA HORA DE LA NUEVA GENERACIÓN

Renueve los equipos de Captura de Datos con teclado por la nueva generación de equipos TC800 Zebra touch.



Acceda al mejor precio de promoción del nuevo TC8000 con garantía extendida por 3 años dando en parte de pago, sus equipos antiguos de captura de datos de cualquier marca.



 **ZEBRA**

Promoción válida en STG CHILE y STG PERÚ / Los equipos en parte de pago deben ser entregados con sus accesorios / Promoción válida hasta el 30 de Noviembre de 2016



stgo  **PERÚ**
Southern Technology Group

22392 5000
contacto@stgchile.cl
www.stgchile.cl

stgo  **CHILE**
Southern Technology Group

AGUNSA



AGUNSA

Av. Andrés Bello 2687 piso 15, Las Condes, Santiago

Fono: +56224602700

Email: logistica@agunsa.cl

Contacto: Camilo Fernández

Gerente Almacenaje y Distribución

Área de Especialización: Frío, Carga General, Peligroso, Farmacéutica.

Web: www.agunsa.com

Detalle de Servicios: El catálogo de servicios de Agunsa integra; logística Internacional; servicios de desconsolidación y consolidación para cargas nacionales e internacionales; gestión global de transporte marítimo, aéreo, ferroviario y rodoviario; operación y administración de almacenaje en bodegas del cliente (operación inhouse); operación, almacenaje y manejo de cargas en modernas bodegas especializadas que cuentan con altos estándares de seguridad y tecnología.

Además, la Compañía despliega servicios de control y administración de inventarios; preparación de pedidos y seguimiento del ciclo de la orden; distribución nacional a retail, clientes y usuarios finales; servicios de valor agregado y configuración de productos; cargas de proyectos; consultorías para el diseño y desarrollo de programas específicos de procesos logísticos, entre otros.

APL LOGISTICS



APL LOGISTICS

Laguna Sur 9660, Pudahuel, Santiago

Área de Especialización: Almacenaje, Distribución, Maquila, Transporte Internacional, Transporte Contenedores.

Web: www.aplogistics.com

Detalle de Servicios: Warehousing & Inventory Management, expertos en el manejo de operaciones de alta complejidad, utilizando herramientas tecnológicas de última generación, tales como el WMS líder del mercado: Manhattan PKMs.

Transportes, con enfoque en prestar un servicio de calidad y confiable. Servicios de Maquila & Valor Agregado. APL Logistics posee más de 30 equipos con la última tecnología que les permite entregar un servicio de alta calidad y a un precio competitivo.

Específicamente, el área de VAS es permanentemente auditado por la división de Aseguramiento de Calidad (QA) de manera de cumplir con los exigentes requerimientos de sus clientes.

BOLLORÉ



BOLLORÉ LOGISTICS CHILE

Almirante Pastene 333, Piso 9 - Providencia, Santiago - Chile

Área de Especialización: Retail; Minería; Energía; Perecederos; Cosmética; Fashion; Automotriz.

Web: www.bolloré-logistics.com

Detalle de Servicios: Servicio Marítimo Full Container y Carga Consolidada (Importaciones y Exportaciones); Servicio Aéreo Economy, Standard, Priority, Courier y Chárter; Bodegaje y Distribución; y Proyectos Especiales para el diseño y desarrollo de programas específicos de procesos logísticos, entre otros.

Su desempeño proviene de una red mundial de expertos y de sistemas de información integrados de valor agregado que permiten una visibilidad completa de todas las operaciones a lo largo de toda la cadena de suministro.

DHL SUPPLY CHAIN



DHL SUPPLY CHAIN CHILE S.A.

Avenida Del Valle Sur 524, Oficina 502, Ciudad Empresarial - Huechuraba

Área de Especialización: Almacenaje Dedicado, Almacenaje Compartido, Control de Inventario, Servicios de Valor Agregado (etiquetados, kitteos, retractilados), Sector Farmacéutico, Control de Temperatura, Aseguramiento de Cadena de Frío, Service Part Logistics, Transporte Dedicado, Transporte Consolidado, Transporte de Urgencias, Distribución Nacional y Regional.

Web: http://www.dhl.com/

Detalle de Servicios: Almacenaje | Transporte | Servicios de Valor Agregado | Servicios de Administración.

EIT



EIT LOGÍSTICA S.A.

Puerto Vespuccio 9637, Pudahuel.

Fono: +56 2 28407400

Email: ventas@eit.cl

Contacto: Daniela Oñate Asistente Comercial.

Área de Especialización: Carga general, transporte carga importación, distribución.

Web: www.eit.cl

Detalle de Servicios: Actualmente nuestros servicios se concentran en la logística y distribución, donde aplicamos los más de 11 años de experiencia en logística y más de 26 años en el transporte. Agregamos valor a los productos de nuestros clientes en procesos de recepción, picking, despacho, embalaje y etiquetado de productos, emisión de guías de despacho, facturación y distribución en Chile logrando así la integración de la cadena logística completa.

Es por ello que estamos en condiciones de ofrecerles una completa red para la coordinación integral de sus operaciones de Comercio Internacional o Nacional incluyendo el almacenamiento de la carga y la capacidad necesaria para prestar servicios de distribución a las principales ciudades de Chile.

GOLDENFROST



GOLDENFROST S.A.

Av. Américo Vespuccio 1955, Renca

Área de Especialización: Frío (Congelado y refrigerado), Carga General, Alimentos (Habilitación para exportación), Farma (Droguería y Laboratorio Farmacéutico Acondicionador), Operaciones de Valor agregado.

Web: www.goldenfrost.cl

Detalle de Servicios: Almacenaje y control de inventario (Carga refrigerada y congelada (importación y exportación); Túneles de Congelamiento; Carga General; Alimentos (con y sin control de temperatura); Licores y vinos; Electrónica; Productos farmacéuticos (2° a 8° Celsius y 15° a 25° Celsius); Dispositivos médicos y Cosméticos. Operaciones de Valor Agregado. Laboratorio Farmacéutico acondicionador; Distribución y Transporte (Santiago y Regiones); Tracking de Ruta y Carga (GPS), Control de Entregas, etc.

IMOLOG



IMOLOG

Camino a noviciado, km 14.5, Lampa

Fono: 2 25872800 – 2 25872809

Email: juan.riquelme@imolog.cl

Contacto: Juan Miguel Riquelme
Gerente Comercial

Área de Especialización: Productos químicos, inflamables entre otras cargas peligrosas.

Web: www.imolog.cl

Detalle de Servicios: Logista de entrada, almacenaje, preparación de pedidos, tareas de valor agregado, para el diseño y desarrollo de programas específicos de procesos logísticos, entre otros.

Imolog presta un servicio seguro, confiable y especializado para el almacenamiento de sustancias peligrosas.

Contamos con:

26.000 m2 construidos de bodegas, con capacidad para almacenar 29.500 toneladas de productos peligrosos.

Patio de 5.600 m2 para el almacenamiento de 2.500 toneladas de productos en isotanques.

LOGINSA



LOGINSA

Av. Jose Miguel Infante 8725, Renca

Área de Especialización: Frío, Carga General y Farma.

Web: www.loginsa.com

Detalle de Servicios: Almacenaje, distribución, maquila o valor agregado, transporte y consultoría.

Logística para el área de la salud. Cumpliendo los más altos estándares del mercado logísticos, Loginsa Biomedical ofrece sus servicios logísticos especializados para hacer de su operación un éxito.

Logística en frío y congelados. Con exigentes controles de temperatura, damos a nuestros clientes la confianza que necesitan para el almacenaje y distribución de sus productos. Logística para retail e industrial. Experto en Logística para carga general, contamos con un sólido soporte tecnológico y humano que nos permite entregar las mejores soluciones a nuestros clientes.

SAAM



SAAM LOGISTICA

Hendaya 60, piso 9, Las Condes.

Fono: +56227318240

Email: monel@saamsa.com

Contacto: Marcelo Onel
Gerente Comercial

Área de Especialización: Soluciones logísticas a la carga general, carga frigorífica, carga a granel y almacenes extraportuarios.

Web: www.saam.com

Detalle de Servicios: Transporte, Warehousing y Servicios de Valor Agregado.

Servicios a navieras y aerolíneas, contract logistics y servicios especiales. Los servicios otorgados a las navieras y aerolíneas incluyen: agenciamiento marítimo y aéreo, depósito y maestranza de contenedores, y atención de aeronaves y servicios a pasajeros. Contract Logistics busca entregar un servicio completo a toda la cadena de abastecimiento de los negocios de carga de importadores y exportadores.

Los servicios especiales entregan servicios de venta y arriendo de contenedores y módulos, servicios de conexión y desconexión de flexibles y descarga de hidrocarburos, almacenaje de líquidos, entre otros.

TW LOGÍSTICA



TW LOGÍSTICA

La Martina 400, Pudahuel

Fono: +56 2 23891200

Email: comercial@tw.cl

Contacto: Rodrigo Márquez
KAM

Área de Especialización: Productos Peligrosos; Consumo masivo; High Tech; Farmacéutica y cosmética y Agroquímicos.

Web: www.tw.cl

Detalle de Servicios: Recepción de importaciones, Almacenaje, Preparaciones Picking, Valor agregado, Transporte y Distribución.

TW Logística ofrece los servicios necesarios para mejorar la cadena de abastecimiento de sus clientes. En este sentido, es que participa desde la elaboración del diseño hasta la ejecución de las actividades logísticas.

Los servicios no se traducen tan sólo en términos operacionales, sino que también en integración tecnológica, en un alto nivel de seguridad en sus instalaciones y un apoyo continuo a los clientes por medio de reportes que les permiten mejorar su gestión.

UPS



UNITED PARCEL SERVICE DE CHILE

Unión Americana 221, Santiago

Área de Especialización: Carga General y Servicios de Paquetería

Web: www.ups.com

Detalle de Servicios: Desde que estableció su presencia en Chile en 1991, UPS presta sus servicios en Chile a través de UPS Air Cargo y UPS Supply Chain Solutions. Para América Latina y el Caribe cuenta con aplicaciones de envío basadas en la web y herramientas tecnológicas de visibilidad, que permiten a sus clientes ofrecer un óptimo servicio, convirtiéndose en un verdadero socio estratégico. Entre ellas destacan UPS Internet Shipping, UPS CampusShip®, UPS Quantum View® Manage y UPS Developer Kit, con interfaces de programación de aplicaciones (API).

Además, UPS entrega un servicio logístico inteligente de excelencia, con áreas de reparación técnica, distribución y almacenamiento de Hi-Tech y Healthcare.

WAREHOUSING



WAREHOUSING VALLE GRANDE S.A.

El Peral 454, Valle Grande, Lampa

Fono: +56227074900

Email: contacto@warehousing.cl

Contacto: Arturo Ríos L.
Gerente Comercial

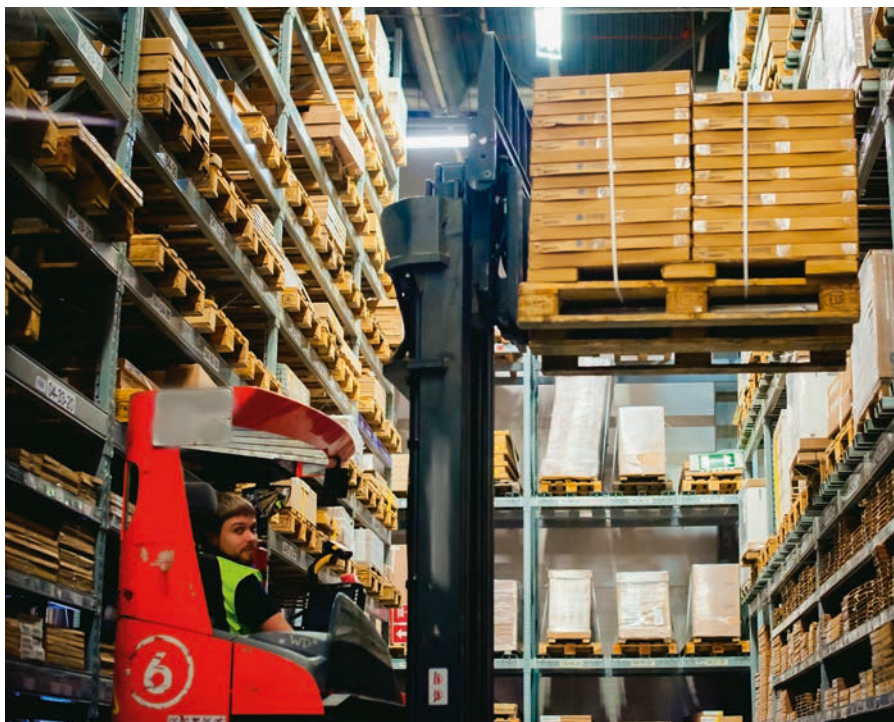
Área de Especialización: Productos peligrosos.

Web: www.warehousing.cl

Detalle de Servicios: Actualmente, Warehousing ofrece servicios de Almacenaje de productos peligrosos (Materias Primas, Producto Terminado) y carga spot (Para obtención de Resolución de Uso y Disposición). Entre las clases de almacenamiento que ofrece se encuentran: Gases comprimidos: Clases 2.1, 2.2, 2.3; Líquidos Inflamables: Clase 3; Sólidos Inflamables: Clase 4.1, 4.2; Sustancias Tóxicas: Clase 6.1; Sustancias Corrosivas: Clase 8; y Sustancias Peligrosas Variables: Clase 9. Servicios de bodegaje, tales como: Desconsolidación de contenedores; Preparación de pedidos Picking de unidades y Pallet completo; Cross Docking (Preparación de carga pre-distribuida); Emisión, control y administración de documentos propios o del cliente, Despacho de carga, entre otros. Además, Warehousing ofrece Servicios de Valor Agregado.



Ana María Pérez, Docente y relator especialista en Cadena de Suministro, Proyectos y ERP, Centro de Desarrollo Gerencial UNEGOCIOS, FEN, Universidad de Chile.



20 ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

EN EL AÑO 2005 EL CENTER FOR TRANSPORTATION & LOGISTICS DEL MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT) LANZÓ UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN LLAMADO SUPPLYCHAIN 2020 (SC2020), CON EL OBJETIVO DE DETERMINAR LOS FACTORES INDISPENSABLES PARA EL FUTURO ÉXITO DE LAS CADENAS LOGÍSTICAS.

Una investigación cualitativa durante la fase 1 del proyecto permitió adelantar la siguiente hipótesis:

Una "excelente cadena logística" es parte íntegra de la estrategia de competitividad de la empresa, la mantiene y la valoriza, da un impulso al modelo de explotación de la cadena logística con el fin de mantener una ventaja competitiva, logra un equilibrio dentro de las medidas de desempeño operativo competitivas y se concentra sobre un número limitado de

prácticas empresariales "a medida" que se fortalecen mutuamente con el fin de apoyar el modelo de explotación y alcanzar objetivos operativos.

Para que una cadena logística sea excelente y proporcione ventajas competitivas, sus administradores deben crear un conjunto de prácticas que vayan evolucionando a medida que se van comprendiendo los principios operativos que las promueven. En un estudio realizado el 2015 para optar al grado de magister en la Universidad Técnica Federico Santa Ma-

ría me propuse demostrar cómo y cuánto impacta la forma de administrar la cadena de suministro en la creación de valor de las empresas, en esta oportunidad para el retail chileno. Los resultados del análisis me permitieron concluir que los principales actores del mercado son generalmente las compañías exitosas financieramente y son las que presentan también niveles de excelencia en sus procesos de Logística y de administración de la SupplyChain.

Después de ese estudio interactuando con distintas cadenas, actores y realizando relatorías en diversas instituciones sobre el abastecimiento estratégico, mi visión es que estamos al debe con la logística de entrada o inbound. Actualmente mucho se habla de la implementación de sistemas para apoyar la toma de decisiones en ámbitos como gestión de almacenes, ruteo, mpr, Pick / Put-to-Light, RFID, entre otros. Así como de herramientas para mejorar la expedición de los productos sobre los distintos canales de distribución y de la relación con los proveedores como actores estratégicos, pero mucho de esto queda aún en el discurso.

Las áreas de abastecimiento tradicionalmente se han enfocado en disponer de los bienes y servicios que son requeridos por las áreas usuarias en forma oportuna con la mayor eficiencia posible, orientándose como consecuencias al precio, con un fuerte énfasis operativo (se busca eficiencia interna) y de corto-plazo y con una relación un tanto competitiva con los proveedores. Lo que se espera en la actualidad es minimizar el costo en bienes y servicios requeridos por una institución para el cumplimiento de su misión, lo que tiene como consecuencia que en las operaciones ya no sólo importan los precios, sino también la pertinencia, oportunidad y calidad de los requerimientos, con un enfoque de largo plazo, liderados por las áreas de compras y en un marco de relaciones de colaboración con los proveedores.

El creciente papel y la importancia de las adquisiciones han puesto de manifiesto la necesidad de un enfoque más estratégico

Estrategias de Abastecimiento

- Compras x categoría

Áreas formales

- En transito

Sin áreas de compra

- 0 Gestión



para el abastecimiento, sin embargo, sólo un 32% de los líderes de estas áreas informan que su equipo de abastecimiento es un socio estratégico fuerte para su organización (The Deloitte Global CPO Survey 2016). En el mismo estudio se señala que sólo el 38% de los líderes de adquisiciones creían que sus equipos tenían "las habilidades necesarias para entregar su estrategia de adquisición". Ahora imaginemos que un ejecutivo de ventas debe explicar que sólo un tercio de su equipo tiene las capacidades y herramientas para cumplir con sus objetivos de ventas. Si esto no es sostenible para las ventas, mucho menos lo es para las compras.

Es indiscutible que las áreas de abastecimiento están tomando mayor importancia en los negocios a nivel mundial, convirtiéndose en uno de los principales impulsores de valor en toda la cadena de suministro.

Puntos importantes para generar los cambios esperados en las áreas de abastecimiento;

- Planificar los procesos de compras y contrataciones, las áreas no pueden ser 100% mecánicas y reactivas
- Definir estrategias para las distintas categorías de productos o servicios requeridos por la organización, por lo que conocer los mercados es una tarea que no se debe subvalorar
- Gestionar y potenciar la contratación de largo plazo con proveedores, negociaciones win-win y procesos

de selección que incorporen variables que apunten a tomar la decisión considerando al proveedor con quien me relacionaré por un tiempo, a la calidad del producto o servicio que nos entregará y al precio total y final

- Desarrollar la gestión del conocimiento, esto conlleva estandarizar procesos, generar un set de políticas y procedimientos estándares para los ejecutivos, usuarios y equipos de trabajo multifuncionales
- Contar con sistemas de información que permitan resguardar las decisiones de compras, así como tomar decisiones correctas y oportunas en función del costo y el valor
- Gestionar los contratos, el creciente uso de éstos en el diseño de los modelos operacionales de las compañías ha generado que cada vez se considere más relevante su correcta administración. Una adecuada administración permite, en forma eficiente, disminuir considerablemente los costos y los plazos de abastecimiento
- Desarrollar relaciones colaborativas lo que facilitará el intercambio de información y conocimiento con proveedores y clientes internos.

En el último punto hay un tema que es importante desarrollar, los proveedores son un recurso fundamental, son los socios estratégicos de cualquier negocio. Sin embargo muchas veces se interactúa con ellos sólo al momento de la contratación o compra y esto trae como consecuencia aportes de rentabilidades marginales para las empresas. Hay que entender que la gestión del abastecimiento ya no es sólo reducir costos, sino manejar relacio-

#100

www.revistalogistec.com



CDC IMPORT

Los felicito de todo corazón al alcanzar la edición N°100 de la revista! Ya van cerca de 17 años en que ustedes nos informan e ilustran, a todos los que participamos en la industria logística, acerca del acontecer de nuestra industria y siempre con muy interesantes, completos y profundos reportajes, análisis, estudios, etc. Recuerdo perfectamente el momento en que conocimos a Fernando y Paula, cuando ponían en circulación la primera edición por ahí por el año 2000. Muchas gracias por el entusiasmo y tenacidad!

Patricio Daly Cousiño
Gerente de Operaciones
CDC Import

nes con los diversos actores de la cadena de suministro. Y para ello se requiere conocerlos, la gestión de proveedores concentra dos grandes procesos;

Una relación colaborativa también facilita la innovación, la cual es crucial para alcanzar el crecimiento y ajustarse de mejor manera a los cambios de los mercados y del negocio. Uno de los mayores desafíos para los compradores es encontrar un balance entre ejercer el rol tradicional del negociador de acuerdos comerciales y mantener una sociedad de confianza para potenciar las innovaciones.

Sólo desarrollando buenas relaciones con los proveedores podemos optar a reducir los lead time, contar con inventarios más bajos, con mayor confianza en cumplimiento de calidad, plazos, etc. Pero adicionalmente se cuenta con efectos positivos como los son tener mayor flexibilidad ante los cambios de demanda, capacidad de reacción, creciente intercambio de información para estar atentos a los vaivenes en los mercados de nuestras materias primas o las del proveedor.

Hoy es imprescindible si queremos agregar mayor valor al negocio y convertir a las unidades de abastecimiento en estratégicas conocer a nuestros socios. **LGT**

ESTUDIOS LOGISTEC

SIEMPRE INTERESADOS EN CONOCER ASPECTOS DESTACADOS DEL ACONTECER LOGÍSTICO NACIONAL, REVISTA LOGISTEC REALIZÓ UN NUEVO ESTUDIO ORIENTADO A ESTABLECER EL ESTADO DEL ARTE RESPECTO A LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA. A CONTINUACIÓN, PRESENTAMOS LOS PRINCIPALES RESULTADOS DE NUESTRA ÚLTIMA ENCUESTA DENOMINADA: “USO DE TICS EN PROCESOS LOGÍSTICOS DEL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN”.

USO DE TIC'S EN PROCESOS LOGÍSTICOS DEL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Las Tecnologías de la Información (TIC's) han pasado de ser una alternativa de eficiencia a un medio de desarrollo empresarial y fuente de ventaja competitiva. En este sentido, según la Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (Information Technology Association of America, ITAA), en la actualidad las empresas de diferentes sectores y tamaños se están basando en esas TIC's para 'cambiar la forma de hacer las cosas'; transformando la manera de realizar negocios, integrando procesos, mejorando la productividad y las relaciones con las empresas colaboradoras.

La Cadena de Suministro no ha sido ajena al impacto de las TIC's, las cuáles han influido positivamente en su funcionamiento, debido a que esta opera en un ambiente globalizado y altamente cambiante, donde la información oportuna y de calidad se convierte en el mejor aliado. En esta línea, el académico Andrés Muñoz Machado ha destacado que “una de las cualidades de las empresas rentables es que registran y procesan toda clase de datos relativos a sus actividades, aunque en ocasiones la obtención y procesamiento de los mismos no sean fáciles” (Logis-

tica y Turismo. Edición Díaz de Santos. España, 2007); reafirmando con ello el positivo impacto de las TIC's en la actividad logística.

En relación a la Cadena de Suministro, la utilización de las TIC's se han intensificado gracias a su rápido desarrollo y aplicabilidad en los procesos logísticos. Además, si se considera la cantidad y complejidad de los procesos y actividades que implica la cadena de suministro, se hace casi obligatorio la utilización de las TIC's para el tratamiento y posterior análisis de la información.

Pero no solo a nivel de eficiencia operativas las TIC's representan una ventaja, también lo hacen a nivel financiero. A este respecto, según cita el estudio: “Supply Chain Inventory Management and the Value of Shared Information. Management Science”, (Achon, G. & Fisher, M.), “utilizar TIC's en la logística conlleva a la reducción de costos y a la mejora del flujo de bienes, a través de la cadena de suministro”.

Sobre el mismo punto, el artículo académico “Supply chains through information technology” (Levary, R. & Better. R. Indus-

trial Management, Vol. 42); afirma que las TIC's en la SCM pueden proporcionar ventajas potenciales como la reducción de tiempos de ciclo, reducción de inventarios, minimizar el efecto del látigo y mejorar la efectividad de los canales de distribución.

Siempre en torno al impacto de las TIC's a los procesos de la cadena de suministro, el destacado experto David Simchi-Levi, ha descrito los objetivos que las Tecnologías de la Información tienen en la SCM, entre los que se cuentan: Proporcionar información disponible y visible; tener en un solo punto el acceso a los datos; facilitar la toma de decisiones basadas en el hecho que se tiene información de toda la cadena de suministro y permitir la colaboración entre los actores de la cadena de suministro.

No obstante, la utilización de este tipo de tecnologías también genera ciertas problemáticas, si la elección e implementación de las mismas no ha sido convenientemente realizada. En este punto, entre los problemas que podrían derivarse de la errada implementación se encuentran: la falta de integración entre las TIC's y el modelo de negocios; la poca planeación estratégica; aplicaciones de TIC's insuficientes para el manejo de la empresa virtual e inadecuada aplicación del conocimiento en la SCM. (“Information systems in supply chain integration and management”. European Journal of Operational Research Vol.159)

IMPLEMENTAR PARA AVANZAR

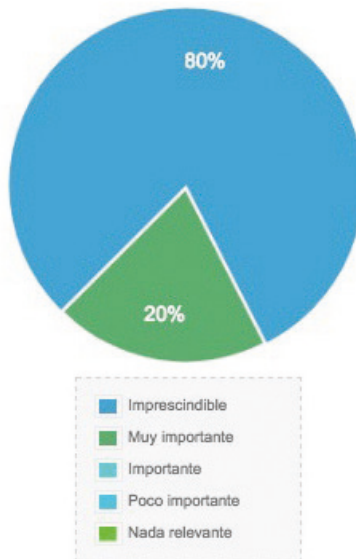
Considerando el positivo impacto que las TIC's ha tenido en la profesionalización y eficiencia de los procesos ligados a la Cadena de Suministro; resulta interesante conocer el nivel de adopción e implementación de este tipo de herramientas en el mercado nacional; un sector que tiene amplio acceso a una alta variedad de soluciones tecnológicas de primera categoría, a precios competitivos. Con ello en mente, Revista Logistec presentó a 50

ejecutivos del sector logístico, ligados a diversas industrias (retail 50%, alimentos y bebidas (16%), Transporte de Carga (16, 6%) y otros (18%)) la encuesta "Uso de TI en Procesos Logísticos del Centro de Distribución" para conocer la experiencia de estos respecto de la implementación tecnológica en el recinto logístico por excelencia: el Almacén.

A nivel introductorio, se consultó a los participantes acerca de la importancia que le confieren al uso de estas tecnologías. Según la medición, el 80% de los encuestados consideró "Imprescindible" el uso de TIC's en los procesos ligados a la Cadena de Suministro, mientras el 20% restante lo consideró "muy importante".

En tanto, en lo relacionado al uso e implementación de este tipo de tecnologías, de los 50 ejecutivos convocados aleatoriamente, el 80% sostuvo utilizar algún tipo de TIC en su operación logística, mientras que el 20% restante asumió no incorporar

ningún tipo de tecnología de la información a sus procesos.



¿Qué nivel de importancia otorga al uso de Tecnologías de la Información al proceso logístico?

VALORES LIGADOS AL USO DE TIC'S

A partir del universo de encuestados que sostuvo utilizar TIC's en alguno de los procesos logísticos que lidera, se consultó acerca de los eslabones en los cuales este tipo de herramientas tiene más penetración. En este punto, el almacenaje logístico y las tareas de distribución son –según el sondeo - los que llevan la delantera con un 50% y 35% de las preferencias, respectivamente.

Ahora bien, en torno al universo general (con y sin implementación de este tipo de tecnologías), el 60% de los encuestados sostuvo "estar interesados en evaluar la implementación de este tipo de tecnologías en los próximos 12 meses".

En esta línea, consultados respecto a qué tics les interesaría evaluar o implementar en los próximos 12 meses, las preferen-

PORQUE TU TRABAJO NO SE PUEDE DETENER...

SABEMOS QUE CADA MINUTO ES VALIOSO

- La más amplia gama de equipos y maquinaria disponibles
- Respondemos tu solicitud en un plazo máximo de 24 horas
- Precios especiales a clientes frecuentes
- Posibilidad de reservar tu equipo con meses de anticipación
- Retiro y entrega en nuestra red de sucursales DercoMaq a lo largo de Chile
- Asegura tu continuidad operacional

EL RENTAL DE DERCOMAQ

MAQUINARIA LOGÍSTICA | CONSTRUCCIÓN | MINERÍA | TRANSPORTE | GENERACIÓN

CONTÁCTANOS AHORA EN: 600 786 1000 - clientes@dercomaq.cl - www.dercomaqrental.cl - www.dercomaq.cl



#100

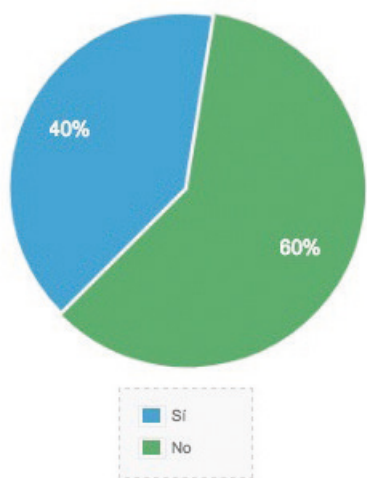
www.revistalogistec.com

ALOG

Felicito el esfuerzo de Revista Logistec y de todo su equipo periodístico por mantener tan bien informada a la comunidad logística y negocios relacionados en Chile. Durante estos años de trayectoria han sabido exponer las noticias nacionales e internacionales sobre este sector con análisis certeros, nuevas temáticas e incluso con seminarios y ferias que han servido de escuela y, a la vez, plataforma para las empresas y demás actores de este rubro.

Cynthia Perisić Ivandić
Gerente General
ALOG Chile A.G.

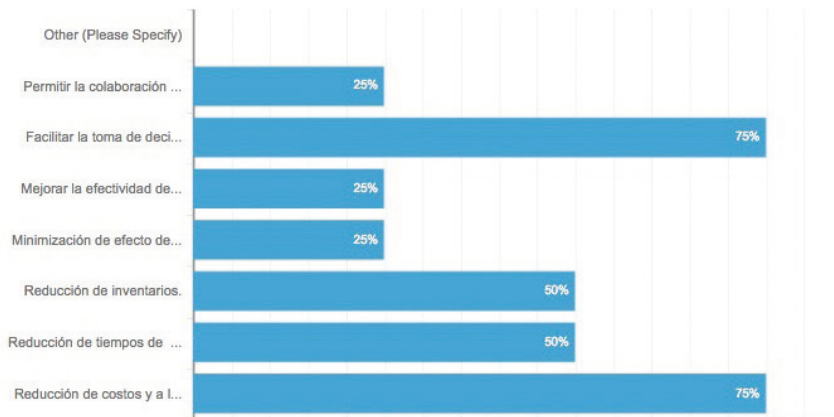
cias nuevamente apuntan a los procesos 'warehouse', considerando que el 67% de las preferencias recae en los Warehouse Management Systems; mientras que las tecnologías ligadas a los procesos de picking, Pick to Light y Voice Picking, alcanzaron un 33% de las preferencias, respectivamente.



24

¿En los próximos 12 meses su empresa está interesada en evaluar la implementación de alguna TIC en el proceso logístico?

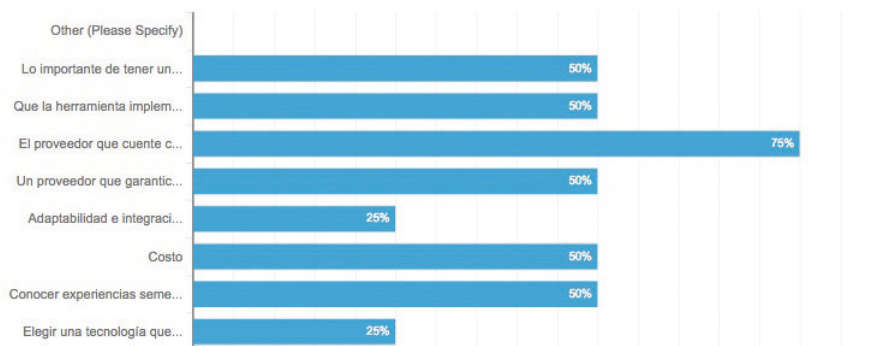
¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS QUE PERSIGUIRÍA LA IMPLEMENTACIÓN DE TIC'S EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS DE SU CD? En torno a los objetivos de la implementación tecnológica, los encuestados manifestaron su



¿Cuáles son los objetivos que perseguiría la implementación de TIC's a sus procesos logísticos internos?

acuerdo a partir de un listado de objetivos propuestos para la elección múltiple. Los resultados obtenidos establecen dos dimensiones relevantes a la hora de decirse por la implementación: la dimensión procedimental y la financiera, considerando que un 75% de las preferencias establece que el objetivo que persigue con la implementación es "Facilitar la toma de decisiones" y, en igual porcentaje (75%) los encuestados destacan la "Reducción de costos y la mejora del flujo de bienes en la cadena de suministro".

piamente tal, sino también al nivel de costos o beneficios que se obtengan a nivel financiero tras la implementación tecnológica, es consecuente preguntarnos acerca de las consideraciones y resguardos que los ejecutivos perciben como 'importantes' a la hora de tomar la decisión. A partir de ello, los encuestados consideraron entre las necesidades más relevantes (75%), relacionarse con "proveedores que cuenten con un soporte de consultores especializados durante la implementación y parametrización de la configuración



En su opinión. ¿Cuáles son las consideraciones más importantes al momento de decidir qué tipo de TIC's implementará y cómo se hará?

¿CUÁLES SON LAS CONSIDERACIONES MÁS IMPORTANTES AL MOMENTO DE DECIDIR QUÉ TIPO DE TIC'S IMPLEMENTARÁ Y CÓMO SE HARÁ? Teniendo en cuenta que la decisión de invertir en tecnologías para la cadena de suministro no sólo implica un costo asociados a la implementación pro-

del software". En tanto, aspectos como: "Que la herramienta implementada permita la fácil construcción de indicadores de Gestión" y "Conocer experiencias semejantes de implementación", son —en opinión de los encuestados— factores a considerar antes y durante la implementación tecnológica. **LGI**



Soluciones de almacenamiento que mejoran la rentabilidad de su bodega

Aumento de la productividad • Control de inventarios • Reducción de costos
Optimización del espacio • Flexibilidad • Alta rentabilidad



Especialistas en ingeniería antisísmica

Una solución para cada necesidad de almacenamiento

Racks para pallets • Estanterías para picking • Soluciones automáticas para pallets y cajas
Software de gestión de bodegas Easy WMS

Stock disponible - Entrega rápida



DÍA EN NATURA: LOGÍSTICA ORGANICA Y 'NATURAL'... DESDE LA MATRIZ A NUESTRO TOCADOR

QUIEN NO HA TENIDO UNA AMIGA, TÍA, VECINA O COMPAÑERA DE OFICINA QUE, COMO UNA ENTRADA EXTRA DE DINERO, SE DEDIQUE A LA VENTA POR CATÁLOGO DE COSMÉTICOS Y PRODUCTOS PARA EL CUIDADO PERSONAL, UNA MODALIDAD DE NEGOCIO CONOCIDA COMO VENTA DIRECTA Y QUE A INICIOS DE LA DÉCADA DEL '80 TOMÓ IMPULSO EN EL PAÍS HASTA INSTALARSE, EN LA ACTUALIDAD, COMO UNA ACTIVIDAD CADA VEZ MÁS RENTABLE PARA LAS 'CONSULTORAS' Y CADA VEZ MÁS GRATIFICANTE Y CONVENIENTE PARA LOS CONSUMIDORES.

Pero, ¿cómo es la trastienda logística de la venta directa? Para responder a ésta y otras interrogantes, en abril pasado, Revista Logistec visitó el Centro de Distribución de Natura, prestigiosa compañía brasileña, con más de 35 años de presencia en Chile y líder en esta modalidad de negocio en el territorio nacional.

Con la abismante cifra de más de 75 mil consultoras en todo el territorio nacional, Natura es hoy en día la Compañía de Venta Directa con mayor participación de mercado en Chile. A este respecto, cabe mencionar que esta actividad registró un 9% (tasa nominal) de crecimiento durante 2016, una cifra bastante positiva considerando el momento económico del país.

Al margen de los resultados, la apuesta por Chile no es menor para Natura. A pesar de que el mercado nacional es mucho más pequeño que el de Argentina y Colombia (donde también tiene presencia) es bastante competitivo dado que mantiene altos niveles de estabilidad y sirve como una especie de incubadora donde poner en funcionamiento proyectos de avanza-

da. En esta línea, tenemos que Chile fue el primer mercado (después de Brasil) donde Natura incorporó tecnología digital para ayudar a las consultoras a realizar sus ventas (www.natura.cl), entre otros hitos.

100 MIL PEDIDOS, 100 MIL PUNTOS DE ENTREGA...

09:30 Horas. Lluve en Santiago. El ambiente limpio entrega una panorámica envidiable de la cordillera que se superpone al cariz industrial que predomina en la populosa comuna de Pudahuel hasta donde nos dirigimos para visitar el Centro de Distribución de Natura; ubicado en el Parque Logístico Bodenor Flexcenter –Enea.

Posicionada en el ala sur del recinto, se vislumbra el CD de Natura, nave que alcanza los 7 mil m² de superficie con varios andenes frontales para las maniobras de ingreso y despacho de mercaderías.

La operación logística, es liderada por Manuel Díaz, Gerente de Operaciones y Logística de Natura Chile, quien nos recibe a nuestro ingreso al CD y actuará como anfitrión durante toda la visita. En entrevista preliminar, Díaz explica algunos aspectos específicos del negocio de Natura en Chile

y de su operación logística; entre los que destacan el que el 80% la dotación del CD sea femenina y el alto nivel de estrés de una operación que mensualmente supera los 100 mil pedidos, equivalentes a 100 mil puntos de entrega. “Todos los desafíos a nivel operativo se enfrentan mediante procesos altamente flexibles, si bien la operación logística está externalizada, el rol del Operador Logístico es el de un proveedor fundamental, ya que debe impregnarse de la cultura organizacional y valores de Natura. Como compañía estamos muy involucrados en los procesos, diseñando estrategias, incorporando tec-



nologías, capacitando y motivando a las personas en todos los eslabones para que entiendan que lo que ellos hacen genera valor a nuestra operación”, asegura Díaz.

10:30 Horas. Ubicados en la zona administrativa tenemos una panorámica general del CD y de su operación, la que es desarrollada por 150 colaboradores. De pie frente al muro/ventanal que nos permite atestiguar la operación, el Gerente de Operaciones y Logística asegura que la línea de producción del CD tiene la capacidad de sacar aproximadamente 8 mil cajas diarias, con un nivel de acierto que supera el 98%, gracias a un moderno sistema 'Pick to Light' para la preparación de pedidos.

Pero, antes de la línea y de los envíos, Díaz repara en la génesis del proceso que, según comenta, tiene dos líneas que se entrelazan: La Planificación de la Demanda y la Venta. “Como punto inicial podemos decir que la planificación de la demanda

se realiza utilizando curvas de ventas que se construyen en base a la demanda histórica de la fuerza de venta, es decir, de nuestras consultoras, de ahí la característica oscilante de nuestro negocio”.

Así, según lo descrito por el Gerente, el abastecimiento se prepara para cumplir con los ciclos de venta de cada 21 días que tiene el negocio. “Este es un negocio que exige planificación con un largo horizonte de tiempo, pero a su vez, la capacidad de reaccionar frente a inesperados saltos en la demanda, por efectos de tendencias”.

Ya con la estrategia definida, Díaz explica que Natura comercializa principalmente productos finales importados desde sus matrices de producción en Brasil, Argentina y Colombia. En porcentajes, el 95% de los productos son importados y el 5% restante corresponden a productos nacionales. Para estos tres orígenes Natura utiliza tres modelos de transporte: Marítimo, (Colombia); Terrestre (Brasil y Argentina) y modal aéreo. “Usamos mayoritariamente transporte marítimo y terrestre, ya que controlamos además nuestras emisiones relativas de carbono (Huella de carbono).

Es por esto que usamos modal aéreo sólo en caso de quiebre de stock, velando por mantener el equilibrio entre el cuidado con la Consultora Natura, quien no puede quedar sin productos, y el cuidado del medioambiente, de acuerdo con nuestra visión de sustentabilidad”, explicó Manuel Díaz.

DE LA VENTA AL CD

De acuerdo a lo descrito por el Gerente, actualmente Natura tiene dos canales de venta: Venta Directa (Offline) y Emprendimiento Digital, modalidad en la cual los clientes compran productos Natura a través de la página www.natura.cl a una Consultora Natura, no obstante, en este caso la empresa realiza el despacho al cliente final. “Todos los productos salen desde acá a todo el territorio nacional. En el caso de la Venta Offline nuestra meta es tener disposición completa de los pro-

#100
www.revistalogistec.com



BODENOR

“Estimados Paula y Fernando, una gran oportunidad para celebrar, llegar a la edición N° 100 de su prestigiosa revista es un inmenso logro y más aún mantenerse como el medio referente de la logística en Chile. Recuerdo, y aún conservo, los primeros ejemplares en los cuales una incipiente industria logística comenzaba a dar sus primeros pasos acompañada y apoyada por una revista que creyó en la industria, después vinieron las ferias y la consolidación. Reciban un fuerte abrazo animándolos a seguir con el mismo esfuerzo y dedicación!!!

Giancarlo Fantoni Salas
Gerente General
Bodenor Flexcenter

ductos presentados en la Revista Natura. En el caso de la Venta Online, nuestra meta es entregar el producto en tiempo y forma para que su experiencia de compra sea excepcional”, sostuvo Díaz.

MUNDOS COMPLEMENTARIOS

11:15 Horas. Damos inicio formal al recorrido del CD, teniendo como guía al Gerente de Operaciones y Logística, pre-munidas de los elementos de seguridad necesarios. La primera parada es en el sector de seguridad donde nuestro ingreso es registrado en el sistema. Este detalle no es menor, considerando que los procesos de seguridad y revisión al interior del CD son exhaustivos, atendiendo a que los productos al interior del mismo son de fácil reducción en el mercado informal.

Nuestro punto de partida es en el sector de Ingreso/Recepción de mercaderías hasta donde llegan las cargas de los tres destinos internacionales y la carga nacional. Según detalla Díaz, una vez que llega el camión, se verifican los sellos y se procede a los otros dos controles (revisión de documentos y revisión visual o conteo) para el ingreso de la carga al almacén. “Después de estas tres etapas de control se separa la carga y se muestrea según la regla military standard”.



Siempre en torno a la recepción, cabe destacar que en el proceso intervienen 2 áreas: el Departamento de Calidad que realiza el muestreo de todos los productos. "Calidad es el juez del proceso y define si el producto cumple a partir de un estándar previamente consolidado", sostuvo Díaz.

Manuel Díaz
Gerente de Operaciones
Natura



Frente a los andenes de recepción se ubica la zona de racks que albergan los cientos de SKU's que maneja la compañía. "Un enorme desafío considerando que Natura es una compañía que buscar una constante renovación, y por ende un portafolio sumamente dinámico de productos para los cuales mantenemos trazabilidad y abastecimiento confiable", sostuvo Díaz.

28

11:45 Horas. Mientras avanzamos por los pasillos del sector de Warehousing, Díaz nos comenta aspectos técnicos de la Operación. "Podemos decir que los 7 mil m2 de nuestro CD se dividen virtualmente en dos grandes áreas: Warehousing, donde almacenamos bajo sistema FEFO y Picking/Línea de Producción. Estos dos mundos, que más que opuestos son complementarios deben estar en constante comunicación para mantener una fluida operación".



Con una altura al hombro de 8.50 metros y 7 niveles de rackeo, la Zona Warehousing consolida no sólo los productos para distribución, sino también, contramuestras y saldos vencidos para su destrucción. Finalmente, otro aspecto no menor de esta sección se refiere al control de temperatura, monitoreado en todo el almacén mediante termómetros ubicados en cada torre. "Diariamente, un contingente verifica las temperaturas del CD, las que pueden alcanzar desde los 6° hasta los 45° Celcius de temperatura", aseguró el ejecutivo.

LA FRONTERA IMAGINARIA

12:05 Horas. El flujo natural de la visita nos lleva a la Zona de Control que imaginariamente divide el recinto en dos. Acá se efectúa el traspaso de la carga desde la Zona de Warehousing a la Zona de Picking, ubicada al



costado de la Línea de Producción. “Todos los días, desde el área de Picking hacen un pedido a Warehouse para abastecer los pulmones de la Línea de Producción. Es en esta Zona donde se acumula lo que se pide a Warehouse (a piso) y se hace un proceso de verificación de todo lo que va a pasar a la Línea. Mientras el stock no haya sido transfe-

rido por el sistema SAP desde Warehousing al “Almacén de Picking” no se puede facturar.

Una vez hecho el proceso de transferencia, los pallets se ubican en un layout a piso previamente definido. “Desde esta zona, los encargados de abastecimiento surtirán las estaciones (o pulmones) de la línea de producción. Paralelamente, el departamento de facturación ha empezado a emitir los documentos que se anexarán a cada pedido. Ellos imprimen el pedido efectuado por cada consultora (Real o Virtual), el detalle comercial del pedido y las boletas por cada producto para que la Consultora Natura lo entregue a cada Cliente Final.

El proceso de la línea es fluido e inicia cuando la operaria ubica la caja al inicio de la línea con los documentos comerciales en su interior y las etiquetas pegadas al costado.

La Caja viaja por el sorter hasta la zona de “equiparación de peso” donde el peso del embalaje se lleva a Cero. “Cada uno de los productos de nuestro inventario tiene asociado un peso, al poner la caja en valor ‘cero’ nos aseguramos de tener un mejor control en la configuración del pedido, ya que “cada caja tendrá un valor de peso específico de acuerdo al pedido que debe llevar”, planteó Díaz.

La caja sigue su viaje por el sorter, parando en cada una de las 9 estaciones de la línea. En cada una de ellas, una operaria efectúa el picking por luz. “Según la demanda, se ubican los productos en cada estación. Diariamente se hacen ajustes en la línea para que ninguna estación quede ‘sobrestockeada’ o tenga quiebres, de esa forma no se producen atascos en la línea”, explicó Díaz.

La caja sigue su rumbo hacia el área de sellado. No sin antes pasar por un sensor de peso que dará la luz verde para su salida. Si al pasar por el sensor el sistema detecta un error en el peso, la caja se desvía a la Zona de Conferencia, donde su contenido es revisado uno a uno por personal calificado y reordenado al interior de la caja.

En el sector de sellado la caja es acondicionada para su transporte en pallets que serán posicionados en la zona de Despacho. “Hay un equipo que arma los pallets y hacen el ‘pistoleo’ de cada una de las etiquetas de las cajas para enviar la información al transportista, que ya está informado de lo que va a recibir y el destino de cada bulto. Cabe destacar que



DHL

#100
www.revistalogistec.com

Mil Felicidades a la revista. Me recuerdo desde sus comienzos, su equipo y su entusiasmo. Me alegra que siga fuerte en el mercado entregando el pulso de la logística. Gran Equipo! Y que sean muchas ediciones más.

Lucy Sánchez C.
Marketing & Internal Communications
Latin America

el proceso de despacho es continuo y tenemos una capacidad diaria en esta área superior a las 8 mil cajas”, indicó Díaz.

Finalmente, otro punto importante es la capacitación del personal de transporte. Si bien éste es tercerizado, Natura se hace parte del proceso promoviendo en el personal un código de conducta estándar. “Los pallets salen desde nuestro CD al Hub logístico de cada transportista que efectúa la distribución, proceso que monitoreamos diariamente mediante un sistema de ruteo. Al mismo tiempo, capacitamos a los transportistas con manuales de entrega a las Consultoras Natura y al Cliente Final”, adujo el Gerente de Operaciones y Logística.

Con todo, la operación logística de Natura cosméticos se muestra orgánica y sin atascos; con procesos altamente esquematizados que permiten un tránsito natural desde su matriz al tocados de millones de chilenas y chilenos.

LGI

E-COMMERCE EN CHILE

EN ABRIL PASADO, EXPERTOS DEL MUNDO E-COMMERCE SE DIERON CITA PARA EVALUAR EL ACTUAL MOMENTO QUE VIVE EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN CHILE Y LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE ESTA MODALIDAD DE NEGOCIO QUE CRECE A PASOS AGIGANTADOS. A CONTINUACIÓN PRESENTAMOS LAS PRINCIPALES REFLEXIONES QUE DEJÓ LA JORNADA CONOCIDA COMO “E-COMMERCE DAY SANTIAGO 2017”.

30

LAS TENDENCIAS Y EL ESTADO DEL ARTE DE UN SECTOR EN FRANCO CRECIMIENTO

Las cifras lo avalan. El Comercio Electrónico en Chile sigue en ruta ascendente, marcando un 20% de crecimiento anual y un estimado en el desempeño a nivel de ventas para 2017 que asciende a los 3.700 millones de dólares. Las proyecciones para los próximos 3 años, en tanto, también van al alza, con estimados que superan los 5 mil millones de dólares en ventas para 2020; incremento que se sustenta en desarrollo logístico del sector, el despegue del 'Canal Mobile' y el desarrollo de medios de pago más inclusivos para la población no bancarizada, entre otros factores.

Según lo descrito por Rodrigo Mujica, Gerente de Servicios Empresariales y Asuntos Internacionales de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), durante su alocución en la novena versión del "e-Commerce Day Santiago 2017", celebrado en abril pasado, "el e-Commerce se ha consolidado como el sector más dinámico de la economía chilena en la última década, considerando que los compradores On Line pasaron de ser 334 mil, en el año 2000, a 4.524 millones el año recién pasado(...); con un crecimiento que en los últimos años mantiene un promedio del 20%".

En torno a los factores que explican el éxito sostenido del Comercio Electrónico en el mercado nacional, el representante de la CCS destacó el compromiso de la Industria en materia logística, señalando que ésta "ha invertido permanentemente en infraestructura y softwares para contar con una logística eficiente que permita fortalecer la calidad del servicio".

"Sin ir más lejos –agregó el ejecutivo– los grandes retailers nacionales han implementado sistemas de planificación logística y de precisión que le permitan programar entregas con fechas y horarios específicos con un alto estándar de cumplimiento", esfuerzo que repercute positivamente en los niveles de satisfacción del consumidor On Line. Considerando el carácter global del comercio electróni-

co, Mujica recalcó que "nuestra industria debe continuar fortaleciéndose para ser competitiva, frente a gigantes como Amazon, E-Bay y Ali Express entre otros. Como país debemos fortalecer nuestro comercio electrónico especialmente a nivel de las pequeñas y medianas empresas, para las cuales éste es un camino extraordinario que les permitirá ampliar sus ventas e internacionalizar sus productos".

EN EL PODIO LATINOAMERICANO

En torno al actual momento que vive el comercio electrónico nacional a nivel regional, Marcos Pueyrredón, Presidente del eCommerce Institute, sostuvo que Chile es uno de los países que está en el podio en cuanto al desarrollo del e-Commerce a nivel latinoamericano, dejando atrás a países como México, lo que no es menor si se considera que hablamos de un mercado 4 veces más grande que el chileno, a nivel de población.

Según el Vocero del eCommerce Institute, en comparación a otros mercados latinoamericanos, el comercio electrónico en Chile muestra "gran madurez", no obstante, en comparación con otros mercados maduros a nivel mundial, queda por hacer. "En mercados de occidente como el británico o el alemán, la penetración del comercio minorista online sobre el comercio minorista (Off Line) es del 14% al 12%, respectivamente. En América latina, en tanto, uno de los países con mayor penetración del comercio electrónico es Brasil con el 3%".

Según lo descrito por Pueyrredón, "si el impacto que tuvimos de Internet en los últimos 15 años fue importante, hay que estar preparados porque lo que viene es mucho mayor", debido al efecto que tendrá el desarrollo de la tecnología móvil para este canal. En este sentido, el Vocero del eCommerce Institute sostuvo que "la ubicuidad del consumidor a través de todos los dispositivos móviles va a generar la denominada Segunda Revolución del e-

#100
www.revistalogistec.com



BEETRACK

Promover las mejores prácticas logísticas es una tarea de todos quienes creemos firmemente que podemos hacer felices a las personas entregando un servicio de calidad, a tiempo y sin incertidumbre para aspirar abastecer todas las necesidades. Es así como Revista Logistec ha logrado contribuir positivamente en la industria, comunicando temas de relevancia para el mundo logístico que busca implementar las mejores prácticas tanto nacionales como internacionales.

Sebastián Ojeda
CEO
Beetrack.com

Commerce, que llevará a que el concepto desaparezca y evolucione hacia el Digital Commerce, cuando este canal supere el 10% o 15% de la facturación de las compañías".

PARA SEGUIR CRECIENDO...

¿Qué está pasando hoy día en el mercado interno? Para descifrar el comportamiento del Comercio Electrónico en Chile, cabe recalcar algunas cifras de interés. En este sentido, durante 2016 la cifra de población conectada a Internet alcanzó el 80% lo que representa más de 14,5 millones de usuarios que usan la red, principalmente desde dispositivos móviles. Lo anterior, según George Lever, Director del Centro de Estudios de la Economía Digital de la CCS, implica que "desde el punto de vista del consumo, no cabe duda que hoy en día la masa consumidora y el poder de consumo está en Internet".

El componente de uso móvil de Internet, es en opinión de Lever, un aspecto determinante en el crecimiento del consumo On Line.

"Hoy nos estamos acercando hacia los 5 millones de compradores On Line, precisamente por esta mayor intensidad de usuarios móviles y porque ya se empieza

a desplegar en forma consistente o relevante la oferta móvil de venta a través de Internet”.

Según lo descrito por Lever, durante su alocución en el e-Commerce Day Santiago 2017, el crecimiento real de las ventas del comercio electrónico en Chile, versus el comercio Off Line (retail) llega al 4% “lo que es bueno, pensando en que países líderes como Inglaterra tiene una tasa del 14% de penetración”.

En esta línea, cabe destacar que en comparación con el comercio tradicional, que en 2016 creció en un 2%, el comercio electrónico marca pauta con una tasa del 20% de crecimiento, siendo el sector B2B el de mayor aporte a nivel de recaudación ventas (10 veces más que el sector B2C) “por motivos naturales, ya que se producen grandes transacciones de compradores con sus comunidades de proveedores”. En tanto, “el crecimiento de la economía digital durante 2016 alcanzó el 8%, llegando a representar cerca del 5% de las ventas totales de la economía chilena”, explicó Lever

TENDENCIAS DESDE LOS ACTORES ON LINE

¿Cuáles son las prioridades de inversión que revelan los operadores de e-Commerce en el país? En esta línea, según lo descrito por el Director del Centro de Estudios de la Economía Digital de la CCS, para los próximos años, los actores del sector están fuertemente enfocados en seis factores. El desarrollo de Marketing (31%); Logística (29%); el Desarrollo de Plataformas Tecnológicas (29%); Usabilidad (13%); Recursos Humanos (5%) y Movilidad (2%).

Considerando estos resultados, Lever sostuvo que si bien el desarrollo de plataformas tecnológicas está vinculado al tema de la movilidad, es “preocupante” el nivel de inversión que se proyecta para el ítem Movilidad (2%), “considerando que todo

el mundo está hablando de lo que está pasando en Móvil”.

En torno al ítem: Recurso Humano, según el experto “existe una preocupación en torno a la falta de recurso humano especializado en e-Commerce en nuestro país, por lo tanto ya se están dando estrategias a nivel individual en las empresas y a nivel sectorial para poder avanzar en esa área y asegurar los recursos humanos necesarios”.

LOS ACTORES FRENTE A LAS TENDENCIAS DE CONSUMO

Si bajamos hacia las tendencias de consumo, ya hace algunos años se viene hablando de Omnicanalidad y Multicanalidad y, en este sentido, los operadores del e-Commerce vienen desarrollando diversos planes de apoyo para estas tendencias.

Según explicó Lever, “un 14% de la empresas del rubro tienen planes de multicanalidad o omnicanalidad que están en ejecución o implementados. En cuanto al desarrollo del canal Mobile, otras de las tendencias globales del Comercio Electrónico, Lever sostuvo que “sigue siendo el gran tema, que le viene dando gran dinamismo al e-Commerce y en eso no está exento nuestro país”.

A nivel de cifras, cabe destacar que el tráfico de Internet en Chile estrecha la brecha entre las plataforma tradicional (PC) y la Móvil, que marcan un 56% y un 42% respectivamente. Lo relevante en esta medición es que a nivel de crecimiento, la curva de tráfico Móvil se eleva de forma sostenida entre los años 2014 y 2016. “A nivel global, Chile sigue la lógica de lo que está pasando en el resto del mundo, donde el Móvil se despliega con mucha fuerza, donde los consumidores abrazan al Móvil, donde el Smartphone se consolida entre los usuarios y esa tendencia que se consolida nos lleva a que el Comercio

Electrónico en Móvil vaya creciendo en Chile”.



George Lever
Director Centro de Estudios de la Economía Digital CCS



Rodrigo Mujica
Gerente de Servicios Empresariales CCS



Marcos Pueyrredón
Presidente e-Commerce Institute

De hecho, según las cifras desplegadas por Lever, la participación del Móvil sobre las ventas del e-Commerce en Chile, hoy en día, superan el 15% en términos de valores. En términos de transacciones es aún más fuerte porque la transacción en Móvil tiende a ser más pequeña que en el canal tradicional de este sector (PC).

“En 2016 la tendencia Móvil se consolida y los países desarrollados avanzan mucho más rápido hacia un escenario de movilidad, mientras que Chile avanza bastante pero a tasas menores”, sostuvo el experto. Otra gran tendencia para el sector On Line es el Market Place, considerada por Lever como una de las vías para incorporar a las Pymes al mundo e-Commerce. “Toda la discusión experta migra hacia los Market Place y se despliegan nuevas ofertas, nuevos modelos de este mercado. Nosotros hemos planteado al Market Place como unas de las vías que nos va a ayudar a promover que la Pyme, sobre todo el pequeño comercio, se incorpore al Comercio Electrónico”. **LGI**

¿Cumple
su empresa
con el Decreto
Supremo 43?

SOLUCIÓN LOGÍSTICA TOTAL PARA SUS SUSTANCIAS PELIGROSAS



WAREHOUSING

EXPERTOS EN ALMACENAJE DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

ATENTOS PARA BRINDARLE EL MEJOR SERVICIO

- Almacenamiento, transporte y distribución
- Cobertura a nivel nacional
- Servicio de valor agregado DS 43
- Personalización, seguridad y calidad

- ISO 9001:2015
- ISO 14000:2015
- OHSAS 18001:2007

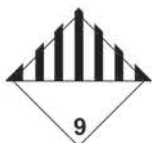
BUREAU VERITAS
CERTIFICATION



PREMIO
CONDUCTA RESPONSABLE

SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN
DEL TRANSPORTE CARRETERO

CUMPLIMOS CON EL DECRETO DS 43



www.warehousing.cl

2707 49 00

MEDIOS DE PAGO

UNO DE LOS FACTORES QUE DETERMINA EL ÉXITO DEL E-COMMERCE A NIVEL GLOBAL ES QUE LA EXPERIENCIA DE COMPRA QUE VIVE EL CONSUMIDOR NO SE VEA LIMITADA; ES DECIR QUE EL PROPIO PROCESO DE ADQUISICIÓN SEA FLUIDO Y SIN TRABAS. EN TORNO A LAS EXPECTATIVAS DE LA COMPRA ONLINE, EL CLIENTE NO SÓLO ESPERA EFICIENCIA A NIVEL DE ENTREGA, SINO TAMBIÉN, SIMPLICIDAD, SEGURIDAD Y ALTERNATIVAS A LA HORA DE PODER PAGAR EL PRODUCTO QUE DESEA.

con las formas de pago. En este sentido, entran a jugar dos factores relevantes: la inseguridad y la falta de confianza del consumidor. Muchos usuarios se sienten incómodos compartiendo sus datos por Internet, sobre todo datos relacionados con sus cuentas bancarias, por lo que la creación de entornos seguros es uno de los retos que la Industria del 'pago On Line' debe asumir para con sus clientes y para con los consumidores finales.

TRABAS, TENDENCIAS Y NOVEDADES QUE SE INTEGRARÁN AL E-COMMERCE CHILENO

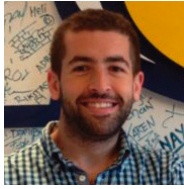
En torno a la problemática de los Medios de Pago, ampliamente discutida en diversos paneles de expertos en Comercio Electrónico, el factor de mayor relevancia suele ser el alto porcentaje de usuarios del Comercio On Line que abandonan su compra por no encontrar formas de pago que se adapten a sus necesidades. Y es que cualquier duda en el proceso de pago genera que el cliente se arrepienta y no compre, más aún cuando no cuentas con alternativas confiables y simples.

sí se sabe –a partir del Estudio de Ipsos/PayPal– es que el 51% de los usuarios nacionales considera el ítem “Medios de Pago Seguro” como el principal ‘motivador de compra’; con lo cual queda implícita la importancia de este factor en la consecución de la compra On Line.


A nivel internacional, en tanto, existen cifras significativas como las contenidas en el Informe Business Insider Intelligence 2017 que establece que “el abandono ocurre en su mayoría en la etapa de pago (46%)”. No obstante, de acuerdo al Estudio, “un carrito de compra abandonado no necesariamente se traduce en ventas perdidas; 75% de las personas que abandonan un proceso de compra afirman que volverán al sitio web o a la tienda física de la empresa para concretar la transacción”.


RECUPERANDO LA COMPRA DESDE EL PAGO

Siempre en torno a los métodos de pago, el desafío que se presenta es revisar paso a paso y entender por qué existe este porcentaje de abandono y cómo se relaciona




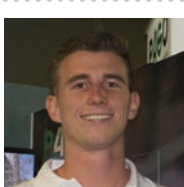
Alan Meyer
Director Comercial
Mercado Libre Chile






Francisco Ponce de León
Product Manager
WebPay





Thomas Maremma
Ejecutive Manager
Pago 46



Así, mantener el foco en la Protección de datos y la Ciberseguridad es vital. Las empresas deben evitar cualquier signo de inestabilidad de cara a los usuarios, porque en un entorno en donde ellos demandan confianza, romper con ella puede no sólo terminar la relación empresa-cliente, sino que impactar el normal desarrollo que el comercio electrónico muestra en la actualidad.

Por otra parte, tenemos la problemática del Acceso que guarda relación con el nivel de bancarización que tiene la población nacional y el uso de tarjetas de crédito para el pago en e-tailers internacionales, por ejemplo. En esta línea, de acuerdo a los datos entregados por el Informe Tecnocom sobre proyección del mercado de



**UNA PERSPECTIVA
MÁS CLARA OFRECE
VISIBILIDAD SIN LÍMITES.**



 **ZEBRA**
VISIBILIDAD VISIONARIA.

Zebra le ofrece una perspectiva más amplia. ¿Qué mantiene su negocio de transporte y logística en movimiento? La información en tiempo real que le permite verlo todo. Solo las soluciones inteligentes de nivel empresarial de Zebra le ofrecen la conectividad y visibilidad para alcanzar negocios sin límites. Conozca nuestra visión en ZEBRA.com

Contáctenos +1866 230 9494

las tarjetas en Latinoamérica, sólo 47,3% de los comercios detallistas de Chile aceptan pagos, a través de este medio.

Considerando que el pago con tarjetas es el medio que se usa más ampliamente para atender el mayor volumen de gasto en Chile (61m3%) y el más emblemático del e-Commerce; es determinante que la 'Industria del Pago' resuelva esta falencia. ¿Cómo se puede enfrentar esta deuda para fortalecer una base más amplia de transacciones electrónicas? La respuesta radica en la acción de los oferentes que actualmente tienen proyecciones de crecimiento interanual de ventas a través de e-Commerce en torno al 25% en la región.

De esta forma, quienes trabajan por mejorar las condiciones de las transacciones, a través de soluciones tecnológicas, tienen el desafío de trabajar de forma coordinada, escuchando con atención lo que buscan los usuarios y las empresas y así establecer nuevas condiciones para que cada vez más personas y negocios puedan disfrutar de los beneficios del comercio electrónico todos los días y en cualquier momento.

LOS OFERENTES EN LA TENDENCIA

Considerando las problemáticas expuestas y las tendencias globales en torno a los medios de pago, Francisco Ponce de León, Product Manager de Web Pay, sostuvo que uno de los desafíos más inmediatos de la Industria de Pago en Chile es sumarse a la tendencia Mobile, un foco en el cual Web Pay está a la vanguardia.

"Lo que sabemos es que cerca de ¾ de las ventas que se hacen por Internet se realizan a través de Desktop. No obstante, estamos seguros de que 2017 será el año en que el pago Mobile se va a consolidar.

Según nuestros análisis, la poca penetración que ha tenido esta modalidad se debe a un tema cultural, pero hoy el 'tarjetahabiente', el consumidor final está más

familiarizado con las compras y pagos por Internet que con el uso de aplicaciones".

En base a este cambio 'cultural', Ponce de León, sostuvo que "Chile se está sumando a la tendencia de lo Mobile y como Compañía estamos desarrollando nuevas soluciones en esta línea, entre las que destaca: One Klik, un método de pago ideal para aplicaciones móviles que le permite al consumidor hacer compras en un solo click, sin tener que pasar por el formulario de Web Pay o por la autenticación bancaria, es decir, toda la compra se hace en el mismo sitio o aplicación del comercio".

Si la tendencia Mobile está en alza, otro fenómeno es el del pago en efectivo. En esta línea, Thomas Maremaa, Ejecutivo Manager de Pago 46, comentó que "históricamente, el escenario del Pago ha sido limitado en Chile", desde la oferta de métodos de pago hasta el nivel de acceso o bancarización.

"A pesar de que Chile tiene uno de los índices más altos de bancarización de Latinoamérica sigue habiendo mucha gente excluida, que no posee tarjetas de crédito o simplemente no está digitalizada. Además, se habla de que en un futuro el pago efectivo no va a existir, lo que genera más presión. Desde nuestro punto de vista, en tanto, la desaparición del efectivo no es un fenómeno tan inmediato y, antes de la bancarización, las personas necesitan ser digitalizadas".

Con ello en mente, comentó Maremaa, "nos enfocamos en el aspecto más social, buscamos traer a la gente a la economía digital, incluirlas con pago en efectivo". ¿Cómo funciona el pago? "si el consumidor elige el botón de Pago 46 tendrá diversas opciones de pago en efectivo tales como: 5 mil puntos de venta; Agentes de delivery que van donde la persona y hacen el retiro del efectivo aprobando el pago; y agentes móviles que transitan en la ciudad, con los cuales la persona se puede reunir para efectuar el pago de su compra online". Otro aspecto inclusivo de esta modalidad 'en efectivo' es la posibi-

lidad de incluir en el ecosistema del comercio On Line a segmentos ampliamente excluidos. "Hacemos más eficientes las plataformas online, ya que no se requieren integraciones adicionales y llegamos a un segmento de mercado que antes quedaba fuera del sistema. Se trata de personas que tienen el poder adquisitivo pero no saben usar las tarjetas o, simplemente, no desean arriesgar su seguridad financiera en la red", finalizó Maremaa.

Considerando el sistema más utilizado, es decir, el medio crediticio, Alan Meyer, Director Comercial de Mercado Libre Chile, sostuvo que hoy los oferentes han logrado mayores niveles de seguridad y han innovado para hacer de la experiencia de pago un factor que motive la compra.

"El consumidor final pide una experiencia más simple y en menos tiempo, sin abrir tantas ventanas y estamos muy adelantados en la entrega de este nivel de servicio con nuestro Mercado Pago que permite el pago de diversos productos en 6 cuotas sin interés en todo el sitio y una tasa de conversión muy alta".

No obstante, el mercado del Pago On Line vive una apertura sin precedentes, sostuvo Meyer, señalando que "hemos estado acostumbrados a determinados medios de pagos que vienen funcionando y con las legislaciones que están surgiendo se está dando espacio para nuevos tipos y modelos de pago. Sabemos que vienen nuevas opciones, como las tarjetas de prepago o los sistemas de cobro contraentrega; un abanico que se abre porque las regulaciones se están relajando y porque los consumidores exigen soluciones diferentes".

Con todo, las alternativas para que los consumidores Off Line ingresen al mundo digital son, sin lugar a dudas, las más destacadas de la temporada, considerando que aún queda mucha demanda por afrontar bajo el modelo e-Commerce y es, justamente este segmento el que debe ser integrado en el corto plazo. **LGI**



TW CRECE CON NUEVO CENTRO EN LAMPA



20 años
EXPERIENCIA

TW aumenta su capacidad hasta en 20.000 posiciones de pallet. **Cumpliendo la nueva exigencia del DS 43**, que rige desde septiembre de 2016.

4PL LOGÍSTICA



TRANSPORTE



ALMACENAJE



VALOR AGREGADO





BODENOR FLEXCENTER

CONTINÚA FUERTE PLAN DE EXPANSIÓN EN RESPUESTA A LA ALTA DEMANDA POR SERVICIOS Y TECNOLOGÍA DE PUNTA

38

De la mano de sectores como la tecnología, retail y productos farmacéuticos; Bodenor Flexcenter se ha posicionado como un líder en la industria del almacenamiento logístico para empresas principalmente internacionales y nacionales que requieren altos estándares en sus posiciones logísticas. La clave del éxito ha sido anticiparse a las exigencias de estos mercados con diseños logísticos, tecnología y seguridad.

Modernidad, calidad en los servicios, infraestructura y seguridad son algunas de las cualidades que destacan en los Parques Logísticos de Bodenor Flexcenter. La compañía se ha posicionado como un proveedor de servicios inmobiliarios de alto estándar con mayor relevancia y reconocimiento.

Con crecimientos en tasas del 8% anual, a nivel empresa y de un 20% en su Parque Logístico, ubicado en Enea, proyecta hacia el 2019 sumar 100.000 m² de superficies construidas, consolidando con lo anterior más de 750.000 m² en instalaciones en Santiago, Concepción y Puerto Montt.

“Desde el año 2012 hemos estado desarrollando nuestro Parque Logístico en Enea, comuna de Pudahuel, en las 65 hectareas que posee la empresa en dicho sector. Se proyectaron 15 etapas, de las cuales a fines del primer semestre se estará finalizando la etapa 13 para luego,



hacia mediados del 2019, finalizar el proyecto en su totalidad” comentó Giancarlo Fantoni, Gerente General de Bodenor Flexcenter.

El Parque Logístico ha comprometido una inversión total de más de US\$200 millones, de la cual ya se ha realizado con cerca de un 80% de avance. Actualmente la empresa está construyendo la etapa 13 de 30.000 m2 y a comienzos del segundo semestre iniciará obras para la etapa 14 de 35.000 m2, ambos desarrollos se encuentran en etapa de comercialización la cual se preve concluir durante el presente semestre.

PARQUES DE CLASE MUNDIAL

Con una relación perfecta entre precio y calidad, Bodenor Flexcenter destaca como un proveedor reconocido y confiable del mercado de la logística nacional. Distintas empresas de los más variados rubros encuentran en ella un gran aliado estratégico que les da soluciones de presente y futuro, además de la calidad y del alto estándar que permite a sus clientes el cumplimiento de estrictas normas definidas por la autoridad local y también por las corporaciones en forma directa.

“Actualmente, un 85% de los clientes de la empresa, corresponden a empresas internacionales, las cuales valoran enormemente las cualidades de los Parques Logísticos. La totalidad del crecimiento del año 2016 a la fecha ha sido absorbido por multinacionales que requieren un alto estándar para operar al cual hemos sabido responder”, agrega Fantoni.

Este reconocimiento ha obligado a la compañía a estar siempre en un proceso de mejora continua, incorporando cada día nuevas tecnologías en los ámbitos de construcción, servicios y seguridad. Los Parques Logísticos cuen-

tan con un importante nivel de desarrollo. Con mucha rigurosidad planifican obras en donde los aspectos técnicos, de diseño, de equipamiento y de seguridad constituyen el pilar de sus proyectos.

“Las distintas multinacionales exigen cada vez mayores estándares en sus especificaciones, los cuales, muchas veces van más allá de la normativa local. Por ello comúnmente tendemos a pensar que bajo norma la chilena estamos bien, sin embargo, en muchas oportunidades las normas del cliente superan largamente la reglamentación local” explica Fantoni.

La relación con sus clientes es de largo plazo, mientras que el mercado muchas veces ofrece resolver sólo necesidades del corto y mediano plazo. Por el contrario, Bodenor Flexcenter se aboca a mejoras continuas, flexibilidad en los espacios, más y mejores servicios. Estos son algunos de los aspectos fundamentales que permiten a sus clientes tener la seguridad de un partner que lo irá acompañando en el tiempo, resolviendo la totalidad de sus necesidades.

EL SERVICIO COMO SELLO DIFERENCIADOR

Dentro de las innovaciones tecnológicas, Bodenor Flexcenter ha incorporado bodegas con control de temperatura y humedad para clientes que lo requieran. Un buen ejemplo de lo anterior es el moderno

centro de distribución inaugurado durante el segundo semestre del año 2016, el cual posee un moderno sistema de geotermia que permite bajar drásticamente el consumo de energía que requiere la climatización.

“La tecnología y los servicios son una forma de diferenciación en una industria cada vez más competitiva. Es sabido que el mercado es amplio y las necesidades muy distintas, sin embargo, a modo de

diferenciación de oferta, nuestra empresa ha optado por un segmento Premium, ofreciendo soluciones más sofisticadas y vanguardistas”, agrega Fantoni.



Giancarlo Fantoni
Gerente General
Bodenor Flexcenter



Las cifras, el desarrollo y la fidelización permite concluir que no existe mejor reflejo del éxito de una compañía que su crecimiento continuo y sus proyecciones, factores que Bodenor Flexcenter contempla y para lo cual tiene diseñado un esquema de expansión que considera la adquisición de nuevos terrenos para continuar con el desarrollo de nuevos y modernos Parques Logísticos, de modo de anticiparse al mercado. **LGI**



DERCOMAQ

SE PROYECTA CON NUEVA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CENTRADA EN LOS CLIENTES

Con la finalidad de dar respuesta a las necesidades de sus clientes, la compañía reestructuró su área de Material Handling con la creación de una nueva gerencia que tiene como objetivo central diseñar estrategias orientadas a la satisfacción de los clientes y donde las respuestas van de la mano del variado portafolio del que dispone DercoMaq.

40

En los más de 30 años de presencia en el mercado, el espíritu de Derco como organización siempre ha apuntado a entregar a sus clientes soluciones eficientes, útiles, oportunas y precisas para sus necesidades. Este objetivo ha llevado a la compañía a reestructurarse internamente con la finalidad de ir adaptándose a los

cambios del mercado y a las nuevas exigencias de sus clientes.

Basada en su política comercial, cuyo foco está puesto en el cliente y sus necesidades, DercoMaq se ha convertido en uno de los principales actores del mercado de las maquinarias con un importante portafolio de soluciones enfocadas a satisfacer



las necesidades del mercado logístico en cuanto al movimiento de mercadería paletizada.

Los cambios en la logística han dejado entrever dos aspectos esenciales al momento de visualizar y diseñar una operación: rapidez y costos. Estos dos factores son fundamentales para evaluar la operación, ya que la rapidez en ella permite responder en tiempo y forma a las demandas de los clientes y los costos son siempre un factor de atención para las empresas.

Ante este panorama, los clientes de DercoMaq han hecho sentir que la naturaleza de su operación requiere de respuestas



oportunas, en tiempo y forma, y soluciones de acuerdo a sus necesidades –cada operación es única- por lo tanto, la compañía decidió reestructurar su departamento de Material Handling, en función de mejorar la capacidades de respuestas del punto de vista comercial como también de servicio; configurando así una Política de Pronta Respuesta.

UNA MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE

Con los ojos puestos en el cliente, DercoMaq decidió unificar las áreas de Venta y Arriendo de la compañía con el objetivo de centrar lo relacionado al movimiento de carga en una nueva gerencia de Rental, encabezada por Cristóbal Cruz, cuya función principal es diseñar estrategias que respondan a las nuevas exigencias del cliente.

“Nuestros clientes iban más rápido que nuestra estructura. Ellos requieren información y servicios instantáneos y un partner que le entregue todo lo que necesitan. Esto se nos hacía muy complejo porque teníamos un área enfocada en vender y otra en arrendar, con servicios también diferenciados y cuando atendíamos los requerimientos de un cliente que tenía en su operación equipos en arriendo y otros comprados, por estructura, estábamos obligados a responderle desde dos áreas

distintas, lo que complejizaba nuestro servicio. Hoy está todo unificado”, comentó Cruz.

El nuevo gerente del área recalcó que la decisión de unificar las áreas descritas para configurar el nuevo departamento de “Material Handling”, era un tema crítico para responder con fuerza a las necesidades del mercado y mantener el liderazgo de DercoMaq en la industria nacional. “Nuestros clientes necesitan mover cajas, y si se vende o se arrienda es sólo una forma de pago; ellos necesitan que las maquinas funcionen y para eso unificamos todas áreas para ofrecer un servicio que cumpla con esas expectativas”, enfatizó el ejecutivo de Derco.

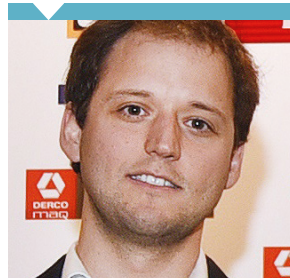
¿Y TU, QUÉ NECESITAS?

Las empresas hoy buscan distintas maquinarias para su operación, puesto que cada área requiere equipos a su medida. El proceso de almacenamiento, por una parte, o el de picking, por otra, tienen sus tiempos y ritmos; y los equipos deben responder a esas características. Y es ante esta realidad que las empresas han de adaptarse y

eso lo tiene claro DercoMaq, que en esta nueva estructura dispone de un ‘Asesor’ que se encarga de atender al cliente de una forma personalizada, conociendo su realidad desde dentro para poner a su disposición el abanico de soluciones con el que cuenta la compañía.

“Nuestra asesoría nos permite ofrecer al cliente lo que realmente necesita, y que muchas veces incluye equipos en arriendo y otros en modalidad compra; y también la mezcla de distintos equipos y marcas”, expresó el nuevo Gerente de Rental.

Cristóbal Cruz
Gerente de Rental
Dercomaq



El pull de soluciones de DercoMaq contempla equipos de combustión interna Premium con su marca Komatsu y una línea más económica con Hangcha y también equipos eléctricos de la prestigiosa marca Still y la oriental Hangcha.

Con esto mix de productos, DercoMaq responde a las diferentes operaciones y sus características. “La variedad de equipos tiene lógica, porque no todas las maquinas deben funcionar las 200 horas al mes. Tenemos la flexibilidad y la capacidad para asesorar a los clientes y ofrecerle la mejor alternativa. Ofrecemos una asesoría real más allá de una asesoría transaccional”, dijo Cristóbal Cruz.

La industria se está sofisticando con operadores más complejos y clientes más exigentes y esto es ya una realidad. En esta línea, con la nueva estructura gerencial, DercoMaq proyecta un exitoso futuro. En palabras del nuevo gerente de Rental, “en este mundo de las maquinarias tenemos un mercado Rental grande de grúas donde vemos un camino para seguir creciendo. Hoy tenemos más conocimientos, más maquinarias, más técnicos; y esto nos ha funcionado muy bien y nos da el impulso para seguir liderando esta industria, enfocado en el asesoramiento integral a nuestros clientes”. **LGI**





Líder:
Por: Patricio Madina, Subgerente de Operaciones de Técnica.

¿TIEMPOS COMPLICADOS?

CUANDO UNA EMPRESA SE VE ENFRENTADA A UN DESAFÍO DE CRECIMIENTO O DISMINUCIÓN DE SUS VENTAS, SIEMPRE EXISTEN DIFICULTADES ASOCIADAS AL ORDEN O DESORDEN QUE IMPERARA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

Contrario a lo que muchas gerencias creen, el uso de plataformas no garantiza una mejora sustancial por sí solo. Estas herramientas no dan por sentado un trabajo correcto, eficaz, enfocado en el cliente, con un impacto rápido y directo en los resultados finales de la empresa.

Es así, como no debemos olvidar la variable más complicada y difícil de crear: Un equipo de trabajo involucrado en los objetivos estratégicos de la empresa, con un claro modelo organizacional donde cada participante sepa su ámbito de acción y sus correspondientes tareas. Sin la ayuda de plataformas, lo anteriormente explicado no es posible crecer.

Lo anterior suena fácil, pero no lo es. El día a día nos obliga a avanzar rápido y no nos da espacio para conversar y discutir sobre las tareas que se nos encarga como líderes. Por lo tanto, debemos tener claro que no es posible avanzar ordenados en nuestros desafíos como empresa, sin apoyarnos en el uso de plataformas computacionales que nos entreguen información medible del trabajo y que ayuden también a ver la situación de la organización cuando se necesite.

La interpretación objetiva de algunos indicadores operativos, permitirá evaluar y visualizar potenciales impactos en las distintas áreas de la empresa y por ende podremos

completo conocimiento de las labores que su gente ejecuta y de lo que ellos mismos buscan en cada uno de los participantes. El equipo debe ver un liderazgo con conocimiento, no basado en decisiones puntuales que sacan al grupo del enfoque que la empresa busca.

Es de suma importancia poder entregar a nuestros equipos indicadores fáciles de calcular y entendibles, ya que ellos son los que están directamente involucrados en los resultados. De más está decir que: si no hay mediciones todas las decisiones son tomadas por percepciones personales y no necesariamente basadas en la realidad de la empresa o industria en la cual se participa.

LA CLAVE ESTÁ EN COMPROMETER A TODOS LOS LÍDERES DE CADA ÁREA EN UN OBJETIVO CLARO Y PRECISO Y PARA ESO ES PRECISO COMUNICARSE DE MANERA CORRECTA, DIRECTA Y SISTEMÁTICA.

La única forma de que una empresa adquiera valor es llevando un control de su gestión. Algunas perspectivas que actualmente son utilizadas en herramientas conocidas como el cuadro de manejo integral o balanced scorecard y que no deben ser pérdidas de vista son:

- FINANCIERO
- CLIENTES
- PROCESOS INTERNOS
- APRENDIZAJE Y CAPACITACIÓN

Finalmente, todo lo antes descrito debe ser coherente con los objetivos estratégicos de la empresa y, por lo tanto, centrada en lo importante, simple y fácil de comprender. **LGT**

Las decisiones gerenciales pueden variar de tanto en tanto y eso puede golpear positiva o negativamente a la organización. Lo anterior puede implicar que hasta los más mínimos procesos se vean influenciados, por lo tanto es vital tener reuniones sistemáticas con objetivos claros, definiendo sus responsables y con tiempos acotados en su resolución.

La clave está en comprometer a todos los líderes de cada área en un objetivo claro y preciso y para eso es preciso comunicarse de manera correcta, directa y sistemática.

medir cómo y cuándo comenzaron a los cambios producto de la modificación de alguno de los procesos. Obviamente, la creación de indicadores y su análisis toma un tiempo y no es inmediato, pero es claro que un trabajo ordenado redundará en mayores y mejores rendimientos y resultados tanto operativos directos como monetarios (mayores unidades por tiempo y menores costos por cada una).

Otro punto importante es que las gerencias o personas a cargo de equipos deben estar involucradas en los procesos atingentes a su departamento. Deben tener un

www.tecsidel.com



SU SOCIO EN GESTIÓN LOGÍSTICA

- Supply Chain Planning
- Gestión y Automatización de Almacén
- Gestión de Patio y Transporte
- Gestión de Depósito de Contenedores
- Simulación de Operaciones



(+56)-2 2595 19 37

sistemas-logisticos@tecsidel.com



Líder:
Rodrigo Ormazábal,
Gerente de Supply
Chain PepsiCo Chile

EL FUTURO

LOS NUEVOS CONSUMIDORES DIGITALIZADOS HAN CAMBIADO EL MODELO DE NEGOCIO, DESAFIANDO LA "TRADICIONAL" SUPPLY CHAIN Y MOVIÉNDOLA A LA "DIGITAL" SUPPLY CHAIN.

Hoy sabemos que la forma para adquirir productos, servicios, inclusive trámites en diferentes instituciones ha cambiado radicalmente. Entrar a un sitio web, como el uso de un Smartphone para gestionar la compra de un producto, transferencias bancarias o alguna solicitud de servicio es cada día más común, llegando a ser para algunos usuarios una actividad cotidiana.

Plataformas como Amazon o Ali Express nos generan una transformación radical en el modelo de compra, siendo -hoy en día- las plataformas con mayor crecimiento en ventas y transacciones. Inclusive han transformado la manera de responder eficientemente en su operación logística, llevándola a entregar un servicio de excelencia al cliente.

Esto no es nuevo y, podríamos decir que viene hace más de una década. Sin embargo, hoy se nos aparece como el gran cambio de Modelo de Negocio. Las grandes preguntas que debemos hacernos, más allá de ver cuándo nos subimos a este mundo digital que avanza a pasos agigantados en todas las industrias, es ¿de qué forma seguirá transformándose la Supply Chain frente al avance digital? ¿Cómo Supply Chain acompaña y apoya a las compañías en sus nuevos desafíos comerciales?

Esto no responde a una declaración de intención de implementar componentes del digital supply chain, tales como Digital Planning, Digital supply network entre otros, más bien viene a realizar una revisión

de las bases actuales y como nos movemos en todos los pendientes, que en la industria local son muchos, para avanzar en la digitalización de Supply Chain.

Aún uno se sorprende de ver empresas de consumo en el mercado local que no han iniciado el camino para implementar procesos atávicos como S&OP y menos pensar en la curva de maduración de este proceso. Si hablamos de trabajar colaborativamente con clientes, los modelos de CPFR y VMI ya no son una ventaja competitiva, sino un requerimiento básico para avanzar en la senda de mejor servicio a los clientes y consumidores como también una herramienta concreta de incremento de productividades y crecimiento comercial.

Para avanzar en esta era de la digitalización debemos asegurar primero que todos los procesos básicos de como operar la cadena de abastecimiento están implementados y con un alto nivel de madurez, con ello aseguramos que las bases están sentadas en el negocio y nos podremos mover a la transformación más que la innovación digital.

Digital Supply Chain es una transformación que facilita la conexión, incrementa el flujo de información dando visibilidad en cada punto de la cadena de valor, lo cual acelera los beneficios y tiempos de respuestas a los tradicionales procesos de supply chain. Es un hecho claro entonces que, para no perder participación de mercado y

AÚN UNO SE SORPRENDE DE VER EMPRESAS DE CONSUMO EN EL MERCADO LOCAL QUE NO HAN INICIADO EL CAMINO PARA IMPLEMENTAR PROCESOS ATÁVICOS COMO S&OP Y MENOS PENSAR EN LA CURVA DE MADURACIÓN DE ESTE PROCESO

Estos nuevos modelos también ponen un gran desafío a los Operadores Logísticos, quienes deben sumarse como partners en dar respuestas, rápidas y eficientes a estos nuevos requerimientos del mercado. Invertir en tecnología es un "must", inclusive son los responsables de traer todas las iniciativas de operaciones Logística proyectada a 10 o 20 años más.

la oportunidad de atender a estos nuevos consumidores digitalizados, debemos movernos en transformar el Supply Chain Management más que buscar innovación tecnológica por islas, entender la estrategia del negocio para los próximos 10 años y con ellos mover la organización en este cambio cultural donde el Supply Chain toma un rol más estratégico. **LGT**



EN CADA FAENA

UN APOYO INCONDICIONAL

Komatsu Forklift es líder indiscutido en venta de grúas horquilla en Chile convirtiéndose en un compañero incansable y especialista en cada rubro, con una oferta de productos que van desde las 2 a las 16 toneladas.

Komatsu Forklift es DercoMaq en Chile y parte de la red de sucursales más extensa a nivel nacional.

KOMATSU FORKLIFT

Venta | Arriendo | Usados | Financiamiento | Servicio Técnico

Visita nuestra red de sucursales a lo largo del país.

600 786 1000 | clientes@dercomaq.cl
www.dercomaq.cl





Líder:
Jorge Ronda
Tampier.
Sea Lion Project
Manager at
Puertos & Logística
S.A. / Sumitomo
Corporation.
Miembro de Supply
Chain Council Chile

MULTIMODALIDAD

UNA CADENA ES TAN FUERTE COMO LO ES SU ESLABÓN MÁS DÉBIL.
UN ESTUDIO DEL BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA ESTIMA QUE LA REGIÓN REQUERIRÁ UNA INVERSIÓN CERCANA A LOS 50 BUSD EN LOS PRÓXIMOS 25 AÑOS, PASANDO ASÍ DE 48 A 150 MILLONES DE TEUS (CONTENEDORES DE 20').

Chile es un país con 4.200 kms de costa, donde el 95% de su comercio internacional se produce vía marítima, y que representa aproximadamente un 38% de nuestro PIB. En nuestro caso pareciera ser cierto el dicho que dice que la economía flota en agua salada.

Chile cuenta con un sistema dual de puertos públicos y privados. El número de puertos creció desde 22 en 1994 a 52 en 2014, siendo hoy un total de 68. No cabe duda que las decisiones tomadas en torno a privatizar la operación de los puertos ha sido la correcta. Los 5 principales puertos mueven cerca del 40% de toda la carga nacional. La zona central de Chile concentra cerca del 66% de la población y 60% del PIB.

Si uno mira esos números, uno se alegra pero a la vez se pregunta qué ha pasado con el hinterland (áreas de apoyo), los caminos y particularmente con el ferrocarril. El tonelaje transferido se ha duplicado desde el 2000 al 2014, llegando a valores cercanos a los 145 MTPA, donde los principales puertos de la zona central son: Quintero, San Antonio, Valparaíso que aportan 15-13-9 MPTA, respectivamente; y la Zona Centro-Sur son San Vicente, Coronel y Lirquén 15-8-4 MTPA, respectivamente.

Actualmente el 90% de la carga se mueve en camiones, y sólo el 10% en trenes (11 MTPA). Con una inversión estimada en 350 MUSD se podría duplicar ese volumen.

Los camiones juegan hoy un rol fundamental, pero han sido subvencionados por todo el parque automotriz que circula por las mismas carreteras, por lo que no pareciera que los incentivos estén del todo correctos al momento de sacar las cuentas respecto a los reales costos del transporte vial. Si camiones, buses y autos pagan por las mismas carreteras lo correcto sería que asuman proporcionalmente sus contribuciones a la inversión y mantención al momento de concesionarse las carreteras.

Por otra parte, sólo el 2% de la carga en Valparaíso se mueve en tren, mientras que en Antofagasta representa el 30%. San Antonio promete llegar al 30% de materializarse el Puerto de Gran Escala (PGE). El ferrocarril necesita volver a tomar una posición de importancia, tanto para la carga como de los pasajeros. Podríamos descongestionar así nuestras ciudades y carreteras. La pregunta es que nos falta para ir en esa dirección. Los puertos necesitan rápidas vías de evacuación y los trenes pueden actuar en forma

eficiente, segura, sin producir congestiones ni accidentes viales. Con un crecimiento económico del 5-6% la tasa de importación de vehículos particulares asciende a unos 360.000 autos por año, es decir, tenemos 1.000 autos nuevos diarios, donde aproximadamente 500 se quedan en Santiago.

El crecimiento de nuestra infraestructura debe ser armónico, bien pensado y con una mirada larga de 30-50 años plazos. Necesitamos un diálogo abierto, pero sincero, buscando el bien mayor. Debíésemos poder converger con una instancia que pueda hacer conversar a las distintas autoridades respecto a los Planes Comunales- Intercomunales y Reguladores junto a la comunidad.

Un puerto de gran escala se hace necesario para adelantarnos a los requerimientos del año 2030 hacia adelante, no obstante, para la próxima década tenemos capacidad portuaria en Chile. Si bien es cierto que los tiempos para desarrollar una obra portuaria son extensos, hoy entre 6-8 años, y probablemente cada día serán mayores, no son éstos donde hoy tenemos los mayores cuellos de botella, sino que es la infraestructura terrestre, falta de carreteras y trenes. **LGT**

PRODUCTOS CON ENTREGA INMEDIATA

- TRANSPORTADORES FLEXIBLES
- ESTANTERÍAS ÁNGULO RANURADO
- STOCK RACKS

más en www.mindugar.com



Llámenos al 22870 7400
o solicite a ventas@mindugar.com
una asesoría de nuestros ejecutivos sin costo



STOCK RACK® · DRIVE IN® · PUSH BACK® · RACK AUTOPORTANTE · CANTILEVER · PALLET RUNNER® · ALTILLO SIGMA® · TRANSPORTADORES

 Domingo Arteaga 291, Macul, Santiago, Chile.

más en www.mindugar.com



La unión hace la fuerza". Esta popular frase cobra fuerza cuando analizamos la participación de Red-Megacentro en la industria logística chilena. El holding, compuesto con un conjunto de empresas especializadas en ofrecer soluciones de infraestructura, diseño y operación logística, tanto a nivel empresarial como particular, se ha posicionada como uno de las compañías líderes en Chile.

48

¿Cuál es el motivo de este desarrollo y reconocimiento? A juicio de Orlando Orellana, Partner&General Manager Megaconsulting, el posicionamiento de Red-Megacentro se basa en la completa solución que ofrecen al mercado, gracias al conjunto de empresas que la componen.

"Como parte relevante del crecimiento de la red global se encuentran Megacentro, Megaconsulting y Megalogística, entre otras, quienes complementan y completan la Red-Megacentro como un conjunto de empresas relevantes para la industria", comentó. Bajo esta visión de negocio –en sus 22 años de presencia en Chile-

RED- MEGACENTRO

SOLUCIÓN COMPLETA CON ALTO ESTÁNDAR DE CALIDAD Y OPERACIONAL

Conocer el mercado logístico desde sus distintas ópticas es una de las ventajas competitivas más importantes para Red-Megacentro y una de las razones del éxito que ha alcanzado el holding en sus más de 20 años en el mercado. De la mano de sus empresas Megacentro, Megaconsulting, Megalogística y Megafrio Chile, la compañía es uno de los líderes del mercado al ofrecer una solución completa.

Red-Megacentro se ha transformado en un aliado estratégico y confiable para el mercado logístico nacional, quienes encuentran en ellos una solución con un es-

tándar de calidad y operacional único. La modalidad de negocio del Holding les ha permitido sortear con suerte las negativas proyecciones económicas que se plantea-



ron para 2016. "La industria logística supo enfrentar con éxito lo que se esperaba, el porcentaje de vacancia se mantuvo entre un 4 y 7%, lo que lleva a pensar que nuevos proyectos siguen adelante y el mercado sigue avanzando", agregó Orellana.

MEGACENTRO: INFRAESTRUCTURA AL SERVICIO DE LA LOGÍSTICA

Megacentro se ha transformado –hoy por hoy– en una empresa dedicada a la gestión inmobiliaria que entrega soluciones de infraestructura, diseño y operación, a través del arriendo de bodegas, oficinas y grandes centros de distribución. La inmejorable ubicación geográfica que ofrecen sus 40 centros de bodegaje, ubicados en las principales ciudades chilenas y extranjeras (Perú y Estados Unidos (Miami, Florida)) ha sido clave para su éxito.

Cuenta con una red de 45 propiedades en operación con un GLA total de 770.620 m² y propiedades en desarrollo con un GLA estimado de 700.000 m², a ser incorporado en gran medida hasta el año 2019. Es así como, de la mano de su calidad de servicio, la empresa se ha posicionado en el 2° lugar en el mercado nacional de bodegaje y centros de distribución con un 18% de participación de mercado por GLA.

Orlando Orellana
Partner&General Manager
Megaconsulting



Asimismo, se ha transformado en el 1° en el mercado chileno en proyectos Built to suit y también en el segmento de mini bodegas (self-storage) con un 35% de participación de mercado por GLA.

En base a las características señaladas, Red Megacentro se ha configurado en el único que ofrece servicios de operación logística para productos congelado, seco y peligroso, gracias a lo cual cuenta con más de 1.500 arrendatarios de diversas

industrias, incluyendo compañías nacionales e internacionales.

"El éxito nos ha llevado a seguir creciendo. El 2016 estuvo marcado por varios hitos para la empresa como la inauguración de Núcleo Ochagavía; la compra de 51hc de terreno, en lugar estratégico de Santiago; el proyecto Aeroparque y la importante alianza Red-Megacentro y Enea con un centro logístico acordado en arrendamiento para una gran empresa de consumo masivo con 35.000m², en Retail, Losgishfashion con 11.000m² entre otras, diseñados e implementados por Megaconsulting, empresa consultora logística de Red-Megacentro", enfatizó Orellana.

MEGACONSULTING, UN SOCIO PARA DISEÑAR

Megaconsulting está focalizada en diseñar e implementar Centros de Distribución/Site Operacional y en asesorar procesos de negocios del Supply Chain.

Dentro de las ventajas competitivas, las cuales han hecho crecer el negocio fuertemente en el último tiempo, están – a juicio de su Partner&General Manager Megaconsulting - el pertenecer a un grupo de empresas con foco en los negocios logísticos, lo que entrega una visión real y actualizada de indicadores operacionales, de gestión y de precios usados diariamente en la toma de decisiones de cualquier negocio y que permiten alimentar los casos de negocios que Megaconsulting construye en los proyectos.

Un dato no menor es la calidad de profesionales que se desempeñan en la empresa. Los ejecutivos a cargo de la consultoría son ejecutivos destacados, con experiencia real en Operaciones y Logística de distintas industrias, lo que

permite diferenciarse de una consultora tradicional. "Hemos logrado cumplir con las expectativas del cliente, con proyectos realizados e implementados y con beneficios de eficiencia, optimización y ahorro", recaló Orellana. Dentro de los proyectos 2016 resaltan la optimización a una de las principales embotelladoras del país, un proyecto de diagnóstico a uno de los principales proveedores de materiales para la construcción y un diseño a red logística y distribución a una empresa de alimentos con ahorros de 4 puntos en transporte .

UN SERVICIO COMPLETO

La modalidad de su negocio se puede comprender de la siguiente manera: Red Megacentro ofrece primero una oferta y/o búsqueda de terrenos y propiedades de alta calidad con financiamiento para el desarrollo inmobiliario con soluciones en materia CD, bodegas y oficinas para la instalación del cliente a través de Megacentro. Luego, el Diseño e implementación del CD (Layout, Tecnología, operación etc.) y soluciones logísticas para fortalecer cadena de abastecimiento a través de Megaconsulting.

Además, pone a disposición una operación tercerizada, en ambiente tanto Frio y refrigerado en Megafrio Chile como en ambiente seco en Megalogística, ya sea en el mismo centro como también con una operación InHouse. **LGI**

MEGACENTRO AEROPARQUE

> Aeroparque es un nuevo terreno de Megacentro con 51hectareas para el desarrollo de proyectos built to suit. El proyecto cuenta con una excelente ubicación con conexión a las principales autopistas (Vespucio Norte y Costanera Norte) y a pasos del Aeropuerto, en una zona industrial muy desarrollada.

Aeroparque está enfocado a clientes que busquen crecer en nuevo CD, en un lugar privilegiado con el respaldo, garantía y seriedad de Red Megacentro.



SOLAR GROUP

PRESENTA INNOVADORA SOLUCIÓN PARA MEJORAR LA IMAGEN Y EFICIENTAR EL PROCESO DE LAVADO DE LOS VEHÍCULOS

Durante los últimos años, la atención de las empresas de distribución y transporte ha estado puesta en elevar los estándares de su servicio desde la operación con los tiempos de respuesta, el cumplimiento horario, la rapidez, etc. hasta la imagen corporativa compuesta por una publicidad directa, una promesa de servicio clara, logos y colores característicos y una creciente preocupación por la imagen de los conductores.

50

Hoy existe el reconocimiento que los conductores de una flota, propia o tercerizada, son el vínculo directo entre la empresa y el cliente final, por lo tanto, han invertido en mejorar su imagen y aumentar los requerimientos, en ese sentido. Pero, ¿hemos considerado

al vehículo de transporte en esta nueva imagen? o ¿Reflejan nuestros vehículos la mejor cara de nuestra compañía?.

Las respuestas a estas interrogantes parecen ser negativas. El mercado chileno aún no habría tomado conciencia de que los vehículos también forman parte del



servicio que ofrecen y que, en otras palabras, son ellos los que minuto a minuto transportan la imagen de la empresa por la ciudad. Asimismo, existe un llamado constante por parte de la industria de estandarizar y hacer más eficientes los procesos de distribución (reducción de costos, tiempos, recursos, aumento en la calidad, capacidad, etc.),

En este escenario, surge una innovadora solución proporcionada por Solar Group, empresa que cuenta con las representaciones de importantes y prestigiosos equipos para el lavado de autos, buses y camiones; y que se ha posicionado como una alternativa de eficiencia y calidad para



mejorar la imagen de las flotas. “Somos una empresa dedicada a la entrega de soluciones de lavado automático y de autoservicio para vehículos motorizados. Estamos enfocados en ofrecer una completa y eficaz atención a toda nuestra gama de clientes”, aseguró Max Bustamante, Director Comercial de Solar Group.

MÁS QUE UN EQUIPO, UNA SOLUCIÓN

Solar Group ha logrado posicionarse como una solución eficaz gracias a la calidad y prestigio de las marcas que representan y al equipo interdisciplinario de profesionales que asesoran a los clientes desde la planificación del negocio hasta la puesta en marcha de los equipos.

El servicio que ofrece la empresa no se limita a la venta de equipos y eso marca la diferencia en este mercado.

“Ofrecemos una asesoría para que cada cliente pueda definir correctamente el equipo que requiere, cuál es el layout óptimo para instalarlos, cuáles son las capacidades de lavado que se van a obtener y cuáles son los niveles de eficiencia que se lograrán”, detalló.

Max Bustamante
Director Comercial
Solar Group



Dentro de los productos y servicios que la empresa tiene, se destaca el sistema de tratamiento y reciclaje de agua, capaces de reutilizar un 90% del agua. Además la empresa cuenta con una amplia gama de detergentes, químicos especiales, etc. Todo lo anterior complementado con un servicio de mantenimiento y postventa que garantizan un óptimo proceso de lavado. Para cumplir con las necesidades de los distintos sectores cuentan con un amplio portafolio de soluciones con equipos automáticos y semiautomáticos. “Nuestra oferta hoy contempla equipos para cada uno de los segmentos desde flotas, desde pequeñas que pueden ir desde los 3 a 20 vehículos hasta grandes compañías con flotas superior a los 60 vehículos”, comentó el Director Comercial.

EFICIENCIA Y CALIDAD

Los pilares en que se basan las soluciones de la compañía son: Uno, mejorar la eficiencia en términos de uso de recurso, ya sea en tiempo, capacidad y RR.HH; Dos, generar una eficiencia en precio-calidad, donde se destaca que la calidad del lavado es enormemente superior, en comparación a un lavado manual y tres, mejorar la satisfacción en términos de calidad de cliente, gracias a una mejor imagen de los vehículos.

En cuanto a la eficiencia que estos equipos aportan a la operación, Max Bustamante, señaló que: “Estas máquinas permiten un nivel de eficiencia en distintos niveles, como por ejemplo, una reducción en el personal destinado a las labores de limpieza y aseo de los vehículos, una reducción además de los recursos hídricos

y químicos. Por ejemplo, una máquina automática puede gastar en promedio unos 150 litros de agua en el lavado, mientras que el lavado a mano puede contemplar alrededor de 500 litros”.

“Todos nuestros sistemas y soluciones de lavado apuestan a la constante innovación y optimización de

procesos y recursos; aportando a disminuir tiempos de horas hombre y bajar la asignación de recursos humanos”, recalcó el Director Comercial de Solar Group.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Transformarse en un aliado para la industria logística y de transporte no ha sido gratuito para Solar Group. El trabajo de su equipo de profesionales va acompañado de un portafolio de soluciones de primera línea, a nivel mundial.

EQUIPO SEMIAUTOMÁTICO DE LA MARCA ITALIANA BITIMEC. Este modelo Speedy Wash es un monocepillo que

necesita un operador para funcionar y está enfocado a las empresas con flotas pequeñas. Tiene una capacidad de lavado de 5 vehículos por hora. El cepillo semi-automático es desplazable alrededor del vehículo.



PARA EMPRESAS MEDIANAS DISPONEN DE UN EQUIPO AUTOMÁTICO DE LA MARCA ALEMANA CHRIST. Esta máquina está diseñada para el lavado de buses y camiones de distintos tamaños. Su capacidad de lavado es de 10 a 12 vehículos por hora. E su sistema de lavado de gran calidad, de robustecida materialidad en Acero Galvanizado.

Las versiones incluyen pre-lavado a baja y/o alta presión, aplicación de detergentes, enjuagues a baja y/o alta presión, entre otros. Los cepillos completan un lavado desde las zonas bajas hasta la zona superior de manera 100% efectiva.

SERIE TOUCH FREE SUPER WATER WIZARD PARA LAVADO EN SERIE DE BUSES Y CAMIONES DE LA PRESTIGIOSA MARCA ESTADOUNIDENSE COLEMAN HANNA. Estos son equipos lavan por método de corrosión. Fabricación 100% acero inoxidable. El vehículo pasa por un túnel de lavado con una capacidad de 40 vehículos por hora.

Finalmente, Bustamante enfatizó que: “Queremos ayudar a las empresas a mejorar su imagen corporativa, disminuir tiempos y costos en su proceso de lavado; y para eso contamos con los equipos, el servicio y los profesionales para responder a sus necesidades”. **LGI**

¿QUÉ QUIERES MOVER?, ¿CUÁNTO DURA TU OPERACIÓN?, ¿CUÁNTOS SON LOS PEDIDOS QUE ESPERAS ELABORAR EN DETERMINADO TIEMPO?, ¿CUÁNTOS PRODUCTOS MANEJAN? Y ¿CÓMO LOS ALMACENAN? SON ALGUNAS DE LAS PREGUNTAS QUE TODA EMPRESA DEBE RESPONDER ANTES DE DECIDIR LA ADQUISICIÓN DE UNA MAQUINARIA ESPECÍFICA PARA SU BODEGA. FRENTE AL ABANICO DE ALTERNATIVAS QUE OFRECE EL MERCADO ACTUALMENTE. ¿TÚ CUENTAS CON LA GRÚA ADECUADA PARA TU CD?

EQUIPAMIENTO: ¿TIENES LA GRÚA ADECUADA PARA TU OPERACIÓN?

Todos queremos tomar siempre las mejores decisiones en el ámbito laboral. Sin embargo, muchas veces el desconocimiento, la premura y la falta de asesoría nos llevan a escoger opciones erróneas que, lamentablemente, traen siempre un costo monetario y operacional para las empresas.

Esta realidad la vemos con frecuencia en la industria logística, en especial al momento de decidir la ampliación o construcción de una bodega o Centro de Distribución, fundamentalmente por la inversión que eso significa. Decidir correctamente qué hacer y cómo hacerlo es primordial.

El reconocimiento que hace la industria de la importancia que tiene una decisión como esa que va también acompañada de la incorporación de nuevas implementaciones o tecnologías ha llevado consigo el posicionamiento de las "Consultorías" o "Asesorías".

Desde la ubicación, pasando por el tamaño, la conectividad, el diseño de las estructuras de almacenamiento, el número y rotación de los productos almacenados, la cantidad de pedidos que se deben realizar son sólo algunas de las preguntas que se consideran al momento de diseñar un nuevo almacén.

Pero hay un factor fundamental y que –dicho de otra forma– le da vida a una operación. Los equipos para el movimiento de cajas son "los brazos de la operación" y una correcta decisión sobre qué grúa utilizar es fundamental para asegurar la operación de la empresa que permita responder a las solicitudes de sus clientes.

Ante este panorama, Logistec ahonda sobre los factores que se deben considerar para adquirir un determinado equipo. Hoy el mercado de las maquinarias para bodegas es inmensamente diverso y contempla decenas de alternativas para la industria; y es ante este

abanico de soluciones que tener claridad sobre qué se requiere y para qué se requiere es el primer paso para una implementación exitosa.

Para una correcta elección se debe conocer el trabajo que se realizará y cuáles serán las condiciones en el que se realizará, tales como peso de la carga, altura del almacén, distancia, horas de operación, etc. Es por esto que escoger al proveedor adecuado para tu empresa es un factor que puede significar el éxito o fracaso de una inversión.

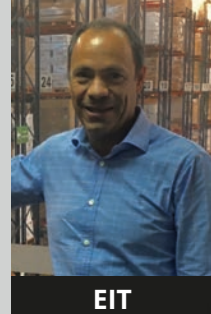
En esta oportunidad, dos de las más importantes consultoras a nivel mundial en Supply Chain como son KPMG y Miebach entregan consejos prácticos para tomar la mejor decisión operacional.

FLUJO Y CONTINUIDAD

Al momento de diseñar una solución para las empresas, lo más importante siempre son: el flujo de los materiales y la continuidad operacional. Sin embargo, garantizar estos dos puntos requiere de conocimiento; conocer las características de la operación, cómo se almacenan los productos y cómo se mueven es primordial para el diseño que se realice, ya que todos los aspectos determinan si se agiliza o retrasa el proceso de preparación de pedidos; aspecto que es fundamental de cara a satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes y que a la larga son el reflejo del éxito financiero de una compañía.

Y es en esta dinámica operacional donde los equipos de movimiento de carga son un eje que da vida a la operación y que determinan -en muchos casos- el éxito de ella. Para Carolina Vera, Directora Senior de Miebach, "las maquinarias deben ayudar lo más posible al trabajo y la operación; y no entorpecerlo". Para eso, la ejecutiva asegura que, en lo primero que hay que pensar es en el flujo, "diseñar cómo queremos que sal-

#100
www.revistalogistec.com



EIT

Amigos de Logistec, en nombre de todo el equipo de EIT Logística queremos saludarlos y felicitarlos a propósito de tan importante hito como es llegar a la publicación N°100. Es sin duda un gran logro gracias a vuestro trabajo serio y muy profesional y que sin duda ha constituido un gran aporte al mercado de la logística en Chile. Familia Logistec les deseamos lo mejor y que sean muchos años más aportando a los negocios en Chile. Un gran abrazo, sinceramente.

Francisco Pavez
Gerente General
EIT Logística

gan los productos de manera eficiente y para eso conocer los volúmenes, el peso y el número de productos es importante".



Carolina Vera
Directora Senior
Miebach



Argenis Bauza
KPMG Operation Latam

Por su parte, Argenis Bauza, KPMG Operations Latam, sostiene que el rol de los equipos de movimiento se pueden plantear en dos frentes: el operativo y el financiero. "Operativamente, juegan un papel importante al momento de hablar de productividad, eficiencia y seguridad. Afectan los tiempos en los recorridos, los movimientos de tarima por hora y el desempeño en cada uno de los procesos del almacén.

Actualmente hay equipos nuevos que permiten disminuir el riesgo de incidentes y accidentes, uno de los temas más



#100

www.revistalogistec.com

VARMONTT

Estimados Paula y Fernando, felicitaciones en su edición 100 y sus casi 17 años por la dedicación, perseverancia, compromiso y profesionalismo que han permitido contar con el mayor referente en el ámbito nacional en temas relacionados con la logística. Felicitaciones también por mantener la calidad de la revista en todos estos años, publicando temas de interés y permitiendo a muchos avisadores dar a conocer sus servicios y productos. Espero que continúen mostrando tendencias y desarrollo en el ámbito de la logística con mucho éxito!!!

Germán González
Gerente Comercial
Varmontt

importante dentro de un Centro de Distribución”.

Las opiniones de los ejecutivos dejan entrever como las maquinarias (grúas) se involucran como un eslabón fundamental de la cadena operativa de la empresa, lo que hace primordial contar con los equipos adecuados; y para eso se deben contemplar todos los factores. “Dependiendo de cómo se quiere diseñar este flujo, es cuál es el equipo más idóneo, considerando el número de productos, sus características y las técnicas de picking; para que sea lo más eficiente para el cliente”, recalca Vera.

Un equipo de carga (grúa, montacargas, patín, conveyer, etc.) también conocido en la industria como MHE (por sus siglas en inglés Material Handling Equipment) tienen diferentes características físicas, como velocidad, espacio necesario para maniobras, capacidad de carga en peso, altura y tipo de energía utilizada (eléctricos, de gas o manuales). En la medida que se tengan las respuestas al mayor número de estas interrogantes, mejor preparado estará la empresa para tomar decisiones.

Bauza advierte que junto al factor operativo, el frente financiero también se ve involucrado en estas decisiones. “Un MHE, al afectar la productividad, deter-

mina el número del personal operativo que se requiere. Diferentes equipos realizan la misma tarea con diferente eficiencia, por lo tanto, existe un diferente costo; impactando los costos de almacenaje y/o distribución. Otro ejemplo son los m2 del almacén necesario para cada una de las áreas, ya que diferentes tipos de equipos requieren diferente tamaño de pasillos o pueden llegar a diferente altura”, detalla el ejecutivo de KPMG.

¿QUÉ QUIERES MOVER?

Un equipo para cada cosa. La diversidad de empresas del mercado de las maquinarias para bodegas presentes en Chile ofrecen un portafolio con distintas soluciones; cada una con características específicas y diseñadas para responder a las necesidades operacionales determinadas.

¿Están las empresas conscientes de cómo escoger la grúa que necesitan? De acuerdo a Carolina Vera, todo depende del nivel de aprendizaje que tengan las compañías y cómo se hayan ido desarrollando en el tiempo.

UN MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS ES, A JUICIO DE ARGENIS BAUZA, LA RAZÓN CENTRAL DE POR QUÉ ES IMPORTANTE CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS. ESPACIO NECESARIO PARA LAS ÁREAS DEL CD, ESPACIO DE SUS PASILLOS, ALTURA DE RACKS, M2 DEL ALMACÉN, NÚMERO DE PERSONAS NECESARIAS PARA OPERARLOS, ETC. SON PUNTOS QUE DEBEN ESTAR SOBRE LA MESA AL DECIDIR.

“En la medida que los negocios van creciendo se quiere, por ejemplo, almacenar a más altura y ahí se empieza a pensar en un equipo trilateral, entre otras soluciones. Todo depende de lo que se quiera mover, ya que hoy la oferta ofrece equipos para mover desde pallet completos hasta picking unitario. Conocer la operación es la clave”, enfatiza la ejecutiva de Miebach. Un mejor aprovechamiento de los Recursos es, a

juicio de Argenis Bauza, la razón central de por qué es importante conocer las características de los equipos. Espacio necesario para las áreas del CD, espacio de sus pasillos, altura de racks, m2 del almacén, número de personas necesarias para operarlos, etc. son puntos que deben estar sobre la mesa al decidir.

“Para armar estos escenarios es necesario un conocimiento amplio de las variantes que existen en cada tipo de equipo y de las capacidades que tienen. Además se debe tener muy claro desde el punto de vista del negocio cuál es el problema que va a resolver”, dijo el ejecutivo de KPMG.

Todas estas condiciones determinan el equipo para operar. Y para eso la correcta información que uno tenga de su propia operación; de entender cómo son las características de los pedidos que reciben y cómo diseñamos la preparación de pedidos son claves.

“Los clientes conocen los equipos más básicos y ahí la tarea de nosotros como consultores es mostrar las distintas alternativas a nivel de planificación. Cuando uno ya está en el proceso de

implementación se comienza a fijar en las descripciones de cada uno de los equipos con mayor precisión y ahí se van viendo las diferencias entre proveedor y proveedor”, señala Viera.

El llamado de los consultores es que las empresas aprovechen la instancia de las licitaciones para conocer en profundidad las características de las distintas opciones que ofrece el mercado



SOLUCIONES LOGÍSTICAS INTEGRALES A LA MEDIDA DE TU NEGOCIO



Operaciones InHouse
y en CD propios



Carga general,
climatizada y peligrosa



Relaciones de
largo plazo



Tecnología de
vanguardia



Estricto control
de inventarios



Excelente nivel
de servicio



#100

www.revistalogistec.com

CFL

Ya son muchos años los que Central Bodegas lleva junto a Revista Logistec, que fue uno de los primeros medios que le dio la oportunidad a la industria logística de exponer sus temáticas y crear una comunidad en torno al rubro. Hemos visto nuestros crecimientos, las innovaciones y los logros alcanzados, así como también nuestros aciertos y desaciertos, siempre siendo amigos estratégicos que apoyan sus gestiones mutuamente.

Jaime Silva G.
Gerente de Proyectos
Central Bodegas.

de grúas. Es en este proceso donde los equipos deben marcar la diferencia y asomar como la mejor alternativa operacional. De acuerdo a Argenis Bauza, el espacio disponible, combinado con las características del producto y la operación definen el tipo de equipo necesario. "Si se tiene poco espacio (m2), se deben buscar equipos que permitan ir hacia arriba, es decir utilizar mayor altura. Pueden ser equipos de pasillo estrecho o incluso grúas. Si la operación maneja volúmenes grandes y relativamente uniformes (por ejemplo tarimas completas mono-producto), y si además el costo de mano de obra es muy alto, se buscan almacenes automatizados", detalla el ejecutivo.

56

Entre otras situaciones que se presentan, el KPMG Operations Latam comenta, por ejemplo, que "si se tiene una operación con muchos pedidos diarios y con muchos ítems, en donde además se surten piezas pequeñas, se buscan equipos tipo a-frame o combinaciones de tecnología que reduzcan el trabajo de los surtidores, por ejemplo pick to light y conveyors o bandas. También se debe considerar el tipo de transporte. "Hay que considerar que la tendencia son las cargas traseras por medio de andenes, pero dependiendo de si se cargan tarimas o cajas, el equipo de carga variará", agrega Bauza. Ciertos



productos requieren aditamentos especiales para aumentar su productividad, como el caso del aditamento del double wide, clamp, push/pull, etc.

CONSECUENCIA DE UNA MALA DECISIÓN

Una mala implementación afecta operativa y financieramente. El más importante de los riesgos es la posible causa de incidentes, con un riesgo alto de resultar en un accidente o fatalidad. Adicionalmente puede tener efectos en el desempeño de la operación, resultado de re-trabajos, fallas o errores, provocando en algunos casos el paro de la operación. "El segundo frente, resultado de lo anterior, es lo económico, aumentando los costos de almacenaje, debido a un gasto de equipos que no cumplen con las actividades, disminuyendo la productividad o duplicando gastos en nuevos equipos", enfatiza el ejecutivo de KPMG. En la misma línea,

Carolina Vera añade que "cuando un cliente se equivoca en la elección del equipo se afecta la productividad y, en muchas ocasiones, también la seguridad, tanto del operario como de la operación".

La industria de equipos y maquinaria sacan constantemente innovaciones, las que poco a poco llegan a Chile, lo que permite entregar interesantes propuestas a los clientes.

Con todo, la importancia del equipamiento al interior de un Centro de Distribución se puede resumir en la siguiente frase: puedes tener la mejor infraestructura del mundo en tu cd, pero sin las grúas no podrás mover tus productos. Todo debe ir diseñado a la par de la operación, la infraestructura y el tipo de producto para asegurar una decisión correcta. **LGI**



**VERY NARROW AISLE TRUCK 1.5 TON
BT VECTOR A-SERIES**

ARRIMAQ

Sistema avanzado de elevación BT (ALS)
 Guía de cable / guía
 Freno de estacionamiento automático
 Sistema de cámara / monitor
 Mástil de vista despejada
 Asiento regulable
 Equipo eléctrico
 Capacidad de Carga 1500 kg.
 Centro de cargado 600 mm
 Distancia entre ejes 1655mm
 Movimiento de elevación 8190mm
 Tipo de control de la unidad Variable AC



**TRILATERAL HOMBRE ABAJO DE STILL:
GX-X / GX-Q**

DERCO

Modelo GX-QTE: Capacidad máxima de 1.250 kg, Altura de elevación 7600 mm, velocidad de circulación variable y tensión batería 48 > Modelo GX-Q TR: Capacidad máxima de 1.250 kg, Altura de elevación 7450 mm, velocidad de circulación variable y tensión batería 48 > Modelo GX-C TE: Capacidad máxima de 1350 kg, Altura de elevación 7600 mm, velocidad de circulación variable y tensión batería 48 > Modelo GX- X TR: Capacidad máxima de 1350 kg, Altura de elevación 7450 mm, velocidad de circulación variable y tensión batería 48.
 Amplio espacio para el conductor.
 Puesto de conducción amortiguado.
 Regulación proporcional del asiento y de la placa de los pies con ajuste eléctrico rápido.



**ETV/ETM 214/216,
CARRETILLA DE MÁSTIL RETRÁCTIL
ELECTRICA (1.400 / 1.600 KG)**

JUNGHEINRICH

Elevación (mástil estándar) 5000 - 10700 mm.
 Capacidad de carga / carga 1,40 - 1,60 t.
 Máximo rendimiento con un mínimo consumo energético.
 Manejo preciso durante la marcha y la elevación.
 Puesto de mando de gran amplitud.
 Sistemas de asistencia para una adaptación ajustada.
 Estructura que ahorra espacio, elevados datos de rendimiento, tecnología innovadora y condiciones de trabajo óptimas desde el punto de vista de la ergonomía.
 Más espacio gracias a los reducidos anchos de trabajo.
 Capacidades residuales de carga de 1.000 kg hasta más de 10 m de altura de elevación.



**Generación Ion Litio
3 Ruedas: E14, E16C, E16, E18 (1,4ton –
1,8ton). 4 Ruedas: E16P (1,6ton).**

LINDE

Mayor eficiencia de la batería: Menores pérdidas de energía y mayor densidad de energía con un 35% más energía disponible que el ácido plomo.
 Mayor vida útil de la batería: 2500 ciclos de carga completa garantizados con una capacidad residual de 80% y posibilidad de uso alternativo en su segunda vida (e. almacenamiento de energía solar).
 Posibilidad de carga rápida: Uso eficiente de las pausas en la operación y mayor disponibilidad de los equipos debido al menor tiempo de carga.
 Posibilidad de cargas de oportunidad: Cargas durante el tiempo del almuerzo y disponibilidad en múltiples turnos.
 Sin necesidad de cambios de batería: No más baterías de respaldo / sala de baterías y ahorros de costo y tiempo.

ARRIMAQ[®]

Todas las soluciones en un solo lugar

- ✓ Venta y Arriendo de Maquinarias
- ✓ Servicio Técnico y Repuestos
- ✓ Soluciones y Experiencia desde 1975

Nuestros Productos



Transpaletas



Apiladores



Grúas Reach



Order Picker



Trilaterales



Horquilla Eléctricas



Horquilla Combustión



Cargadores Laterales



Plataformas Elevación



Baterías y Cargadores

En ARRIMAQ contamos con la más amplia gama de productos de movimiento de carga, lo que nos permite entregar la mejor solución a sus requerimientos.



Carros de Arrastre



Semi Automáticos



Somos Representantes exclusivos de:



RAYMOND



www.ARRIMAQ.com
600 381 5000
marketing@arrimaq.com



¡4 MINUTOS! ESE FUE EL TIEMPO QUE TOMÓ A UNA BANDA COMPUESTA POR 4 ANTISOCIALES ROBAR ARTÍCULOS DE VESTUARIO, BELLEZA Y ELEMENTOS DE CAMPING EN UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN UBICADO EN LA COMUNA DE HUECHURABA. EN SÓLO 240 SEGUNDOS, LOS ANTISOCIALES SE HICIERON DE UN BOTÍN CERCANO A LOS 5 MILLONES DE PESOS. EL MÉTODO: ALUNIZAJE.

EQUIPAMIENTOS DE SEGURIDAD

ROBOS EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN... LA IMPORTANCIA DE ESTAR PREPARADOS

60

La misma técnica fue utilizada hace unos días en la ciudad de Concepción, donde una banda sustrajo cerca de 25 televisores y equipos de música desde la bodega de un conocido supermercado de la ciudad penquista.

En esa oportunidad, al menos 4 delincuentes estrellaron camionetas de alto tonelaje contra la reja perimetral del recinto y luego contra la cortina metálica de la bodega, logrando abrir un forado por donde ingresaron al lugar y sustrajeron las especies.

Lo propio sucedió en la misma región del Bío Bío, donde 8 antisociales estrellaron sendos vehículos contra la reja perimetral de un conocido Centro de Distribución dedicado al almacenamiento de repuestos automotrices.

En la oportunidad, el vigilante del recinto adivinó las intenciones de los asaltantes, logrando activar el botón de pánico y alertar a Carabineros. Finalmente, el robo se frustró, no obstante el vigilante sufrió lesiones de diversa consideración debido a la golpiza que le propinaron los delincuentes durante el ataque.

Estas y otras historias se relatan en los medios de comunicación del país, dejando en evidencia la violencia e impunidad con la que operan las bandas criminales dedicadas al robo de especies en recintos de almacenamiento logístico. Otras historias, menos comentadas ya que ha afectado a recintos de mayor envergadura, sobre todo del sector retail, no alcanzan a ser parte de la entrega noticiosa. Después de todo nadie quiere salir en la crónica policial, aunque lo cierto es que muchos de esos eventos son por todos conocidos.

ENFRENTADOS AL FLAGELO

El alto impacto que los robos y hurtos tienen a nivel operativo y económico para las empresas no es menor y esconde diferentes ramificaciones que, en palabras de Sebastián Valenzuela, Gerente Legal de Alto, compañía experta en asesorías de seguridad, "deben enfrentarse en consecuencia. Es decir, la empresa debe dar señales inequívocas de que este tipo de situaciones no serán toleradas y que tendrán algún efecto".

Consultado acerca del fenómeno delictivo que afecta a la industria del almacenamiento logístico y al comercio en general, el ejecutivo de Alto, sostuvo que estos hechos "marcan profundamente a las organizaciones. Ya sea que se trate de un hurto o un robo con violencia o intimidación, el efecto del delito es un factor que debe ser analizado, ya sea para prevenirlo como para enfrentarlo".

Igual opinión manifestó, Pedro Valdivia, Asesor de Seguridad Empresarial y Privada de destacada trayectoria nacional; agregando que en la lucha contra este tipo de eventos es importante el compromiso de la organización respecto a la implementación de tecnologías y protocolos que aporten a la seguridad. "La tecnología de hoy nos permite acceder a diversos elementos para minimizar los riesgos y optimizar los sistemas de prevención. En la medida que su incorporación obedezca a una política de Prevención y no a una Reacción, el efecto será positivo. Todo ello permitirá finalmente establecer un Plan de Seguridad eficiente que minimice los riesgos que puedan afectar a la empresa".

EL CD EN PELIGRO

Considerando que Alto realiza asesorías de seguridad a empresas dedicadas al almacenamiento logístico en las comunas de San Bernardo, Pudahuel y Cerrillos, las cifras derivadas de esa acción resultan

#100
www.revistalogistec.com



EMOTRANS

Apreciado equipo de Logistec reciban en su celebración de las 100 ediciones mis más sinceras felicitaciones por su gran aporte, no solo periodístico sino también organizacional a la industria de la logística. Desde que conozco la revista he notado el profesionalismo y pasión que invierten en cada edición así como también en las realizaciones de las ferias, organizadas por sus profesionales de altísimo nivel. Como EMO-TRANS Chile nos sentimos orgullosos de publicar nuestros logros y novedades.

Manuel Espina Ortiz
Gerente General
EMO-TRANS Chile S.A.

interesantes, sobre todo en lo referido a los tipos de delitos que ocurren tras las puertas de los Centros de Distribución y Bodegas del país. En esta lógica, Valenzuela comentó que son dos los fenómenos delictivos que acontecen en el sector: El hurto interno y externo y el Robo con



PLANIFICA Y CONTROLA LAS ENTREGAS DE TU NEGOCIO

 PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA DESDE 2010

 CASOS DE ÉXITO EN TODO TIPO DE INDUSTRIAS



Optimización de rutas



Seguimiento de agentes en terreno



Control y certificación de entregas



Planificación de zona de ventas

sus distintas agravantes. “Desde 2014 tenemos registrados cerca de 200 incidentes que afectaron a CD’s de las zonas sur y sur poniente de la Región Metropolitana. A partir de esta cifra, tenemos que un 28% corresponde a hurtos internos, mientras que un 20% corresponde a robos con violencia o intimidación y un 8% a robo en lugar no habitado”, explicó el Ejecutivo de Alto. Según Valenzuela, las pérdidas informadas por las víctimas de la industria en ambas categorías corresponden a un valor total de \$2.402 millones, en costos directos, producto de instalaciones destruidas, mermas o robo de especies. “Los montos promedio del hurto interno alcanzan los \$1.900 millones. Este tipo de casos no se detectan inmediatamente, ya que son perpetrados –principalmente– por personal interno que tiene directo acceso a las mercaderías e incluso a productos de alto valor”.

¿Cómo es que se detectan estos casos?, a través de auditorías internas o procesos de levantamiento de inventarios. ¿Cómo reaccionar? “desde el punto de vista penal y laboral”, advierte Valenzuela.

“En estos casos es importante considerar que muchas veces las empresas sólo desvinculan al trabajador, sin levantar ningún tipo de cargo penal por no contar con los medios de prueba suficientes. No obstante, esto no es lo recomendable. Debe haber una coherencia entre los actos. Si se cree que el trabajador faltó a la probidad la empresa debe interponer una querrela y para ello debe contar con tecnologías y procesos para obtener medios de prueba”, aseguró Valenzuela.

Siempre en torno al hurto interno, el Ejecutivo de Alto agregó que “Una de las recomendaciones más fuertes para controlar el hurto interno es generar ambientes de control. Esto pasa por una serie de factores entre las que destacan el que el ambiente de control sea percibido por la propia organización, que

la gente esté al tanto de que incurrir en malas prácticas tiene consecuencias, ya que la empresa no tendrá tolerancia frente a esos hechos. Es importante comunicar que No existe una cultura de tolerancia en la organización”.

En cuanto al segundo fenómeno: El Robo, Valenzuela sostuvo que “de los estos 200 incidentes que manejamos los robos con violencia o intimidación constituyen un 20%. Con un valor promedio de afectación que alcanza los \$34 millones por cada episodio. El otro 8 % corresponde a la categoría de Robo en Lugar No Habitado, con un monto promedio de \$14 millones por evento”.

En el caso de los Robos con violencia o intimidación destaca el procedimiento de ‘Alunizaje’, técnica que consiste en esperar a que el comercio o recinto esté cerrado y vacío. En ese momento se utiliza un automóvil, que se lanza directamente contra los accesos o escaparate (contra la luna de cristal, y de ahí el nombre de alunizaje). Una vez destrozada la entrada, los delincuentes roban todo lo que pueden en tiempo record antes de que llegue la autoridad policiaca. Dado que el automóvil utilizado en el ataque suele ser robado, el delincuente comete en ese caso dos delitos: el robo del comercio y el del automóvil”.

“Este tipo de casos es el más visto frente a la opinión pública”, indicó Pedro Valdivia, esto considerando la destrucción y la sensación de vulnerabilidad que se genera en la organización. En torno a los casos de Robo, Valenzuela comentó que “en su mayoría estos eventos ocurren de noche, ya que a las bandas no les interesa ser detectadas mientras cometen el delito. Otro dato interesante que hemos recopilado indica que en cerca del 50% de los casos el robo se lleva a cabo con datos internos. Según nuestra experiencia, estas bandas ingresan directamente hasta el botín; manejan información acerca de qué lugares se encuentra y cómo lle-

gar directamente a ellas, datos que sólo pueden conocer si tienen información operativa de primera mano”.

¿Qué tipo de botín es el más apreciado? “Normalmente se trata de productos de tecnología, siendo los Smartphones los que ostentan una tendencia de robo más marcada en 2016 y en lo que va de 2017”, adujo Valenzuela.

¿CÓMO SE ENFRENTA EL ROBO?

Para los expertos entrevistados, los robos o hurtos no sólo se generan por la maestría del ladrón o la falla de los dispositivos de seguridad. De hecho, hoy en día la mayoría de los CD y Bodegas del país cuentan con CCTV y otros dispositivos perimetrales (rejas electrificadas, sensores, luces, alarmas, rondas de seguridad nocturnas, etc.) para prevenir o detectar este tipo de eventos. No obstante, si las cámaras no enfocan a los lugares de conflicto o los encargados de monitorear estas cámaras no hacen su trabajo, la tecnología se vuelve insuficiente.

En esta línea, Valenzuela expresó que “más allá de los fierros o los dispositivos que se tengan es primordial contar con un proceso que se cumpla, que se fiscalice, que la gente esté capacitada con los controles porque no basta con tener un sistema de alarmas si nadie la está monitoreando”.

Siempre en torno al empleo de tecnologías, categoría obligada para la industria del almacenamiento logístico, Valdivia sostuvo que “ante la inversión deben considerarse siempre dos variables básicas: La elaboración previa de un Diagnóstico de Seguridad y posteriormente la Implementación Técnica ya que si solo se recurre a esta última, o esta misma se hace primero, la inversión será un gasto más que una inversión”. **LGI**



PARQUE EMPRESARIAL

UN PROYECTO VALLE GRANDE

imagen referencial

TERRENOS URBANIZADOS PARA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, LOGÍSTICA Y BODEGAJE.

TERRENOS INDUSTRIALES

Urbanizados, para centros de distribución, logística y bodegaje.

EXCELENTE CONECTIVIDAD

Terrenos conectados a las principales autopistas urbanas.

VALLE GRANDE, CIUDAD PLANIFICADA

Megaproyecto urbano, ubicado en el sector norte de la ciudad de Santiago.

APOYO DEL EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO VALLE GRANDE

Nuestro equipo apoya y orienta respecto del mercado en el sector, y busca adecuar las expectativas y necesidades del cliente con las de Valle Grande.

DÓNDE ESTAMOS



Administración y Venta de Macrolotes: Av. General San Martín N°850, esquina Av. La Montaña, Valle Grande, Lampa
Fono: +56 2 28621000 - email: contacto@vallegrande.cl

www.vallegrande.cl · www.parqueempresarial.cl





LOS COMPRADORES DE HOY HAN EVOLUCIONADO SUS EXPECTATIVAS Y SU USO DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS, LO CUAL HA CAUSADO QUE LA INDUSTRIA GLOBAL DEL COMERCIO MINORISTA TAMBIÉN SE ENCUENTRE EN MEDIO DE UN PROFUNDO CAMBIO DE MÉTODOS OPERATIVOS. PARA OBTENER UN CONOCIMIENTO MÁS PROFUNDA DEL ENFOQUE DE LOS MINORISTAS, SUS PREOCUPACIONES Y SUS PLANES DE INVERSIÓN, ZEBRA PROPORCIONA UN ESTUDIO GLOBAL EN MUCHOS SEGMENTOS DEL COMERCIO MINORISTA.

ESTUDIO LA INDUSTRIA DE COMERCIO MINORISTA 2017

64

MIRANDO AL FUTURO

En las cadenas minoristas a través del mundo, los productos inteligentes como termostatos controlados por teléfonos y zapatos que hacen seguimiento de su kilometraje y ajustan su forma de pisar mientras que corre, están llegando a los estantes de las tiendas desde París a Colombia.

Es parte de un cambio más grande. Así cómo el Internet de las Cosas (IoT), la red cada vez más grande de objetos físicos habilitados para web, está añadiendo una nueva dimensión a los productos de consumo y redefiniendo

cómo los minoristas llevan la mercancía al mercado. El estudio revela que los minoristas están invirtiendo en tecnologías de IoT, desde balizas que les ofrecen a los compradores cupones personalizados, a señales de identificación de radiofrecuencia que le hacen seguimiento al inventario. Esto con el objetivo de simplificar, animar y personalizar la experiencia de compra, generar ingresos y reducir los costos.

El cambio a las tecnologías de IoT es imprescindible para mantenerse al día con los hábitos y las expectativas de los consumidores, que son influenciados por la continua revolución de la tecnología.

La interrupción digital, las compras en línea y los teléfonos inteligentes han resultado en un comprador cada vez más conectado que tienen un centro de comercio global al alcance de su mano.

Los minoristas, se den cuenta o no, están ahora en gran parte atendiendo las necesidades de los Millennials, quienes han superado a los Baby Boomers como el grupo comercial más grande del mundo y que significaran el 75% de la fuerza laboral mundial en el año 2025 (Edelman).

Esta es la conclusión clave: este grupo que nace entre 1980 y 1995 marca la

primera generación de nativos digitales, para quienes la tecnología es algo completamente natural. Cuando se trata de la Internet de las Cosas, los comercios están prestando atención. Casi el 70% de los que toman las decisiones para el comercio minorista están listos para hacer los cambios necesarios para adoptar IoT. De hecho, el 21% de los encuestados han implementado IoT y otro 27% planea implementar durante el próximo año.

INTEGRANDO LA EXPERIENCIA FÍSICA CON LA DIGITAL

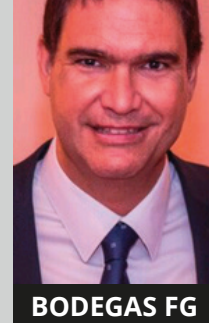
Mientras que el comercio en línea y móvil han transformado la experiencia de compra, el 91% de las ventas todavía surgen en las tiendas (U.S. Census Bureau). Por lo tanto, los comerciantes están invirtiendo en mejorar la experiencia general del cliente, a través de la digitalización, integrando la experiencia física con la digital.

La tecnología está jugando un papel más importante en las tareas cotidianas dentro de la tienda. Esto viene en un momento crítico cuando la cantidad de consumidores en la tienda se ha reducido ya que pueden comprar casi todo en línea.

Los minoristas tienen la misión de agilizar la experiencia de compras y resolver puntos problemáticos para los asociados en tienda, como el rastreo de inventario. A tal efecto, los minoristas encuestados están dándole prioridad a la implementación de soluciones IoT en la tienda que incluyen sensores en estantes, verificación de inventario automatizada, y analítica por cámaras y video.

Las tiendas están apostando a favor de estos cambios que integran la experiencia física con la digital, para adquirir una imagen en tiempo real sobre el verdadero inventario en la tienda, este en un estante o en el sito de almacenaje.

#100
www.revistalogistec.com



BODEGAS FG

"En mis 19 años vinculado a la industria logística he visto su desarrollo y los cambios en los actores involucrados en ella. Sin embargo, una constante que siempre ha estado generando contenidos, actividades y conocimiento para la misma, con un espíritu innovador y emprendedor, ha sido el equipo de Revista Logistec, liderado por Paula y Fernando. Los felicito por todo el aporte que han proporcionado a nuestra industria y les deseo muchos éxitos más en el futuro."

Adrián del Río
Gerente Comercial
Bodegas FG

Los minoristas están recurriendo al IoT para personalizar la experiencia de compra. El estudio indica que 75% de las tiendas no sólo sabrán cuando cada cliente está en la tienda, sino también le podrán personalizar la experiencia durante su visita para 2021.

DANCO

BODEGAS DE ESTÁNDAR INTERNACIONAL

32,6 mts libres de pilares

Altura hombro 11 mts

Nuevo centro de distribución para arriendo y proyectos dedicados al interior de Parque Capital.

Fecha entrega próxima etapa:
Agosto 2017.



www.danco.cl / almacenaje@danco.cl / 2 2739 1027





#100

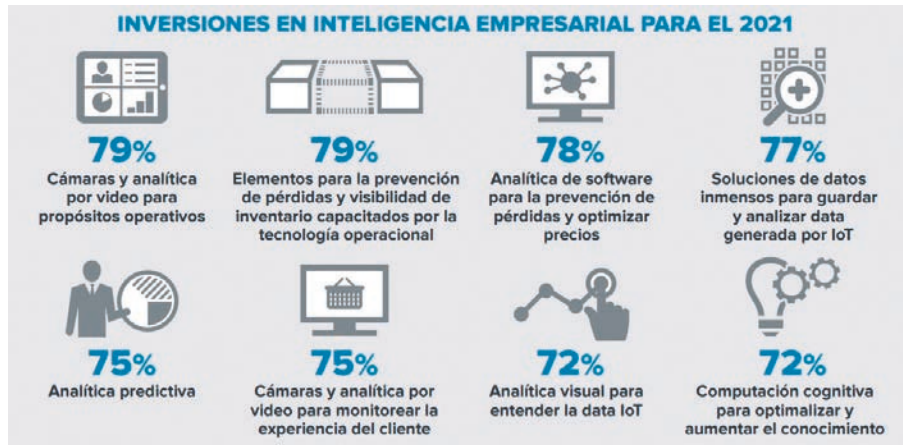
www.revistalogistec.com

TOYOTA

Mis más sinceras felicitaciones por su edición 100, que refleja la pasión y el empuje que han realizado durante todos estos años. Escribiendo estas líneas llegaron recuerdos de los inicios de LOGISTEC, cuando conocí a un entusiasta marketero (Fernando) y una agresiva comercial (Paula), quienes estaban en los inicios de este proyecto único en su momento y nosotros, ávidos de una plataforma para dar a conocer nuestros productos y servicios.

Francisco Borie Oroz
Regional Manager
TOYOTA

Entre las prioridades se encuentran saber cuándo los clientes están en la tienda, entender que parte de la tienda recurren y cómo personalizarles la experiencia durante su visita. Para convertir esta meta en realidad, los comerciantes están invirtiendo en mejores tecnologías de localización para enamorar a los clientes en el momento preciso. Los comerciantes que



participaron en la encuesta identificaron las plataformas de localización como tecnología clave donde invertir su presupuesto, particularmente sensores que rastrean lo que hace el consumidor en la tienda y balizas que envían ofertas personalizadas mientras que ellos recorren la tienda.

Las tiendas han estado probando utilizar balizas para comunicarse con compradores por medio de sus teléfonos inteligentes durante sus visitas a la tienda. Estos

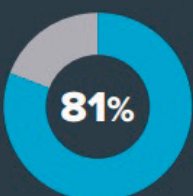
sensores están integrados a lo largo de los elementos táctiles digitales de una tienda como los estantes, los carteles y exhibiciones de productos, y pueden interactuar con los dispositivos móviles utilizando señales de Bluetooth de bajo consumo. Estos son diseñados para enviarles ofertas relevantes a los compradores dentro de la tienda. Están utilizando más plataformas de microlocalización para capturar más datos, mejorar la precisión y el conocimiento sobre sus clientes, identificar cuáles pasillos y productos prefieren los clientes, y analizar lo que hacen los consumidores en la tienda para ver si resultan o no en una venta.

El objetivo es generar información concreta sobre los hábitos y patrones de compras y así determinar una estrategia de negocios. Los comerciantes pueden utilizar estos datos para hacer mejores decisiones asociadas con su mercadeo y disponibilidad de mercancía.

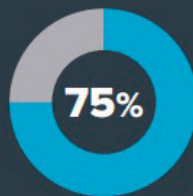
ADAPTÁNDOSE A UN MEDIOAMBIENTE DE COMPRAS CON MÚLTIPLES CANALES

El camino a la compra se está convirtiendo en algo muy complejo por causa del crecimiento de opciones de compras móviles y vía web. Esto resulta en que un elemento clave como la precisión del inventario sea aún más importante, ya que existe un gran volumen de mercancía navegando

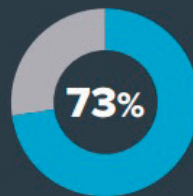
LA TECNOLOGÍA EN QUE LOS COMERCIANTES PLANEAN INVERTIR: 2021



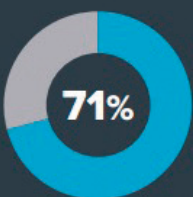
81%
Sensores de seguridad



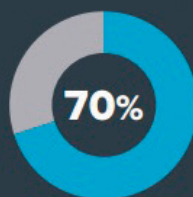
75%
Sensores para monitorear la condición del inventario (Por ejemplo: temperatura)



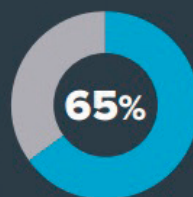
73%
Monitoreo del dispositivo IoT y red



71%
Sensores para monitorear en donde se encuentran los compradores



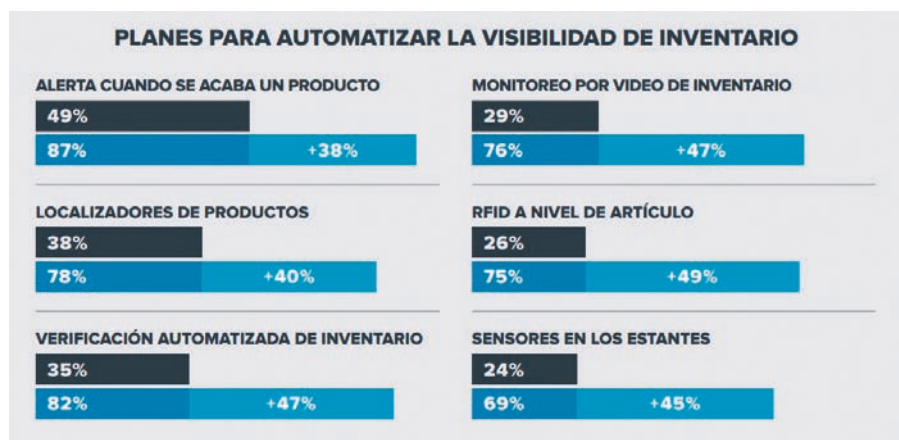
70%
Balizas para mercadeo impulsado por la localización



65%
Automatización y smart sensing para el manejo de inventario y cumplimiento

por la cadena de suministro. Los minoristas están adoptando soluciones tecnológicas para aumentar la visibilidad de la mercancía, a través de la cadena de suministro, desde el momento que se envía el inventario desde el almacén y es recibido en la tienda, hasta cuando es puesto en los estantes de ventas.

vías públicas pueden recoger sus comestibles en las estaciones de tren. No todos estos modelos se convertirán en algo normal, pero algo sí es cierto: el modelo de comprar en línea y recoger en la tienda definitivamente se queda. Normalmente, los minoristas fortalecen su fuerza laboral durante Navidad. Pero en el 2016, la gran



2016 2021

Según los minoristas encuestados, las principales causas de insatisfacción de los clientes hoy en día son cuando la mercancía no está disponible en la tienda o cuando se encuentra a mejor precio en otra tienda. Esto no nos toma como sorpresa, ya que los compradores actuales tienen el gran poder de visitar las páginas web de prácticamente cualquier tienda con sus teléfonos inteligentes para buscar productos y comparar precios. Incluso ocho de 10 consumidores los utilizan para asistencia de compras durante su visita a las tiendas (Deloitte).

historia fue que la mayoría de las contrataciones fueron para satisfacer las órdenes que los compradores hicieron en línea y recogieron en la tienda.

MINORISTAS LISTAN LOS ELEMENTOS QUE IMPACTAN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- 1 Mercancía no disponible (estantes vacíos, tamaños equivocados)
- 2 El mismo producto disponible a mejor precio en otra tienda
- 3 No encontrar el producto que buscan

CAMBIANDO A UN MODELO QUE PERMITE COMPRAR EN LÍNEA Y RECOGER EN LA TIENDA

Hacer compras digitalmente ha resultado en nuevos patrones de compras, lo cual es ilustrado por la creciente práctica de comprar en línea y recoger o hacer una devolución en la tienda. Ahora se puede recoger desde el automóvil y, en algunas ciudades, personas que utilizan los tran-

Como los compradores se han acostumbrado a la conveniencia de tenerlo todo a su alcance vía internet, los minoristas ahora tienen que ofrecerles la experiencia que esperan en múltiples canales de compras. Los encuestados nombraron la integración de e-commerce con la experiencia en tienda, el cumplimiento y la entrega de pedidos hechos en línea y en la tienda como objetivos estratégicos. Para ese fin, están migrando desde procesos individua-

#100
www.revistalogistec.com



SAAM

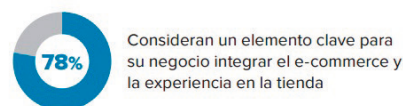
En los 17 años de la revista Logistec, quisiera saludar muy especialmente a un espacio que fue pionero en la Logística Nacional, donde la información era escasa y la especialización muy baja. Logistec nos permitió conocer casos de estudio, reportajes y columnas técnicas que permitieron analizar experiencias y conceptos para entender mejor las distintas soluciones logísticas y la posibilidad de adaptarlas y aplicarlas en nuestros propios negocios. Logistec se ha convertido en el referente de la Logística Nacional.

Ignacio Espinoza
Business Manager
SAAM S.A.

les en la cadena de suministro a modelos de comercio unificados con visibilidad total de los trabajadores, representantes en la tienda, los compradores y la mercancía. Adicionalmente a los almacenes, ahora las tiendas también hacen el papel de centros de distribución.

Los comerciantes encuestados están invirtiendo muchísimo en rediseñar sus cadenas de suministro para enfocarse en

CÓMO LOS MINORISTAS ESTÁN CREANDO UNA ÁGIL EXPERIENCIA DE COMPRAS PARA SUS CLIENTES



Conectan las actividades de los compradores en línea con lo que hacen en la tienda



el rastreo de todo inventario que está en venta, lo cual es el corazón de cualquier operación de comercio minorista. Un ejemplo es que están dirigiendo presupuesto contra actualizaciones digitales de IoT que capacitan la visibilidad en tiempo real y la automatización, como RFID. De hecho, más de 70% de los comerciantes que participaron planean implementar o ya están usando etiquetas RFID en cada artículo.



#100

www.revistalogistec.com

MECALUX

Estimados amigos de Revista Logistec, que agradable resulta poder saludarlos en este momento tan especial. Ya son 100 ediciones acompañando a los profesionales y empresas del mundo logístico. Vuestro profesionalismo, entusiasmo y dedicación en cada una de las actividades que emprenden dan muestra del gran equipo humano que han construido en el tiempo. Siento mucha alegría en haber podido verlos crecer y transformarse en un medio de comunicación de mucha reputación dentro de la industria.

Germán Flores Miranda
Gerente General
Mecalux.

Después de haber sido implementado en una forma inconsistente en años anteriores, ahora ha llegado el momento de RFID. Las plataformas de RFID no solo han bajado en costo, también han sido estandarizadas globalmente, siendo adoptadas en el comercio minorista más rápidamente. Pero su mayor impulso es su alto retorno de inversión. Como industria, la precisión del inventario minorista se sitúa en alrededor de 65%, según estudios. En contraste, las plataformas RFID puede aumentar la precisión del inventario al 95%, mientras que pueden reducir los productos fuera de stock un 60% a un 80% con el etiquetado a nivel de artículo RFID.

Otro beneficio es la reducción de los costos asociados con mantener inventario. Por ejemplo, las tiendas de ropa y calzado han reportado una reducción de más de 75% en sus costos laborales al cambiar de procesos manuales para contar los artículos a procesos automatizados con RFID. Adicionalmente, el uso de RFID en cada artículo ha generado un aumento del número de productos vendidos en cada transacción hasta 19%, y un aumento en el volumen de transacciones hasta 6%.

UNA PERSPECTIVA GLOBAL

Los comerciantes alrededor del mundo están invirtiendo en tecnologías IoT para re-

definir sus operaciones y la experiencia del cliente. Ellos están rediseñando sus cadenas de suministro para que incluya nuevos avances que permiten la automatización y la visibilidad en tiempo real sobre el inventario utilizando soluciones como RFID, cual incrementa la precisión a un nivel tan alto como el 95%. Sus enfoques y procesos en las iniciativas de tecnología varían dependiendo en la región.

■ **NORTE AMÉRICA** En Norte América, más comerciantes están invirtiendo en la tecnología IoT como la verificación automatizada de inventario y sensores en los estantes, que en cualquier otra parte del mundo. 79% Planean invertir en verificaciones automatizadas de inventario

■ **LATINOAMÉRICA** En comparación con el resto del mundo, menos comerciantes en Latinoamérica pueden personalizar las tiendas hoy, pero la región está enfocándose en tecnología para personalizar y mejorar la experiencia de los clientes dentro de las tiendas. 85% Planean utilizar la tecnología para personalizar la experiencia del cliente en cada visita

■ **EUROPA** Los comerciantes en Europa están invirtiendo en tecnología de localización. Hoy día, 36% saben cuándo ciertos compradores se encuentran en la tienda, y se espera que esa figura crezca exponencialmente durante los próximos cinco años. 75% Pronto sabrán exactamente en qué sitio de la tienda se encuentra cada cliente

■ **ASIA PACÍFICO** Más que el resto de los comerciantes encuestados de otras regiones, este grupo considera que las ventas se trasladarán de las tiendas al internet en el futuro. 79% Planean apoyar la habilidad de comprar en línea y recoger en una tienda.

REDEFINIENDO EL COMERCIO MINORISTA

Los comerciantes invierten en IoT, una red creciente de objetos físicos con conectividad web, para sobrevivir y prosperar en la era del comercio digital. Lo hacen para satisfacer las nuevas demandas de los consumidores de hoy, quienes son más habilitados, tienen más opciones y ad-

quieran transparencia de precios en línea. Estos incluyen a los Millennials, los nativos digitales que son ahora el grupo de compradores más grandes del mundo.

LAS INVERSIONES EN TECNOLOGÍA PARA 2021: FORTALECIENDO A LOS TRABAJADORES



87% Dispositivos móviles para punto de ventas permiten escanear y aceptar pagos con tarjetas de crédito en cualquier sitio de la tienda



86% Computadoras móviles con escáneres para leer códigos de barras y determinar precios y disponibilidad de productos



85% Tabletas para interactuar con los compradores y proveer información detallada sobre productos



78% Kioscos y terminales de información para escanear precios y ofrecer información sobre disponibilidad

Los comerciantes están recurriendo a la tecnología de IoT para simplificar y mejorar la experiencia en la tienda, reducir los costos operativos y para engendrar nuevas fuentes de ingresos. A tal efecto, están automatizando los procesos manuales, como la implementación de sensores en los estantes para reducir el inventario fuera de stock, lo cual es una fuente de frustración para los compradores. Los minoristas también están aprovechando las soluciones de data del IoT para conocer más a fondo a sus clientes y enamorarlos con atención personalizada.

Es necesario ajustar las plataformas operativas actuales para poder manejar la gran cantidad de productos que viajan a través de la cadena de suministro comercial, tanto por la tienda como en línea. Hoy día, hay que servir las demandas de compradores en múltiples canales y la creciente atracción de comprar en línea y recoger en la tienda. **LGI**



Almacenamiento Seguro y Confiable de Sustancias Peligrosas



Nuestras modernas instalaciones están diseñadas con los más altos estándares de seguridad para cumplir íntegramente la normativa legal vigente **DS 43-2016**, aplicable al manejo y almacenamiento de sustancias peligrosas.

Un servicio ágil, integral, eficiente, flexible y personalizado con lo que su empresa requiera.



Clase 2.1 Gases inflamables	Clase 2.2 Gases no inflamables, no tóxicos	Clase 2.3 Gases tóxicos	Clases 3 Líquidos inflamables	Clases 4.1, 4.2 Sustancias sólidas inflamables	Clases 6 Sustancias tóxicas	Clases 8 Sustancias corrosivas	Clases 9 Sustancias peligrosas varias	



www.imolog.cl | info@imolog.cl



+56 2 2587 2809



Centro de Almacenamiento
Camino a Noviciado Ruta G-18 km 14,5
Lampa - Santiago.

EXPOR TACIONES

SALMÓN, DESDE EL SUR DE CHILE
A LAS MESAS DEL MUNDO

70

El Salmón se ha transformado en una de las cartas de presentación más prestigiosa de Chile al mundo, teniendo en cuenta que cerca del 98% de la producción es exportado y sólo el restante 2% se consume localmente. Las características del producto hacen interesante conocer más sobre su producción y su logística; la cual está marcada por distintos procesos y por la rapidez en su operación.

Si bien es una industria relativamente nueva- en comparación, por ejemplo, a la minería o la agricultura- las salmoneras han evidenciado un desarrollo explosivo que no ha estado exento de dificultades, pero también de muchos logros.

La modalidad de este negocio lo hace en ocasiones vulnerable a los embates de la naturaleza que en el último tiempo lo ha azotado con fuerza. Ejemplo, de lo anterior fue lo sucedido con las algas nocivas que golpeó a la industria durante el año 2016 que trajo consigo negativas consecuencias, dado que una gran cantidad de ejemplares en periodo de engorda en agua de mar no resistieron, generando un efecto considerable desde punto de vista económico para las empresas afectadas.

Según el informe de IndexSalmón, las exportaciones nacionales de salmón perdieron un 2,6% de participación en el mercado estadounidense con la crisis. A pesar de estas cifras, los envíos siguen liderando la participación en dicho mercado, con el 46,5% de market share, mientras Canadá posee un 26% y Noruega un 15,7.

Dichos números muestran la importancia de esta industria chilena, convirtiéndose en uno de los sectores con una importante presencia en los mercados mundiales y un embajador na-

cional por excelencia. Ante esta realidad, y considerando la delicadeza del producto, la logística salmonera tiene características únicas, cuyo eje del proceso está en mantener la calidad y frescura del producto y responder a las diversas demandas de los exigentes mercados en los que participa.

Para conocer el rol de la logística en este mercado, Logistec se reunió con el Presidente de Salmón Chile, asociación que agrupa a las empresas productoras, exportadoras y proveedoras de Salmón, Felipe Sandoval. En la oportunidad, el ejecutivo reconoció que la logística es un pilar fundamental y que está presente en toda la cadena del Salmón, desde su cultivo hasta llegar al plato de un exigente consumidor en el mundo.

UNA INDUSTRIA CON SELLO EXPORTADOR

Las características del Salmón son indiscutibles. La versatilidad, el factor nutricional y la calidad de este producto, lo han posicionado como un producto estrella de las exportaciones chilenas, reconocido y apreciado en el mundo entero.

Desde el 2012, la marca sectorial "Salmón de Chile", impulsada por la entidad SalmonChile ha llevado una intensa campaña para promocionar este producto chileno en el mundo; acción que no cabe duda ha tenido efectos y que hoy posiciona al Salmón como una de las principales cartas de presentación del país.

Sin embargo, la importancia de esta industria no sólo está a nivel de exportación, sino también en el aporte que realiza a las economías locales. "El Salmón hoy genera cerca de 70 mil empleos en total, 35 mil de ellos directo", comentó Sandoval.

Pero las cifras que demuestran su poderío como industria no paran. El salmón, con sus diferentes tipos (Salmón del Atlántico, Salmón Coho y Trucha Salmonera) configuran el 6% de las exportaciones del país, el 84% de las exportaciones de productos del mar y constituyen el 36% de las exportaciones

de alimentos. "Somos la primera actividad de la zona sur-austral y la tercera industria exportadora del país, después de la minería y la fruta. Actualmente, el 98% de la producción se exporta y sólo el 2% es de consumo nacional, lo que confirma el carácter exportador de esta industria", recalzó el ejecutivo.

La industria salmonera chilena produce el 36% del salmón que se consume en el mundo, lo que se traduce en 10 millones de porciones diarias. "Chile es el segundo exportador del mundo, luego de Noruega y llegamos a 75 mercados. Somos un embajador del país en el mundo", enfatizó el presidente de SalmonChile.

No obstante, el 2016 fue un año de dulce y agras para el sector salmonero. En términos comerciales fue definido como un año positivo con cerca de 3.800 millones de dólares en exportación y alrededor de 700 mil toneladas de cosecha. Sin embargo, en lo operativo, la industria se vio fuertemente azotada por los efectos de las algas, la marea roja y movimientos sociales que obligaron ejecutar planes para contrarrestar los efectos y disminuir el impacto.

¡EN 48 HORAS EN TU PLATO!

Estados Unidos, Japón, Brasil y Rusia figuran, en ese orden de importancia, como los mercados con mayor relevancia,



MIEBACH

#100

www.revistalogistec.com

Muchas felicitaciones al equipo Logistec por llegar al número 100 !! Ha sido un placer compartir con ustedes 12 años de lectura y publicaciones; sacando la cuenta hemos colaborado desde el número 28 y aún guardo algunos números emblemáticos. Los hemos visto crecer, evolucionar y estar siempre presente en los escritorios logísticos. Pero junto con celebrar las ediciones, no debemos olvidar al equipo detrás de esto, quien constantemente nos han apoyado y asistido a nuestros eventos.

Carolina Vera
Directora Senior
Miebach Consulting.

dentro los 75 países a los que las empresas chilenas exportan Salmón. Este abanico de mercados obliga a la industria salmoneera a adquirir un nivel de expertise y calidad único, dado las exigencias de estos países.

Por lo anterior, el sector se ha especializado y para eso el trabajo mancomunado con proveedores de servicios capacitados y con la conciencia del valor que tiene lo que hacen -dentro de una operación marcada por una decena de etapas desde la producción, cosecha y finalmente la exportación- es fundamental.

72

"La nuestra es una industria que tiene aproximadamente 35 años de funcionamiento. A pesar de no ser tan longeva como otras, tenemos un nivel de especialización alto y los proveedores de servicios van también en esa línea para responder a las necesidades de nuestra industria y de nuestros clientes", dijo Felipe Sandoval.

Lo estratégico y cuidadoso con cada uno de los procesos que componen esta operación hace necesario contar con proveedo-

res altamente capacitados. Sin embargo, según Sandoval, el principal problema es que "muchos no tienen conciencia de la totalidad del proceso, deben entender que son parte importante de algo que finalmente se pone sobre la mesa y eso nos obliga a trabajar con los más altos estándares de calidad e inocuidad", donde la cadena de frío cobra un rol preponderante.

A lo anterior, se suma el rol que hoy cumplen aspectos operativos como las etiquetas, especificaciones del productos y el tipo de productos que también son determinados por cada mercado; "todos requieren algo distinto y eso es muchas veces lo más complicado de resolver; pero es ahí donde la industria de proveedores es determinante para ayudar a agilizar cada uno de estos procesos".

Otro aspecto determinante es mantener la calidad del producto, en especial, su frescura, lo que ha obligado a la industria a optimizar sus procesos al máximo. Llegando a la destacada cifra de "48 horas desde la producción del salmón a una mesa en Estados Unidos". ¿Cómo cumplir con este compromiso de entrega? En esta línea, el transporte aéreo se ha transformado en el mejor aliado de la industria.

Dependiendo el país de destino se escoge el medio de transporte adecuado. A Estados Unidos el transporte aéreo es fundamental para cumplir con la promesa de compra de las 48 horas en el lugar de destino. En tanto, el mercados brasileño es abastecido mediante el transporte terrestre convirtiéndose en el segundo destino de importancia, por sobre Japón. A este respecto, Sandoval reconoce que "Brasil ha tenido un crecimiento muy interesante en el último tiempo, donde gran parte de los productos llegan vía terrestre. Una de las razones de este boom en el consumo del salmón es "el crecimiento de la clase media emergente y la importante colonia asiática presente en el gigante carioca", comentó Sandoval.

EL ROL DE LOS PROVEEDORES LOGÍSTICOS

Lograr que las cosas lleguen al lugar de destino de la mejor forma y en el tiempo adecuado es una de las premisas de la operación logística. En esta industria eso cobra real valor, considerando que el Salmón es un producto perecible.



Felipe Sandoval
Presidente
Salmón Chile



Oscar Salazar
Gerente Pricing
División Aérea Andes
Logistics

La producción salmoneera está compuesta por distintas etapa, que a grandes rasgos, Sandoval califica como: procesos en un Centro de agua dulce (donde están los peses más chicos), centro en el mar, planta de procesos y luego procesos de exportaciones. No obstante, lo más importante es la cadena de abastecimiento que acompaña cada uno de estos procesos y que define en parte la dificultad de esta industria.

En esta línea, Sandoval sostuvo que "este negocio requiere procesos muy exhaustivos, ya que tratamos con seres vivos. Por lo tanto existe un serio compromiso, desde la Logística de Abastecimiento, que incorpora la recepción de alimentos, medicamentos, equipamientos y materiales, hasta las operaciones de desecho, acopió, movimiento de peces de una etapa a otra; hasta llegar a la planta de producción donde serán procesados, almacenados (congelados) y despachados para su posterior exportación, ya sea por modalidad aérea o terrestre".

En esta lógica, cabe destacar que gran parte de la logística presente en las distintas etapas es tercerizada y para eso



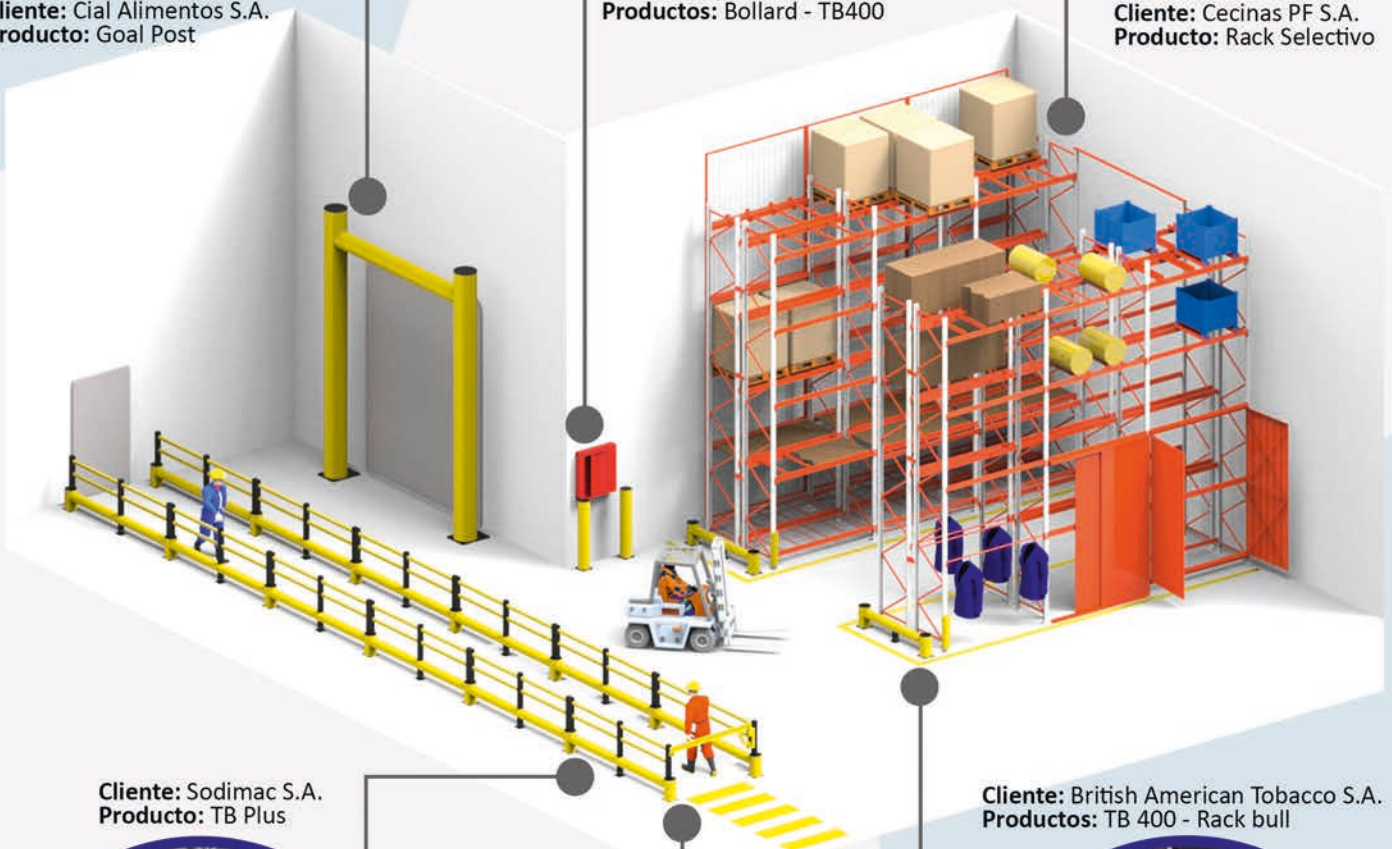
Cliete: Cial Alimentos S.A.
Producto: Goal Post



Cliete: Soprole S.A.
Productos: Bollard - TB400



Cliete: Cecinas PF S.A.
Producto: Rack Selectivo



Cliete: Sodimac S.A.
Producto: TB Plus

Cliete: British American Tobacco S.A.
Productos: TB 400 - Rack bull



Cliete: Soprole S.A.
Productos: Cinta Delimitadora - TB Plus - Puerta





#100

www.revistalogistec.com

MEGACENTRO

Un afectuoso saludo y nuestro reconocimiento a Logistec y su equipo en su Edición N°100. En el tiempo de circulación se ha ido consolidando como un referente de la logística en Chile, en cuanto a calidad de información y amplitud de cobertura de la cadena de abastecimiento. Su llegada a los principales actores: proveedores, gerentes de áreas logísticas, en las diferentes industrias del país, la hace fuente de consulta para todos quienes necesitamos estar actualizados en temas relevantes y quienes quieran tener participación activa en el sector.

Orlando Orellana
Partner & General Manager Megaconsulting Red Megacentro

se requiere una especialización adecuada. Sólo así es posible cumplir con los estándares de este tipo de operación, en especial, considerando las estrictas normas que se exigen a nivel sanitario, no sólo en Chile sino también en el extranjero.

"El valor del kilo de filete de salmón es alto porque hay un estándar a nivel internacional y que cumplirlo tiene un costo, el cual finalmente se refleja en el kilo de filete de salmón en el mercado", expresó Sandoval., quien agregó que "competimos por costos. Eso es lo que debe bajar para hacer más competitivo el mercado y eso se explica, en cierta forma, porque Chile no es un país salmonero aún, a pesar de estar fuertemente presente en tres regiones del país".

Las distintas etapas que componen esta industria hacen que la logística de abastecimiento y de salida sea fundamental y que se requiera además de un nivel de calidad y expertise operacional únicas, cuyo sello está en la inocuidad y el cuidado del producto. En esta línea, un llamado a innovar en la operación logís-

tica del Salmón, como una forma de optimizar los procesos y reducir costos, realizó Óscar Salazar, Gerente de Pricing de la División Aérea de Andes Logistics, agencia de transporte internacional de carga que realiza más del 60% de la exportación (marítima) y tercero en movimiento aéreo del salmón congelado. "Somos parte de esta cadena y de eso tenemos conciencia. La logística lo que hace enlazar la producción con el mercado y por eso nuestra tarea como actores es hacer las cosas de la mejor forma para que le haga sentido a la industria".

El sector ha pasado por momentos complejos por lo cual temas como 'costos' es de real importancia para el rubro. Es ahí, donde la tarea de los actores logísticos es demostrar que cada proceso tiene su ventaja y beneficio en función de la calidad del producto. Una diferencia a destacar de la operación de la industria salmonera -que es la principal en Chile en términos de perecedero- es que produce en un periodo completo (enero a diciembre) con volúmenes estables, a diferencia de la fruta o la semilla que tiene ciertos periodos.

Gracias a su participación en esta industria, Oscar Salazar, realizó un análisis sobre lo que -a su juicio- necesita la industria, oportunidad en que destacó que la clave de todo está en la inversión en mejorar los procesos. "Al ver como se mueve la carga desde el sur al aeropuerto y desde ahí a los mercados extranjeros podemos asegurar que en algunos aspectos nos quedamos en el pasado", afirmó el ejecutivo.

A región seguido, reconoció que sí bien se han realizado inversiones en otros aspectos como el bodegaje o la mantención de la cadena de frío, por ejemplo; todas acciones que tienen como finalidad que la cadena logística del Salmón vaya mejorando; "hemos detectado que la carga que sale del sur, una vez finalizada la faena en las plantas, asume un proceso que no le aporta -a mi juicio- al producto. La carga de camiones, por ejemplo, proceso que muchos actores hacen de forma manual", advirtió.

En esta línea, el gerente de Pricing de la División Aérea de Andes Logistics añadió que "las cargas se mueven de forma incorrecta, lo que muchas veces genera deterioro en las cajas o en el envoltorio. El producto se traslada a Santiago, donde nuevamente es cargado de forma manual. En definitiva,

falta innovación en este tema, porque se producen mermas, daños, robos, pérdidas de cadena de frío; todos gastos que se suman finalmente al costo del producto por no tener una logística ad hoc para el mundo del Salmón".

Considerando lo anterior, Andes Logistics incorporó a su operación un innovador sistema de pallets ultra livianos que disminuyen considerablemente la manipulación y merma de los salmones en su traslado, reduciendo la cantidad de horas que tarda actualmente la carga y descarga. Dicho proceso, hasta ahora, tarda entre cuatro y seis horas, sin embargo, al eliminar las cajas en que se transporta el salmón y reemplazarlas por estos pallets, se podría reducir y asegurar a su vez que la carga llegue en iguales condiciones de las que salió de la planta salmonera, evitando -según Salazar- reclamos por pérdida y contaminación del producto, que sumarían aproximadamente US\$3 millones anuales.

"Con esto logramos que la carga no se deteriore, el producto sufre menos daños, ya que no se mueve manualmente por unidad sino como carga. Este es un costo que le hace sentido a la industria con la reducción de tiempo de los procesos".

A juicio del ejecutivo, la industria salmonera ha tenido foco en otras áreas relacionada a la producción, dejando de lado la logística, pero hoy es el momento de mirar los procesos", más aún cuando la industria se consolida como uno de los sectores más importantes de Chile. **LGI**



**CENTRAL
BODEGAS**

Soluciones a la medida de cada empresa.

ESPACIOS PARA BODEGAJE



LA VARA
SAN BERNARDO



CASAS VIEJAS
MAIPÚ



LA CAPILLA
SAN BERNARDO



MILAGRO DE NOS
SAN BERNARDO

3° ETAPA EN CONSTRUCCIÓN



ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



11 AÑOS DE EXPERIENCIA · 120.000 M2 EN ARRIENDO

Fono: 2 - 2 726 29 00 · contacto@centralbodegas.cl
www.centralbodegas.cl

Una crisis, una necesidad o una oportunidad son la base más cierta para la generación de una idea innovadora. Ya lo decía Einstein – y muchos antes de él- “la crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura”.

UBER

A 10 AÑOS DE UBER... TIENE EFECTOS EN EL TRANSPORTE DE CARGA

Fue precisamente en este contexto que, hace casi una década, Travis Kalanick y Garrett Camp configuraron una idea que revolucionó el concepto de transporte a nivel global. Bajo una nevada en París, sin poder conseguir un taxi que los trasladara, estos innovadores tuvieron una idea simple: “tocar un botón para conseguir un viaje”; idea que –de la mano de la incipiente tecnología móvil- se concretó primero como una App para solicitar autos negros premium en algunas áreas metropolitanas hasta llegar en la actualidad a consolidarse como el nuevo paradigma de transporte de pasajeros y de carga; cambiando incluso el modelo logístico en diversas ciudades alrededor del mundo.

El emprendimiento de Kalanick y Camp, que ha evolucionado vertiginosamente hasta convertirse en una de las Compañías multinacionales más influyentes a nivel global, tiene como base el uso de la tecnología para darles

a las personas lo que quieren, cuando lo quieren y como lo desean. ¿Reconoce la Compañía?... Aunque quizás aún no ha usado el servicio, de seguro la controvertida marca Uber no le es indiferente. Y es que en sus casi 10 años de existencia representan mucho más que un servicio de traslado de pasajeros, o de entrega de bienes o carga; consolidándose como un concepto mucho más amplio que evoca: eficiencia, alto nivel de servicio y economías de escala.

ROMPIENDO EL ESQUEMA

Muchos son los hitos que posicionan a Uber como una de las compañías más rupturistas de la última década. Considerada como una de las primeras empresas exitosas en la aplicación de un servicio on-demand, es decir, servir al cliente en el momento exacto en que éste lo necesita; Uber logró con irreproducible rapidez el pináculo de las empresas más innovadoras, mejor evaluadas (\$60 mil millones de dólares) a nivel económico y, por cierto, más influyente a nivel global.

Tal fue el impacto del novedoso modelo que proponía Uber al público que prontamente sus inversionistas y expertos de diversos universos comenzaron a utilizar el concepto de “Uberización” para hacer referencia a la posibilidad de aplicar ‘ésta’ lógica on demand en diferentes industrias o servicios. En esta dinámica, el sector logístico es uno de los más influenciados, principalmente en lo que

se refiere al movimiento de mercancías. Si consideramos que la economía on-demand está basada en 3 pilares: inmediatez de la entrega, pasividad del consumo y costo fijo; todas características que se encuentran en el modelo de Uber, traspasar estos beneficios al ámbito logístico no parece descabellado. Ahora bien, ¿cómo se aplica la uberización a los modos de transporte logístico?

UBERIZACIÓN, DE LA CARRETERA AL PUERTO

Como se ha señalado, Uber es una de las principales empresas del mundo que utiliza aplicaciones on-line en sus modelos de negocios; mientras que la ‘Uberización’ es una expresión utilizada para definir esos modelos de negocios, en los cuales los particulares pueden efectuar transacciones económicas vía plataformas a las que se accede desde aplicaciones en sus celulares o sus computadoras. Tras el gran éxito del modelo Uber en

el transporte de pasajeros, el salto hacia el transporte de mercancías, utilizando la misma plataforma, se consideraba el paso siguiente. Así se gestó la aparición del servicio Uber Rush que ofrece entregas couriers y de paquetería, en asociación con minoristas locales, tiendas y las principales marcas de moda, un modelo que ya funciona en ciudades como: Nueva York, San Francisco y Chicago.

Atendiendo a la 'uberización' en la entrega de este tipo de mercancías, la compañía 'Convoy' (desarrollada por Garrett Camp, cofundador de Uber y Jeff Bezos, director ejecutivo de Amazon), con sede en Seattle, ofrece el transporte en camiones "a pedido" en Washington, una experiencia que según diversos expertos en innovación y tecnología para la cadena de suministro marca el punto de partida para la "uberización del transporte carretero en camiones", considerada como una de las tres principales tendencias que se perfilan en la logística global.

Si la carretera ya se uberiza, ¿Cuánto falta para que los puertos sucumban a la tendencia?

Según los entendidos, no hay duda de que el modelo de Uber se va a meter en el sector portuario en alguna parte, o de alguna manera. Según Jonathan Tyler, consultor de puertos en el Royal Haskoning DHV: "Si Uber, para los taxis, puede ser vista como una satisfacción instantánea de la demanda mediante la conexión de miles de clientes individuales con miles de conductores individuales ¿cómo sería o se vería entonces un uberpuerto?".

Al respecto, Tyler estimo que "si actualmente los camiones se reservan para llegar a intervalos de tiempo predeterminados (en un puerto) hay un costo incorporado en las tarifas del camionero por el impacto de la falta de flexibilidad en la utilización de su flota de camiones o camionetas". Por ejemplo: ¿si un

#100
www.revistalogistec.com



STG

Reciban un gran abrazo de STG en esta celebración de su edición #100. Felicitaciones al equipo de la revista por los aportes que han hecho en la industria de logística en Chile, en estos últimos 17 años. Editorialmente Logistec se ha caracterizado por publicar contenidos de calidad y vanguardia en las materias de supply chain. Celebremos juntos nuestra relación de negocios y amistad. STG cumple 15 años, y la revista ha sido parte de nuestra historia de logros.

Carolina Vásquez
Gerente General
Grupo STG

camionero pudiera llegar, digamos una hora más tarde que en los intervalos predeterminados, podría significar que pudo haber cumplido con un trabajo anterior, lo que aumenta su utilización y reduce el costo de cada transacción en beneficio del puerto/destinatario, etc.?", aseguró el

Servicios de Escoltas a Transportes de Cargas Valoradas y Transportes en Vehículos Blindados

Experiencia Nacional e Internacional, con medios técnicos y electrónicos de última generación para el Transporte y Acompañamiento de mercancías valoradas en el Área Metropolitana, regiones y países vecinos.

- > Transportes de cargas valoradas en camiones blindados con seguros de carga y responsabilidad civil.
- > Servicios de escoltas y acompañamiento a transportes de cargas valoradas en carreteras.
- > Servicios de transporte y acompañamiento de cargas IMO.

www.paulsentransportes.cl



Paulsen Transportes • Chopin 3220 - Metro Estación Rodrigo de Araya
San Joaquín - Stgo. Chile - Teléfonos: (56)(2) 22512 2030 - 22205 5691



Nuevo servicio de camiones blindados

consultor. Dando un paso más allá, Tyler ha estimado que la uberización también podría ser aplicada a los slots, en modalidad de subasta, proponiendo que "puede un agente de carga o agente general ejecutar una 'ubersubasta' donde los trabajos a realizar son publicados de forma continua y los conductores de camiones y/o transportistas pujen por la obtención de los mismos, y a su vez esta subasta cree un ambiente ideal de flujo perfecto de información de mercado para un economista". En esta lógica, Tyler cuestionó si ¿con las máquinas aprendiendo de este tipo de sistemas se reduciría el papel de los forwarders e intermediarios?, o sí ¿podrían las navieras o los 3PL hacerse cargo de tal modo que puedan llegar a estar por encima de la cadena de suministro, además de reducir sus costos, todo a expensas de los forwarders o agentes independientes?".

Otro punto a considerar, dice Tyler, es la forma en que un uber-puerto encajaría con las posibles tecnologías que surgirán en un futuro cercano, tales como camiones sin conductor o convoyes virtuales con un conductor.

Siempre en esta línea, Charles Hammond, director general de Forth Ports, sostuvo que un punto clave es que Uber se basa en el transporte muy rápido y para consumidores individuales. "Si se desplaza una pieza de la carga, no se inscribe en una solución personal, sino que se inscribe en un sistema en el que, si se va a enviar algo, usted tiene que depender de otras 1.000 personas que quieren hacer lo mismo al mismo tiempo, por lo que siempre hay un nivel de sub-

vención cruzada", dice. "Tal vez el bit que podría ser más personalizado es cómo se obtiene la carga hasta el destino final desde el puerto, o desde el lugar de producción hasta el puerto. El problema que tiene esta industria, como tantas otras, es que hay demasiados intermediarios. Hay que saber cómo trabajan, cuáles agregan valor y cuáles no lo hacen", asumió Hammond.

En tanto, Neil Davidson, analista senior de puertos y terminales, en Drewry, indicó que "Por supuesto que puede verse su funcionamiento para el transporte, donde los camiones simplemente hacen cola en la terminal de contenedores y, al igual que en una parada de taxis, cargan lo que le dan cuando llega su turno al frente de la cola.

Podría haber una manera más eficiente de utilizar el transporte".

Sin embargo, habría ciertas complejidades a las que hacer frente, por ejemplo, ¿cuánto tiempo necesitan los camiones para la carga y descarga?, ¿Qué hay del tiempo del comerciante frente al del transporte? Y qué decir de la Directiva sobre el tiempo de trabajo; un conductor de camión al frente de la cola puede ser obligado a dejar de conducir en dos horas de tiempo, lo cual no sería útil en un momento crítico de entrega cuando falten cuatro horas de manejo.

TRABAS Y VENTAJAS DE LOS UBER-PUERTOS

La reacción natural a la idea de Uber-puertos en el negocio de transporte de contenedores es que nunca funcionaría porque ¿cómo se pueden comparar puertos?, dice Dean Davison, consultor principal en Ocean Shipping Consultants. "Si se compara puerto con puerto es probable que no vaya a funcionar, porque no se va a tener la misma infraestructura de apoyo en todos". "Cuanto más grande es el interior de un país (Hinterland), más difícil va a ser. Las redes de apoyo específicas, incluyendo los forwarders, se basan a menudo a nivel local, por lo general hay transportistas locales para los puertos locales.

Y también tiene que ver la familiaridad y las cargas de retorno disponibles. "Sin embargo, si uno piensa un poco en todo esto, ¿qué pasa con dos terminales en el mismo puerto? Si se está sirviendo la misma zona de influencia en el mismo rubro de la industria, tal vez podría funcionar". Davison sostuvo

que la carga no contenedORIZADA podría ajustarse mejor al estilo Uber. "Si se trata de una cuestión de apretar el botón que indique que tiene 200 toneladas de maquinaria pesada para enviar y cuáles van a ser sus costos, en un mercado donde los puertos sirven a la misma zona de influencia, en teoría, no veo por qué que no funcionaría".

"No funcionaría para los granos que al pasar por un silo en una operación especial o para la carga que requiere un almacenaje frigorífico, pero para cargas de proyecto, carga general o carga suelta podría encajar. En cierto modo, los puertos probablemente ya están haciendo esto; tienen diferentes costos y cargos, pero ciertamente podrían englobarlos en un precio único general".

Sin embargo, Davison dice que lo que en realidad podría asustar a la gente, es la transparencia de la operación, "porque nadie quiere que alguien más sepa cuánto cobran". "¿Sería información confidencial o pública? Hay una arraigada percepción de confidencialidad en la industria portuaria. Uno de los mayores obstáculos que habría es que las personas no quieren que su información comercial sensible esté abierta a todos".

Puertos que compiten discrecionalmente por carga buscan diferenciarse para conseguir negocios adicionales, así que quizás considerarían un modelo Uber, dice Davison. "Una vez que arranque el primero, otros lo seguirían".

UBERIZACIÓN PARA CAMIONES, LA EXPERIENCIA ARGENTINA

En 2016, se puso en funcionamiento la aplicación online Humber en Argentina que busca mejorar la logística y el transporte de cargas generales a lo largo y ancho de país trasandino.

Nacida en 2015, Humber inició sus actividades en Argentina en abril del año pasado, con el fin de evolucionar e incrementar la eficiencia del sector de transportes de cargas. Siendo una simple aplicación que se descarga en cualquier dispositivo con sistema Andorid (desde Google Play), toda empresa de logística o autónomo puede acceder a esta plataforma para hacer más rentable su labor.

La idea surgió del Ingeniero Agrónomo Juan José Debuchy, quien tenía como objetivo diseñar una aplicación para facilitar los procesos de logística dentro del agro, y que cualquier persona pudiese contratar el tipo de camión que desee para transportar su carga en sólo dos pasos: describir carga y destino, y se-

leccionar el vehículo más conveniente y mejor calificado.

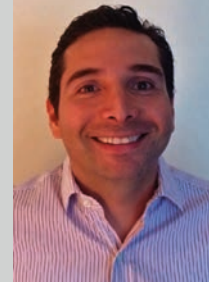
Humber está online desde principios de abril y disponible para ofrecer y solicitar cualquier tipo de mercadería, desde 30 toneladas de trigo hasta una mudanza, o pallets con botellas de vino.

A diferencia de Uber, que generó revuelo y rechazo por parte de taxistas en Buenos Aires, Humber, según su gestor, tuvo una excelente recepción de todos los actores del rubro del transporte, ya que no busca competir, sino generar más trabajo y minimizar los tiempos de traslados.

Respecto a esta iniciativa, su ideólogo Juan José Debuchy sostuvo que "la plataforma tiene como objetivo hacer más eficiente la logística de transporte de cargas.

Esto se logra aumentando la disponibilidad y visibilidad de cargas a través de un

#100
www.revistalogistec.com



APL

"Estimados amigos de Revista Logistec, tenemos el agrado de escribir con el fin de hacer llegar en nombre de APL Logistics un afectuoso saludo, con motivo del centenario editorial que celebran. La revista Logistec en sus 100 ediciones ha sido un gran aporte a la industria, con una calidad indiscutible dentro de la prensa del rubro. Su permanencia a lo largo de los años y el compromiso con la información ha hecho de ustedes un actor esencial en el accionar del rubro de la logística".

Marco Ortega
Gerente Comercial
APL Logistics.

mapa donde todos los camioneros pueden ver qué cargas hay disponibles en cada lugar, y qué tarifa se está pagando por ese viaje, así como la fecha de carga y detalles de la misma". **LGT**

En la cadena de suministro NO se improvisa

Calidad y seguridad en el flujo y la conservación
de sus productos



CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
Y ALMACENAJE



REFRICENTRO S.A.

**+35 AÑOS de
de EXPERIENCIA**

LIDERANDO EL DISEÑO, INGENIERÍA
Y LA HABILITACIÓN DE AMBIENTES CONTROLADOS
DE ALTA PRODUCTIVIDAD

Niveladores y Sellos de Andén
Puertas Seccionales
Cortinas Automáticas
Accesorios de Aproximación
Equipos de Refrigeración

CASA MATRIZ
Claudio Arrau 9458, Pudahuel, Santiago - Chile
+56 2 2411 2900
refricentro@refricentro.cl / www.refricentro.cl

SUCURSAL PUERTO MONTT
Bernardino 1057 - Modulo 14, Puerto Montt - Chile
+56 65 2489 234
ventaspmc@refricentro.cl

REFRICENTRO PERÚ S.A.C.
Av. Canadá 1561, La Victoria, Lima - Perú
+51 1 683 2458
www.refricentro.com.pe

LINKEDIN
<https://www.linkedin.com/company/refricentro-s-a>

Los envíos expresos se han transformado en una industria con un explosivo crecimiento, en la última década, de la mano del e-Commerce y la tecnología. Dichos números hacían necesario un complejo moderno que permitiera una operación eficiente y rápida, lo cual se logró gracias al trabajo mancomunado de todos los entes involucrados en este sector, tanto públicos como privados, donde la Asociación de Transporte Expreso de Chile tuvo un rol protagónico al liderar y promover el esperado proyecto que ya es una realidad.

CENTRO LOGÍSTICO COURIER EXPRESO

NUEVO Y MODERNO COMPLEJO ALBERGA LA OPERACIÓN DE LA CRECIENTE INDUSTRIA DEL COURIER

Si se puede". Esta frase es la que mejor define el estado actual de la industria del transporte de carga expreso, tras la inauguración, el pasado mes de diciembre, del moderno Centro Logístico Expreso de la industria Courier en el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez.

El recinto de dos niveles, que cuenta en total con 7 mil m², donde se alberga tanto la operación como el área administrativa relacionada a esta industria, es considerado uno de los recintos más modernos de América Latina y el fruto tangible de un excelente trabajo colaborativo entre entes privados y públicos. El Centro Logístico, que es administrado por la Asociación de Transporte Expreso de Chile,

agrupa a todas las empresas del sector habilitadas para operar bajo esta modalidad en el país, las cuales cuentan con espacios operativos independientes, así como también dependencias para servicios fiscalizadores: Aduana, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), Instituto de Salud Pública (ISP) y el Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca).

"Este es un proyecto de toda la industria del transporte expreso courier. El 100% de las empresas asociadas son parte del esto y aquellas que no lo son, pero que si están autorizadas por Aduana también puede operar", comentó Luis Miranda, Gerente General de Atrex Chile, quien brindó a Revista Logistec un tour por las nuevas dependencias.

CADA MÓDULO, UNA OPERACIÓN

El complejo cuenta con un estricto sistema de seguridad. Al ingreso se registra cada una de las personas, medida que se suma a la permanente vigilancia que se realiza a través de Circuito Cerrado de TV (CCTV). Junto a un amplio patio para las maniobras de los vehículos, el recinto consta de 5 grandes módulos, donde operan las más impor-

tantes empresas de la industria, cada una de ellas de forma independiente: UPS, TNT, Fedex, DHL y un 5to módulo para la operación logística de pequeñas y medianas empresas asociadas. ¿Cómo se opera al interior de este Centro Logístico? A grandes rasgos, la operación se desarrollada de la siguiente manera: cada uno de los cinco módulos tiene acceso a la denominada zona 'AIRE'. Los aviones llegan con el material courier y lo dejan en dicha zona, desde donde es ingresada al módulo que corresponde del complejo.

Luego, en su interior, cada compañía desarrolla todos los procesos para la legalización y documentación de los paquetes de importación y exportación y prepara la distribución de los mismos.



Todo lo anterior va acompañado de un sistema de seguridad y una interfaz tecnológica que permite el intercambio de información necesaria entre las empresas y las autoridades fiscalizadoras. "Físicamente son 5 carriles que funcionan en paralelo, pero tecnológicamente es una sola la plataforma por la cual Aduana se alimenta de información", detalló Miranda.

El moderno proyecto que tuvo una inversión cercana a los US\$30 millones y que hoy ya es una realidad, tiene muchísima historia. La idea de construir un complejo logístico que agilizará y modernizará la operación de Courier nació en el antiguo aeropuerto internacional. Una vez inaugurado el actual recinto aeroportuario en Santiago se decidió destinar estos m2 para la industria. Sin embargo, esta historia no estuvo exenta de episodios conflictivos, ya que en muchas ocasiones lograr acuerdos entre los actores involucrados no fue fácil.

UNA ALIANZA DE BENEFICIOS

Esta nueva infraestructura trajo consigo un nuevo diseño operacional que ha sido tremendamente aplaudido por quienes se desempeñan en esta industria, quienes desde diciembre han visto como su operación se vio tremendamente beneficia en lo operacional como también en lo que respecta a las condiciones laborales que tienen los trabajadores que ahí se desempeñan.

"Hoy las empresas tienen una instalación operacional de lujo. El recinto que albergaba la operación de esta industria anteriormente no satisfacía las necesidades del sector, en especial, tras el explosivo crecimiento que desarrolló la industria, en el último tiempo", relató el Gerente General.

Con esta nueva "casa" el desafío era también mejorar procesos y normativas; y para eso el trabajo de la alianza público-privada fue clave para demostrar las eficiencias que se logran cuando hay acuerdos. La base de los logros está -según el representante de ATREX- en el reconocimiento que se hizo de esta industria con sus cualidades, atributos y formas.

No sólo la mejora fue a nivel de infraestructura, sino también en aspectos relacionados con la operación propiamente tal. En conjunto, se desarrolló una plataforma que "nos permitió preparar

un manifiesto electrónico que envía la información anticipada a la Aduana, lo que permite que el organismo fiscalizador tenga una información estandarizada de toda la industria", sostuvo Miranda.

"A partir del 19 de diciembre comenzó a operar este complejo, cuyas particularidad principal es que toda la industria está aquí. El layout con el cual se construyó está en acuerdo con la Aduana, por lo tanto los procesos que cada una de las empresas llevan a cabo están estandarizados de acuerdo a este diseño", comentó Miranda.

Para el Gerente de Atrex, lo que se vive dentro de este Centro Logístico se entiende bajo el concepto de 'cápsula'. "Pusimos ese concepto sobre la mesa para diseñar este complejo, en función de tener una logística coherente. Integramos una plataforma tecnológica, basada en un trabajo colaborativo público-privado que opera como interface de comunicaciones, permitiendo procesos más eficaces, eficientes y seguros de fiscalización y control. Con esta iniciativa cambiaron la operación para mejor", enfatizó.

RAPIDEZ: EL SELLO DE ESTA OPERACIÓN

"Esto se trata de un proceso logístico y no de almacenaje", recalca Miranda. Esta afirmación deja entrever una de las características claves de esta operación: la rapidez. El servicio courier es sinónimo de rapidez, por lo tanto todas las mejoras van en la línea de optimizar la operación de punto a punto. "Por sus características, esta industria lo que vende es tiempo y por eso

está siempre mirando nuevas herramientas para agilizar sus procesos", afirmó el Presidente de Atrex. En este escenario, fue que surgió la idea de este proyecto "asociativo" que ha permitido trabajar en conjunto las necesidades que tienen que ver con el comercio exterior expreso y las autoridades que lo fiscalizan (Aduana, SAG, ISP, etc.).

A reglón seguido, el Gerente de Atrex, describió que "cada módulo tiene al final un scanner que permite una fiscalización no invasiva y más rápida. El proceso tecnológico adjunto a nuestra operación, permite que una vez que la Aduana valida la información anticipada que envían las empresas, los documentos DIC están aprobados y así se puede proceder al pago de forma inmediata. Lo anterior permite que cuando llegan los productos, los documentos están listos, lo que agiliza enormemente la operación".

De las cuatro empresas grandes que operan en el recinto, dos -UPS y Fedex- realizan su operación muy temprano, porque sus vuelos llegan en la madrugada, por lo tanto a primera hora de la mañana ya todo está listo para comenzar a repartir. Las otras dos compañías (TNT y DHL) operan de día, ya que sus vuelos por lo general llegan en la mañana.

Los envíos en esta industria son pequeños. El peso promedio de cada paquete alcanza los 39 kilos, incluyendo los que valen más de mil dólares; mientras que el 29% de los envíos pesan menos que el promedio. El envío expreso courier es puerta a puerta y ese es su principal cualidad. El compromiso de las

empresas es retirar el envío en el domicilio, en cualquier parte del mundo; se hace cargo del embarque, el traslado, la recepción en el destino, la liberación o tramitación y la entrega final al destinatario; todo con un mismo número de guía y una trazabilidad completa.

Es así como la operación descrita anteriormente va acompañada de ese factor diferenciador: la rapidez. "Mientras más rápido mejor. Cerca del 80% de los envíos salen el mismo día que llegan, pero hay un 20% restante que tienen problemas, por ejemplo: si la mercancía vale más de mil dólares interviene un agente de aduana quien debe hacer todos los trámites y en eso se puede tardar hasta 6 días".

Lo anteriormente descrito configura un nuevo desafío que se ha impuesto la industria, en función de "crear un proceso informático para agilizar el proceso de los agentes de aduana en materia de envíos expresos", declaró Miranda.

WIN-WIN PÚBLICO PRIVADO

La nueva ley de Aduana reconoce la industria en su particularidad y ese es el mayor logro. "Hace 30 años que la industria opera en Chile, por lo tanto este paso es un acto de madurez del mercado", afirmó Miranda, quien añadió que "ahora comienza un proceso para establecer los procedimientos que van a regular específicamente nuestra operación".

En esta línea, el rol de Atrex es incentivar que la industria se sienta a conversar. "Hay dos realidades que le dan viabilidad a este proyecto colaborativo. Todos en el campo de batalla (el mercado) son competencias, pero la historia nos ha demostrado que la clave de esto está en buscar las problemáticas comunes respecto a situaciones que complicaban el servicio. Si trabajamos organizados para resolver estas problemáticas, dejamos al mercado competir en otras aristas".

No cabe duda, que las grandes empresas podrían haber desarrollado un Centro con estas características e instalaciones; pero con eso, sólo se habría resuelto el problema de una compañía. En cambio, esta modalidad permitió solucionar problemas comunes y mejorar la operación de la Industria. En palabras del Gerente General de Atrex, "esto es un win win para públicos y privados". **LGI**

JOSÉ NORAMBUENA, SUPERVISOR DE OPERACIONES DE CHILEXPRESS

"Tenemos nuestra línea de negocio enfocada en el mercado de las casillas. En el complejo antiguo teníamos un espacio muy reducido para nuestra operación, lo que nos dificultaba explotar en este negocio y estábamos reducidos a un número determinado de pieza. Hoy tenemos más espacio, lo que nos permite operar de mejor forma, con más seguridad y con más personal. La diferencia con este nuevo Centro es abismante."

HUGO MIRANDA, SUPERVISOR DE OPERACIONES DE HOT

"La infraestructura que tenemos en este nuevo complejo es destacable y nos permite operativamente hablando, muchas ventajas, tanto en la recepción de nuestras cargas como en el sistema que mantenemos hoy con la Aduana; todo eso hace mucho más expedito el proceso. Tenemos cerca de un 30% más de eficiencia desde que estamos acá".

LUIS ROJAS, CONSULTOR ADUANERO PARA DHL

"Nuestro core de negocio es la importación de envíos, utilizando el menor tiempo posible. Operar acá tiene muchas ventajas como nuestra propia máquina de rayos y un mecanizado con conexión a la loza, por lo cual la recuperación de la carga, el proceso y la estiba de la mercadería se hace en un solo movimiento, lo que evita la manipulación. En el edificio antiguo teníamos todo por bloque y después nos trasladábamos a un cuello de botella que impedía el transporte directo; mientras que acá salimos directamente a nuestros camiones. Desde que estamos acá tenemos un 40% de efectividad dentro de la conexión de los ciclos".



Trazabilidad

**Somos Expertos en Logística
y Sistemas de Trazabilidad**

www.cloudtrack.cl

 **CloudTrack**®

mario.oviedo@cloudtrack.cl

El trabajo diario tiene muchas aristas, dependiendo de la naturaleza de sus operaciones e industria a la que se pertenezca. Sin embargo, existe un punto en común: EL TRABAJADOR. El bienestar de los colaboradores ha estado sobre el tapete, gracias a las nuevas iniciativas legales que salen en busca de mejoras laborales y personales. La denominada "Ley del Saco" -que entra en vigencia en septiembre próximo- pone en jaque a la industria logística con la manipulación de carga; mientras que el proyecto de ley "40 horas" pone sobre la mesa la discusión entre productividad y jornada laboral.

84

NUEVAS NORMAS LABORALES QUE TIENEN COMO ENFOQUE AL TRABAJADOR

Si bien existe el principio de que “las leyes se entienden por todos conocidas, una vez que son promulgadas”, muchos ignoran los cambios o modificaciones que se van realizando a las diferentes normativas. La responsabilidad sobre el desconocimiento de las normas ha sido motivo de análisis de diversos actores nacionales. Falta de interés de la ciudadanía, complejidad del lenguaje legislativo, falta de comunicación e información son solo algunas de las razones. No obstante, conocer las leyes es una responsabilidad cívica y en el plano laboral una obligación de los empleadores y trabajadores, sobre todo cuando estas últimas legislaciones están en el ojo de la opinión pública.

Con ello en mente, presentamos las nuevas normativas que afectarán o podrían afectar en el futuro a los trabajadores chilenos, sobre todo del ámbito operacional, siendo las dos más representativas la denominada Ley del Saco y el Proyecto de Ley '40 Horas'.

UNA LEY CON SELLO INTERNACIONAL

En la última modificación del Código del Trabajo para reducir el peso de las cargas de manipulación manual. ¿Conoces lo que dicta la norma? ¿Sabías que fue modificada el año pasado y que pronto entrará en vigencia?

El pasado 17 de septiembre, en plena celebración de Fiestas Patrias, se publicó la Ley 20.949 que vino a modificar la denominada “Ley del Saco” que había entrado en vigencia el 2005 (Ley N° 20.001) y que puso sobre el tapete el tema de la manipulación de las cargas manuales, modificando el Código del Trabajo para reducir el peso de las cargas por parte de los trabajadores.

En materia de peso máximo de carga humana y con la dictación de la Ley N° 20.001, se incorporaron al Código del Trabajo importantes modificaciones en orden a limitar el peso máximo que un trabajador podía cargar manualmente. En efecto, el artículo (221-H) establecía que no se

permitiría operar con cargas superiores a los 50 kilos. Asimismo, se ahondaba en el trabajo de menores de 18 años y mujeres, estableciéndose un tope de manipulación de 25 kilos. Además, se normaba sobre el trabajo de mujeres embarazada, para quienes quedaba prohibido este tipo de labores.

Con estos puntos, Chile daba cumplimiento al Convenio 127 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), relativo al peso máximo de la carga que puede ser transportada por un trabajador. A pesar que dicha norma entró en vigencia en agosto 2005, aún existían trabajadores que manipulaban en ocasiones más de los kilos permitidos, con operaciones que, derechamente actuaban fuera de norma, generando en ellos problemas asociados al síndrome de dolor lumbar, constituyéndose como una de las principales causas del ausentismo laboral. Esta realidad hizo necesario analizar la Ley y fue así como se gestó el proyecto presentado en el Congreso durante 2014.

MENOS PESO... ¿MÁS TECNOLOGÍA?

“La reducción del peso de cargas de manipulación manual”, incluida en la Ley 20.949, vino a mejorar la antigua norma, y es una de las buenas normativas legales de protección que se ha dictado en favor de la salud de los trabajadores y de sus condiciones laborales. De hecho, la ley considera los estándares internacionales sobre la materia.

A grandes rasgos, la Norma plantea una reducción de 50 a 25 kilos el peso máximo que un trabajador puede manipular en las operaciones de carga y descarga. En relación a los menores de 18 años y las mujeres se establece que no podrán llevar, transportar, cargar, arrastrar ni empujar manualmente, y sin ayuda mecánica, cargas superiores a los 20 kilogramos.

Esta ley cobra un valor relevante en la industria logística y del transporte, sectores que deben rediseñar las conductas ope-

#100
www.revistalogistec.com

ARRIMAQ

Cumplir 100 ediciones no es una tarea fácil, por este motivo a nombre de Arrimaq y de nuestro equipo de colaboradores, quiero hacer llegar a ustedes un gran y afectuoso saludo por este importante logro, que marca el comienzo de una nueva etapa con desafíos aun mayores. Para una industria como la logística, con proyecciones de seguir creciendo y con soluciones cada vez más complejas, es imprescindible contar con herramientas de información como las que provee Revista Logistec, con reportajes y testimonios atinentes a la actualidad.

Manuel Aguilera G.
Gerente Comercial
Arrimaq

rationales para respetar la normativa e incorporar tecnologías o equipamientos que permitan mayor eficiencia en el manejo de las cargas.

En detalle, el proyecto de ley que fue aprobado y promulgado en septiembre del 2016 por la Cámara Alta, establece las siguientes modificaciones en el Código del Trabajo:

Se sustituye el artículo 211-H por el siguiente: “Artículo 211-H.- Si la manipulación manual es inevitable y las ayudas mecánicas no pueden usarse, no se permitirá que se opere con carga superior a 25 kilogramos. Esta carga será modificada en la medida que existan otros factores agravantes, caso en el cual, la manipulación deberá efectuarse en conformidad a lo dispuesto en el decreto supremo N° 63, del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, del año 2005, que aprueba reglamento para la aplicación de la ley N° 20.001, que regula el peso máximo de carga humana y en la Guía Técnica para la Evaluación y Control de los Riesgos Asociados al manejo o Manipulación Manual de Carga”.

Por otra parte, la norma insta a reemplazar el artículo 211 –J por el que sigue: “Artículo 211 –J.- Los menores de 18 años y las mujeres no podrán llevar transportar, cargar, arrastrar ni empujar manualmente,

y sin ayuda mecánica, cargas superiores a 20 kilogramos. Para estos trabajadores, el empleador deberá implementar medidas de seguridad y mitigación, tales como rotación de trabajadores, disminución de las alturas de levantamiento o aumento de la frecuencia con que se manipula la carga. El detalle de la implementación de dichas medidas estará contenido en la Guía Técnica para la Evaluación y Control de los Riesgos Asociados al Manejo o manipulación Manual de Carga”.

Las modificaciones introducidas en el Código del Trabajo por la presente Ley entrarán en vigencia un año después de su publicación en el diario oficial, es decir, en septiembre 2017. Ante la inminente entrada en vigencia de la normativa cabe preguntarse si la industria está preparada.

Ante este nuevo escenario la tecnología y el mercado de los equipamientos para el movimiento de carga tienen un nuevo reto, en función de buscar la satisfacción de las nuevas y crecientes necesidades que se generarán en las empresas ante esta nueva legislación. Las cajas hay que seguir moviéndolas y así darle vida al engranaje operacional. Ese es el desafío.

“40 HORAS”: EL DEBATE EN ESPERA...

¿Trabajar para vivir o vivir para trabajar? La popular frase se puso sobre el tapete, luego que la diputada Camila Vallejos presentara un proyecto de ley que busca reducir la jornada laboral de 45 a 40 horas por semana.

Tras la presentación del proyecto, conocido como “40 Horas”, el debate se desató, apuntando a la efectividad que medidas como ésta pueden tener en la productividad del país. La jornada de trabajo es una de las demandas históricas de los trabajadores y una de las iniciativas que captaría mayor adherencia en la ciudadanía, apelando al tiempo libre y a las largas jornadas laborales a la que se suman las horas en trayectos y movilización en las principales ciudades del país. El informe de Perspectivas de Empleo de 2015,

dado a conocer por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), ubica a Chile es el 5to lugar entre 38 naciones con mayor cantidad de horas trabajadas en promedio en un año. Según el estudio los chilenos trabajarían unas 166 horas al mes o 7,5 diarias, de lunes a viernes, con un total de 1.987 horas al año; mientras que el promedio OCDE alcanza las 1.770 horas.

En tanto, entre los países con menos horas laborales se cuentan: Alemania, Holanda y Noruega; un dato paradójico – si se relaciona Productividad con más horas de trabajo- dado que dichas naciones ostentan los más altos niveles de productividad a nivel global. Mientras, en la otra vereda, en Chile la baja productividad sigue siendo uno de los talones de Aquiles de la economía. De hecho, nuestro país cuenta con el triste registro de ser uno de los menos productivos de la OCDE, por debajo de los US\$30 de PIB por hora trabajada.

Entonces, ¿es factible para Chile un proyecto de esta índole? ¿Qué efecto tendría una legislación de estas características para la productividad y la vida cotidiana del trabajador?... Estas respuestas están a la espera, mientras en Valparaíso la discusión está sobre la mesa. Vale rescatar al respecto lo dicho por la diputada Camila Vallejo, en cuanto que “las personas merecen gozar del fruto de su trabajo. Merecen estar con sus hijos, con sus amigos. No es justo que pasen la mayor parte del tiempo trabajando, sobre todo si eso no significa mayor productividad”.

MÁS DÍAS DE DESCANSO

Una forma de mejorar la calidad de vida de los chilenos, mediante el descanso, es la principal motivación que tiene el proyecto de ley que fue presentado en las últimas semanas por el diputado Roberto Poblete para aumentar los días de vacaciones laborales.

“Estamos convencidos de que más tiempo de descanso para los trabajadores influye positivamente en la calidad de vida

e incluso ayuda a mejorar la productiva”, agregó el parlamentario, tras la presentación de la iniciativa.

Este proyecto se suma al de la diputada Vallejos, ya que ambos apelan a la calidad de vida de los trabajadores y también pone sobre el tapete nuevamente la productividad, dejando abierto el debate entre sectores empresariales e industriales y los trabajadores.

En síntesis, el actor propuso un proyecto de ley que busca aumentar las vacaciones de 15 a 20 días hábiles, de trabajadores públicos y privados del país, lo que correspondería en total a un mes de descanso, tiempo que ya es aplicado en otros países –donde según el parlamentario- ha dado excelentes resultados.

Una de las razones que motivó este proyecto es –según Poblete- el hecho de que en Chile los trabajadores “pasan muchas horas laborando, pero el nivel de productividad es relativo. Creemos que es necesario mejorar estas cifras y esto se hace con gente descansada y contenta”.

A diferencia de un proyecto similar presentado el 2013 por Sebastián Piñera, esta iniciativa no elimina días feriados, sólo aumenta 5 días hábiles a los 15 que ya están asignados. En tanto la propuesta hecha por el ex mandatario, como un elemento presente en su entonces programa, trataba de una extensión gradual de 15 a 20 días de vacaciones, pero con la reducción de tres feriados.

Los 15 días hábiles vigentes en Chile están por debajo del promedio mundial (18,6) y de los países miembros de la OCDE (20,6). Las reacciones ante estos proyectos legislativos no se han hecho esperar. Según sea el punto de vista desde el que se analicen, estas propuestas atentan para algunos contra la productividad y para otros son un apoyo para los trabajadores. **LGI**



SOLUCIONES **A LA MEDIDA** DE LAS
NECESIDADES DEL CLIENTE.

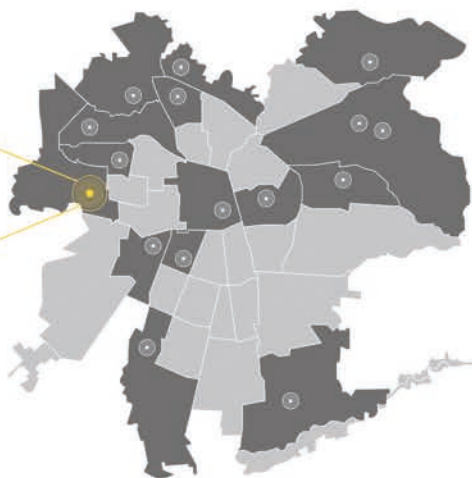
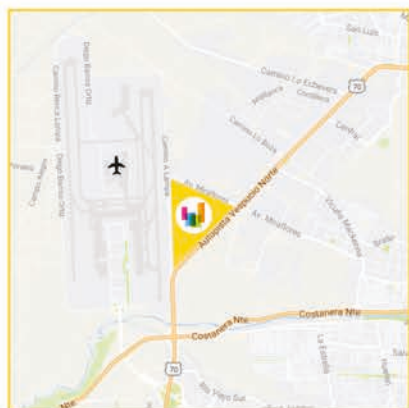


Centro de negocios orientado
a Bodegas de **Alto standard**
y **servicios logísticos**.

Soluciones en materia de
Centros de Distribución,
Bodegas y oficinas.

Líderes en centros de
distribución **hechos a la**
medida del cliente.

PROYECTO AEROPARQUE



- Área total:
51 hectáreas
- Condominio Megacentro:
Bodegas y oficinas.
- Proyectos "Built to Suit":
160.000 m2
- Fecha de entrega:
Marzo 2018



Contáctanos:

contacto@redmegacentro.cl (+56 2) 2783 2214
www.megacentro.cl (+56 2) 2887 7900

Si una empresa es capaz de generar, si tiene contratos u órdenes de compras y tiene una actividad futura real, puede conseguir financiamiento que muchas veces van más allá de la Banca Tradicional. Las alternativas existen, hoy en día, y la clave está en mirar más allá y visualizar estos mecanismos como una alternativa que les permita crecer en el mercado.

CREATIVIDAD FINANCIERA

UNA REALIDAD CONSTANTE EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Ir cerrando ciclos e iniciar otros, a nivel empresarial, conlleva muchas veces una inversión monetaria que no todas las empresas pueden asumir. Las Pymes por años han manifestado su rechazo a las políticas crediticias impulsadas por el sistema bancario que para muchos es una valla infranqueable de cara a diseñar un crecimiento empresarial.

Pero hoy en día el mercado ofrece distintas alternativas para las Pequeñas y Medianas Empresas que buscan financiamiento para un nuevo proyecto o para dar el gran salto que las posicione en el mercado chileno.

No cabe duda, de que existen limitaciones importantes que afectan el acceso al crédito para un número importante de las Pymes, generando la sensación en el mercado de que las opciones están más bien limitadas y que el sector financiero desconoce realmente la naturaleza y la realidad de estas empresas.

Se ha hablado de esfuerzos públicos y privados para mejorar el acceso al crédito de las Pymes, a través de distintas políticas públicas, tendiente a mejorar los instrumentos existentes y/o facilitar el desarrollo de fuentes alternativas.

La importancia de las condiciones de acceso al financiamiento por parte de las empresas está dada por la incidencia que este factor tiene en la pro-

ductividad y competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas y también del país. Cabe recalcar la importancia que las empresas de menor tamaño tienen en la economía chilena, consideradas, entre otras cosas, como el principal motor generador de empleo.

El acceso al financiamiento de las empresas se pueden traducir, entre otras cosas, en aumentos de su productividad, en mayores tasas de creación y crecimiento de las empresas más pequeñas, en incrementos de la innovación tecnológica y en una mayor probabilidad de entrar y sobrevivir en los mercados internacionales.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La principal fuente de financiamiento son los recursos propios. Luego, asoman las líneas de crédito o préstamos bancarios y una fuente importante para financiar inversión es el factoring. Frente a este escenario, las empresas han salido en busca de nuevas alternativas de financiamiento, quizás menos estrictas y con menos requisitos; pero eficientes que se han posicionado con fuerza en Chile como una alternativa de ayuda a las Pymes.

Una visión crítica, en relación al escenario en que se desenvuelven las Pymes, planteó Marcelo Matus, Socio Director de Integral Chile, compañía que orienta a las empresas durante su búsqueda de instrumentos y/o herramientas de financiamiento disponible, al tiempo que las asesora para determinar una estructura financiera a la medida de su organización.

Según lo descrito por el experto, el bajo crecimiento a nivel macroeconómico que ha golpeado al sector industrial, especialmente a la minería y la agroindustria, por 'efecto dominó' ha afectado a las Pymes complejizando su panorama, no sólo a nivel de actividad sino también de facturación.

"Las Pymes no sólo han tenido una caída en ventas, sino también una caída en márgenes, lo que genera una readecuación en materia de negocio y también en su estructura de financiación", comentó Marcelo Matus.

De acuerdo al ejecutivo, lo anterior ha repercutido en que la Banca tradicional haya dificultado el acceso financiero. "No sólo la Pyme se ve afectada por una caída de ventas y de márgenes, sino también

por una mayor dificultad al financiamiento, lo que se hace que se genere una ‘tormenta perfecta’”, advirtió Matus.

“Cuando hablamos de dificultades, las PYME en general siempre han tenido una falta de apoyo en lo que es el acceso al financiamiento y por eso se han creado un montón de instrumentos como las garantías estales; instrumentos que permitan bajar el nivel de riesgo ante la banca de manera de facilitar el acceso al crédito. Si bien, dichos instrumentos han servido, no han significado un cambio profundo y así las Pymes siguen chocando con la misma realidad”, agregó el Ejecutivo de Integral Chile.

UNA ALTERNATIVA, UN PARTNER

En Chile no existe el capital de riesgo. Lo anterior dificulta enormemente armar una estructura de financiamiento para nuevas iniciativas o proyectos de expansión. Transformándose en una de las primeras y básicas dificultades que tienen las Pequeñas y Medianas Empresas.

“La mayor problemática que tienen es la caída en márgenes y actividad; ante este panorama diseñar cómo armar una nueva estructura de financiación que permita paliar esta situación y dar viabilidad a la compañía. Esto los obliga a descubrir y generar otras alternativas y fuentes de financiación que no son la banca”, relató Matus.

En esta dinámica han jugado un rol fundamental un sinnúmero de inversionistas privados, financieras de nicho que no están reguladas por las Superintendencia de Bancos o las instituciones de factoring no bancario, entidades que comprenden que se está generando un espacio donde puedan armar estructuras de financiación para aquellas empresas que tengan viabilidad en el tiempo, con soluciones distintas a las alternativas que ofrece la banca tradicional. “Mientras exista negocio, siempre existen opciones para reinventarse. Cuando uno ve que la empresa tiene po-

tenciales de desarrollo se buscan alternativas sobre la base de contratos, órdenes de compras, presupuestos establecidos para el año, ‘lo que tiene en la mano y qué quieren hacer para adelante’”, comentó el ejecutivo.

Las nuevas alternativas están abiertas a ofrecer soluciones y armar estructuras controladas que permitan a las empresas funcionar en el tiempo. Muchas empresas no tienen idea de que estas herramientas existen y que pueden ser una clara alternativa para su negocio.

“Si tengo una empresa que es capaz de generar, si tengo contratos y órdenes de compras y tengo una actividad futura real, es posible conseguir financiamiento. Si bien, los bancos tienen sus requisitos, políticas y procedimientos que son súper válidos; existen otras soluciones, tales como los fondos de inversión para nuevos proyectos”, sostuvo el experto.

Todas las alternativas buscan potenciar y entregar las herramientas para proyectar el funcionamiento de la empresa en el corto, mediano y largo plazo, recalcó Matus, enfatizando que “alternativas hay”. “Las Pymes deben entender que deben empezar a abrir la mente y que no sólo existen los bancos, sino que un sinnúmero de nuevas instancias que están aprovechando los espacios que deja la banca tradicional para entrar a apoyar y así poder saltar y escalar ese proyecto o negocio que sin estas alternativas no lo puedes hacer”. “Hoy debemos entender que si se pueden armar estructura o arquitectura de financiación que les permite crecer”, concluyó el ejecutivo.

OTRAS ALTERNATIVAS PARA EMPRENDER

Financiamiento, financiamiento, financiamiento. Esta es lo que más ronda en la cabeza de quienes quieren emprender. Esta situación se torna más compleja cuando existe desconocimiento o temor de las prácticas de financiamiento que ofrece el mercado.

Si tienes un pequeño negocio o una Pyme, es probable que ya hayas batallado con la idea de cómo conseguir financiamiento. Y si bien existen varios concursos y fondos conocidos por todos, como puede ser el Capital Semilla, hay otros que pasan desapercibidos para muchos de los nuevos empresarios. Considerando lo descrito por el Ejecutivo, a continuación, presentamos ‘otros’ mecanismos para conseguir fondos para su negocio:

ENTIDADES DE FACTORING PARA UN NUEVO NEGOCIO:

Este mecanismo permite la transferencia de la cobranza futura de créditos y facturas de la empresa a la institución financiera, la cual dará a cambio el dinero correspondiente al 90% o 95% aproximadamente de esas operaciones. Es por esta rápida entrega de fondos, que esta opción se ha convertido -además- en una de las alternativas de financiamiento más atractivas y prolíferas de los últimos años

FONDO DE GARANTÍA PARA PEQUEÑOS EMPRESARIOS (FOGAPE):

Este fondo estatal está destinado a garantizar un determinado porcentaje del capital de los créditos, operaciones de leasing y otros mecanismos de financiamiento que las instituciones financieras, tanto públicas como privadas, otorguen a las pymes. Esta es una opción perfecta para un nuevo negocio que no cuente con garantías o que éstas sean insuficientes, y está disponible de la mano de varias entidades como Banco Estado, Banco de Chile, Banco Santander, entre muchos otros.

INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS, APOYADOS POR FOSIS:

Otra opción para tu nuevo negocio, según el docente de la Escuela de Comercio de Santiago, es el subsidio del Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS). Una opción que incentiva a instituciones de microfinanzas para que atiendan a los sectores con menos recursos para facilitar el acceso a financiamiento a emprendedores que usualmente no califican para créditos tradicionales. **LGI**



RHEIN, 78 AÑOS DE EXPERIENCIA OPERATIVA QUE SE VUELVE UN EMBLEMA

Considerada una de las compañías nacionales más emblemáticas a nivel de consumo y mejor posicionadas en el imaginario colectivo, la prestigiosa Rhein se reinventa desde la logística para afrontar los nuevos desafíos que el mercado le propone.

90

¿Sabía usted que la emblemática compañía chilena Rhein, debe su nombre al famosísimo río europeo Rin?. La anécdota reza que cuando Roberto Ordoñez, visionario empresario chileno, decidió abrir al público un pequeño local en Santiago Centro para la venta de artículos de escritorio y máquinas de escribir, por allá por el año 1939, quería homenajear sus vínculos germánicos nombrando a su 'emprendimiento' bajo el rótulo alemán

del famoso río; un deseo que tenía un trasfondo implícito, el querer instalarse en el imaginario colectivo como una compañía constante que apostaba a la permanencia, que fluiría con el tiempo y evolucionaría en la historia, tal cual lo ha hecho el mítico Rin, que paso de ser la barrera norte del Imperio Romano contra los Bárbaros hasta transformarse –en la actualidad– en la vía fluvial más utilizada de la Unión Europea (UE). La evolución histórica y operativa define a Rhein en sus 78 de

existencia; al igual que su homónimo. Sometida a crisis económicas, cambios culturales de consumo, reestructuraciones, fusiones e incluso dolorosos procesos de desvinculaciones y complejos esfuerzos de reubicación de su fuerza de trabajo; Rhein ostenta la capacidad de reinventarse, entendiendo el mercado en el que se mueve, apostando al cambio; manteniendo el curso constante de su marea. Este carácter histórico, que pocas empresas de capitales nacionales ostentan, sumado a los cambios operativos y estructurales que ha emprendido son aspectos gatillantes para repasar la evolución logística de la emblemática compañía, travesía en la cual nos guiará Wilhelm Willeke, Subgerente de Logística de Grupo Rhein.

DE IMPRENTA A GRUPO RHEIN

Haciendo un recorrido histórico, inicialmente Wilhelm Willeke nos comenta que

Rhein nace a partir del emprendimiento conocido como Imprenta Ordóñez, considerada como la primera empresa chilena en diseñar dos importantes documentos para la gestión empresarial: la Boleta de Compra y Venta y el Libro de Registro de Compra y Venta. “En ese entonces, Don Roberto Ordóñez, no sólo innovó en la producción de documentos empresariales, sino también en la distribución de los mismos, ya que ofrecía ‘entrega a pedido’ a diferentes empresas que operaban en el centro de Santiago, lo que venía a cambiar las reglas del negocio en la década del ‘30.

Según comenta el Subgerente, Ordóñez se caracterizaba por su visión y empuje, sobre todo en lo que tenía relación con el uso de tecnologías de procedencia alemana. “Ya en los inicios, la Imprenta contaba con equipamientos de vanguardia, un aspecto en el cual nunca decayó, ya que Don Roberto mantenía al área de producción muy bien equipada, un esfuerzo monumental considerando que estas tecnologías venían directamente de Europa hasta el fin del mundo. En todo ese afán, la compañía llegó a consolidar - a fines de la década del ‘90- una de las plantas de producción del rubro ‘imprenta’ más modernas de Latinoamérica. Fue a inicios de ese mismo periodo (1992) que la razón social de la Imprenta adoptó el nombre Rhein que hasta entonces era una de las marcas más representativas de la empresa”, relató Willeke.

A fines de los ‘90, Rhein se consolidaba como una compañía tradicional de alta penetración a nivel de consumo. Si bien, en sus inicios la producción se enfocaba hacia el sector empresarial con líneas de productos de uso comercial y contable; ya en la década del 50, con la introducción de nuevas tecnologías del área metalúrgica la empresa amplió su catálogo de productos hacia los artículos de escritorio como: archivadores, libretas, carpetas de anillos, entre otros.

Ya en los ‘60, en tanto, incorporaron a su línea, productos de consumo masivo

como las agendas corporativas y con la automatización de procesos – en la década del 70- Rhein atrajo a marcas extranjeras, asumiendo la representación en Chile de la española Jovi –dedicada a los artículos escolares, entre otras licencias. Para el año 2000, Rhein había ingresado al rubro de la regalería, introduciendo productos como tarjetas, libretas y set de regalos al mercado nacional. Asimismo, apostaba por incorporar en su oferta de agendas innovaciones en diseño, con terminaciones más atractivas, sin dejar de lado la producción de las líneas de oficina y escolar.

Con viento en popa, en 2009, Rhein compra la compañía nacional Argos Chile, dedicada a la comercialización de artículos para fiestas. “Con esta adquisición, la empresa busca abrirse paso en el nicho de la diversión y esparcimiento con gran potencial de futuro y muy acorde a nuestro segmento”, explicó Willeke. Mientras que a partir del año 2010, se hace dueña de prestigiosas licencias como UHU, Stabilo, Jovi, al tiempo que en 2016 se concretaba la compra de la mítica marca Village, incorporando a su catálogo de productos como tarjetas, papelería juvenil y regalos, entrando de lleno al rubro de la ‘emoción’.

Todos estos cambios a nivel corporativo y comercial, en palabras de Willeke, llevan a que hoy Rhein se presente como una empresa transversal en la vida del chileno que está presente desde que nace, con la marca Argos y su línea de celebración; en sus primeros años escolares con marcas como Jovi y en su vida universitaria y de trabajo con marcas como Rhein. En el plano de la emoción, también estamos presentes, con la marca Village”.

Todo proceso evolutivo tiene un punto de quiebre. Lo propio vivió Rhein en su

EL QUIEBRE DEL MERCADO Y LA RENOVACIÓN

ascenso, cuando tuvo que enfrentar desde crisis políticas (1973) hasta recesiones económicas, como la acontecida tras la

denominada Crisis Asiática (1998). No obstante, sería el cambio de los hábitos de consumo y en las dinámicas del comercio – a partir de fenómenos como Internet y la Globalización- los factores que tendrían mayor efecto en la Compañía.

Así, para el año 2014, los directivos de Rhein decidían el cierre de su planta pro-



ductiva, pasando desde la fabricación nacional a la importación. A los 76 años de existencia, Rhein decidía un nuevo rumbo en su carta de navegación.

Al cierre de su fábrica en enero de 2015, Rhein iniciaba un nuevo proceso operativo y logístico. “Pasó de ser una empresa fabril y productora, a un importador y operador logístico, con un nuevo formato de abastecimiento, planificación de stock, ejecución de la distribución, entre otros aspectos. En otras palabras, cambió la configuración de la compañía y en ese paso era fundamental contar con una operación que incluyera los más altos estándares como también con un gran equipo de profesionales especializados”, explicó el Subgerente de Logística.

En este sentido, Willeke destacó que “si bien la producción es externa, la compañía quería seguir involucrada a nivel creativo en toda la línea de productos, generando matrices de diseño con creativos chilenos y fabricación en el exterior para lograr productos pensados para el mercado nacional”.

A nivel corporativo, en tanto, ese mismo año la estructura de la compañía también dio un paso adelante, al configurarse el ‘Grupo Rhein’, en el cual las compañías Rhein y Argos tienen el mismo protagonismo. “Desde 2015 hemos vivido importantes hitos, uno de ellos fue el trans-

formarnos en un ‘Grupo’ al cual están asociadas diversas marcas como: Village, Uhu, Jovi, Stabilo y Avery. Hoy, tras la reestructuración orgánica de la compañía se establece que todas las empresas del grupo son iguales. Básicamente, ninguna está por sobre otra”, explicó Willeke.

En esta reestructuración, el Grupo Rhein puso en marcha una nueva división logística, compañía denominada “Servicios Grupo Rhein S.A.”. “Desde 2016 estamos trabajando como Operadores Logísticos, es decir, hoy en día la Gerencia Logística pasa a ser una empresa que cobra todos los servicios matriciales y corporativos a las distintas empresas del grupo”, explicó el Subgerente de Logística.

LOGÍSTICA COMO PROTAGONISTA

Tras el cierre de la fábrica y la reestructuración como Grupo Rhein viene todo un replanteamiento cultural, explicó Willeke; basado en los 5 pilares fundamentales que mueven al Grupo: la Excelencia Empresarial; las Personas Respetadas; el Trabajo Colaborativo; la Innovación y la Responsabilidad Social Empresarial y Medio Ambiente.

En la búsqueda de ahondar en esta nueva cultura, este año las dos compañías del Grupo trasladaron sus oficinas a un edificio corporativo en Macúl, donde trabajan en conjunto todos los equipos creativos de marketing y comercial de las dos empresas siempre bajo estos 5 pilares culturales”, explicó el Subgerente de Logística.

Ahora bien, en esta nueva estructura, ¿qué pasa con la operativa? Según describe Willeke, el factor logístico se define por el trabajo colaborativo y la innovación. “Acá trabajamos todos para todos. De hecho, una de las bases de esta política colaborativa es que todas las áreas pueden aportar con sus ideas y experiencias a mejorar los procesos logísticos. Eso no sólo se desarrolla a nivel interno, sino también



en relación con nuestros clientes y proveedores. Lo que queremos como Operador Logístico es establecer una relación sinérgica, donde ellos nos digan qué necesitan y podamos desde ambos lados mejorar los procesos de almacenaje, de despacho, de entrega, de packaging, entre otros.

Incluso, sostuvo Willeke, “hoy en día Logística es también una herramienta comercial y de marketing para salir a vender, ahí es donde buscamos diferenciarnos. La logística no es solo: camiones, cajas o bodegas; hoy en día la vemos más integrada, como una ventaja competitiva de mercado que marca la diferencia entre un buen y un mal servicio”.

Siempre en busca de lograr los índices de servicio que el grupo requiere para el éxito comercial, Willeke comentó que el Grupo Rhein emprenderá próximamente un nuevo desafío: La puesta en marcha de las operaciones logísticas en el nuevo Centro de Distribución consolidado que el

Grupo inaugurará en julio próximo en las instalaciones de ANYA, en el sector de Lo Echevers.

“En este nuevo CD se reunirán las operaciones matriciales y corporativas de las dos empresas del Grupo que a la fecha son realizadas de forma separadas”, sostuvo el ejecutivo.

El proyecto, liderado por Wilhem Willeke comprende – en sus palabras- “el almacenamiento logístico flexible que se adapte a la logística del cliente con aspectos como el trabajo colaborativo para definir procesos de valor agregado (etiquetado, paletizado, packaging, etc.) que generen mayor fluidez a sus procesos internos. Lo mismo ocurre con nuestros proveedores con los cuales estamos trabajando en el diseño de procesos que aporten valor en ambos sentidos”; tareas que –en base a la historia- se vislumbran exitosas para la emblemática Rhein. **LGI**



SE PARTE DE LA NUBE PÚBLICO PRIVADA
MÁS EXTENSA DE LATAM

IFX networks

Cuenta con servicios especializados en la **nube** para las necesidades de su empresa, y obtenga beneficios que sumarán al desarrollo de su estrategia como **flexibilidad y escalabilidad de recursos, alta disponibilidad de servicios, control de gestión, backup de datos y completa seguridad de las soluciones.**



www.ifxnetworks.com



contactenos@ifxcorp.com



+56 (2) 2589.4500



/ IFXNetworks1



@IFX_NETWORKS



IFX Networks

ALOG CHILE

LOGÍSTICA EN CHILE, CONTRA VIENTO Y MAREA

El año 2016 ha sido de grandes desafíos, tanto para el sector logístico como para la economía del país. Los paros de distintos servicios públicos y los robos a camiones en carretera fueron parte de las preocupaciones permanentes de este mercado.



En este sentido, destaca la permanente interacción que tuvimos con distintas instituciones públicas que se relacionan con el quehacer logístico y de comercio exterior. Entre ellas, el reporte estadístico "Análisis y tendencias de la industria logística en Chile", que hoy es la base del Observatorio Nacional de Logística, lanzado a fines del mes de enero pasado.

De este modo, no sólo cumplimos con un anhelo de muchos años, sino que dotamos al sector de una completa radiografía en cifras que nos permitirán medirnos y proyectarnos de cara al futuro.

También hemos contribuido en materia de educación, ya que para el sector logístico es fundamental contar con profesionales altamente capacitados para poder dar servicios del primer nivel que permitan seguir creciendo sostenidamente en el tiempo. Es así como a través del tiempo hemos aumentado las capacitaciones y aumentado la oferta de talleres y cursos que realizamos a través de la OTEC Alog Capacita, de tal modo de complementar los conocimientos de los trabajadores del sector.

En suma, vemos con optimismo el futuro. Proyectamos para los próximos años un crecimiento en torno al 5%, pese a los desafíos y dificultades que enfrentaremos, como siempre, con altura de miras.

Cynthia Perisic
Gerente General de ALOG Chile.

94

Ante esto, los actores de esta industria debieron tomar medidas adicionales para evitar la migración de sus clientes a nuevos proveedores de otros mercados que ofrezcan mayor certeza comercial, así como aumentar, por cuarto año consecutivo, su gasto en seguridad para proteger la vida de sus trabajadores y resguardar su negocio.

Es así como, en la actualidad, los costos logísticos representan entre el 18% y 35% del valor del producto final, cifra que supera la que registran los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), que alcanza un 8%. Pese a estas dos principales

problemáticas, el sector logístico ha continuado su desarrollo. Revisando diferentes estudios, bibliografías y analizando a nuestros pares de otras naciones, hemos detectado que no existe una fórmula que nos ayude a identificar el peso relativo de la industria en el Producto Interno Bruto (PIB) del país, sin embargo, logramos determinar que el sector que representamos actualmente tiene presencia en un 54% del PIB sectorial.

En ALOG Chile (Asociación Logística de Chile) hemos realizado un trabajo constante para impulsar el desarrollo estratégico de la industria nacional, procurando así el máximo valor para nuestros asociados.

AGUNSA ASISTIÓ EL PASO POR LA COSTA CHILENA AL PORTAAVIONES "USS INDEPENDENCE"

El gigante portaaviones de 60.000 toneladas, pasó por Magallanes y Valparaíso sin tripulación remolcado por el buque suministrador de plataformas Dino Chouest, desde la base naval de Kitsap de Bremerton estado de Washington, con destino final al puerto de Brownsville Texas.



Los servicios que AGUNSA entregó al Dino Chouest fueron el suministro de combustibles con su barcaza tanquera AGUNSA Capella, la coordinación de pilotaje para cruzar por el Estrecho de Magallanes en forma segura, el apoyo con remolcadores como escolta y maniobra durante el cruce por el Estrecho de Magallanes, además de la estadía en el Puerto de Valparaíso.

El "USS Independence" es el cuarto y último portaaviones de propulsión convencional, el cual entró en operaciones en 1959, hasta ser dado de baja en 1998 para ser desguazado este año en Brownsville. AGUNSA, en tanto, es una empresa chilena creada en 1960 como agente naviero, que fue extendiendo sus servicios a puertos, aeropuertos, logística y transporte, con cobertura en América, Europa y Asia.

Su experiencia internacional en el negocio naviero, le permite implementar las mejores prácticas a nivel mundial de abastecimiento de combustibles a los armadores y operadores de naves y ofrecer un producto-servicio del más alto nivel. Es miembro de IBIA -International Bunker Industry Association.

BSF INAUGURA NUEVO CENTRO DE BODEGAJE EN LO AGUIRRE

Un nuevo centro logístico, en el sector de Lo Aguirre a un costado de Ciudad de Los Valles en la Ruta 68, inaugurará este año el grupo Bodegas San Francisco (BSF). Los primeros 50.000 m2 comenzarán a operar en agosto y se proyecta una superficie total de 450.000 m2, en un período total de desarrollo de cinco años.



El centro Lo Aguirre será uno de los más modernos de la empresa y contará con importantes novedades tecnológicas. Entre ellas destacan luminarias LED para optimizar el consumo y mejorar la luminosidad y cubiertas tipo sándwich en los techos, para perfeccionar la aislación de las bodegas y la oscilación de temperatura.

Además, BSF estrenará un nuevo producto, ya que parte de los centros de distribución que se construirán tendrán 10 metros de altura al hombro, aumentando así la oferta en altura.

Bodegas San Francisco cuenta en la actualidad con centros de bodegaje en Chile y Perú con una gran amplitud de tamaños y tipos de bodegas, diversidad que es ampliamente reconocida en el mercado. De este modo, en un mismo centro logístico se pueden encontrar desde minibodegas de 25 m2 hasta completos centros de distribución de más de 100.000 m2. En líneas generales sus productos se pueden agrupar en tres tipos: Minibodegas, Bodegas Estándar y Centros de Distribución.

AR RACKING Y SPADE EQUIPEMENTS PRESENTES EN EL NUEVO ALMACÉN DE LEISURE'N PLEASURE

AR Racking instaló el nuevo almacén de la firma Leisure'n Pleasure en Lille, con el que esta firma dedicada al mobiliario y equipamiento para colectividades amplía su capacidad logística. El proyecto se ha realizado en colaboración con Spade Equipment, empresa especializada en el diseño de espacios de almacenaje que se ha sumado a la red de distribución de AR, estableciendo una alianza que se ha materializado en este primer proyecto conjunto.

El equipo de trabajo constituido por los técnicos de AR y Spade estudiaron las necesidades logísticas de Leisure'n Pleasure para establecer una solución a medida a los espacios y las condiciones disponibles. Esta se compone de un sistema de almacenamiento Drive In y un sistema de estanterías de paletización convencional, que en conjunto permitirán almacenar un total de 3.008 paletas, en un edificio que cuenta con un total de 2.800m2.



Desde Leisure'n Pleasure destacan la importancia del nuevo almacén en su actividad: "Para una empresa como la nuestra, con una alta exigencia de calidad, es primordial contar con un almacén que responda a las expectativas, y por ello hemos recurrido a especialistas como Spade Equipements que ha sabido responder a nuestras expectativas y ha realizado la instalación en el plazo previsto de dos semanas", afirma Loquet Christophe, responsable del proyecto.

EMOTRANS CHILE ABRE NUEVA SUCURSAL EN LA CIUDAD DE TALCA

Como reflejo del buen momento empresarial Emotrans anuncia la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Talca con lo que consolida su presencia en el centro sur del país. La nueva sede de Emotrans Talca complementa la red de oficinas en Iquique, Antofagasta y Santiago.

Con esta nueva instalación, la compañía pone énfasis en la atención de los clientes en la Región del Maule y Bío Bío norte; acción que va en la línea de su política empresarial y constante preocupación de entender y atender las necesidades locales de cada Región.

La ubicación de esta nueva oficina permite adicionalmente a la compañía hacer uso de los puertos ubicados en la bahía de Concepción (Talcahuano, San Vicente, Coronel y Lirquén), los cuales cobran especial importancia cuando los terminales de Valparaíso o San Antonio no se encuentran operativos por razones diversas.

Nicol Retamal Riveros, quien asume como nueva Gerente de Sucursal Talca, aseguró que "lo más importante para mí, lo cual va de la mano con mi meta como Branch Manager es entender que las empresas están compuestas por personas y no por recursos, que las personas tienen motivaciones, problemas, expectativas, capacidades y sueños. Todo proyecto, todo cambio, todo proceso, no es nada sin las personas que lo llevan a cabo. Por eso lo más importante es el componente humano, es la diferencia entre el éxito y el fracaso. Hoy quiero transmitir esto a nuestros clientes y hacer que Emotrans-Chile cada vez se posicioné más entre los embarcadores más importantes de nuestro país."

SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE LA EDUCACIÓN EN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Estimados lectores, les queremos contar que se ha unido a nuestro Council Sergio Flores Urquiza, destacado académico de la Escuela de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, de quien queremos compartir esta interesante reflexión que hizo sobre la educación en el entorno del Supply Chain Management:

Mi percepción, es que alumnos, textos de estudio y profesores (entre los que me incluyo) tienen un marcado sesgo hacia las "recetas" y "fórmulas", que aparentemente resolverían los problemas existentes en la Cadena de Suministros (CS). Dicho sesgo, normalmente conduce a una visión estrecha de las complejas interacciones que se generan entre los distintos actores que intervienen en la CS.

Una de las pocas excepciones a lo antes señalado, es la descripción del efecto "látigo", comúnmente enseñado a través del "juego de la cerveza". Dicho efecto, deja de manifiesto la falta de visibilidad y colaboración entre los distintos eslabones de la CS, amplificando la aleatoriedad percibida "aguas arriba" y generando en definitiva un mayor costo de operación para la cadena como un todo.

96

Evidentemente que lograr esta colaboración no es tarea fácil cuando se trata de diferentes empresas. Tampoco es fácil al interior de las empresas, donde sorprendentemente, la colaboración tampoco es una práctica habitual.

Así, es común encontrar ciertas fricciones entre las etapas de agregación de valor. Así por ejemplo, una situación de fricción se produce cuando el área de distribución o logística se queja del excesivo inventario que genera el área de producción cuando, tratando de maximizar el valor de "sus KPI", produce lotes de gran tamaño que incrementan los costos de inventario y al-

macenamiento. Adicionalmente, existen fricciones entre áreas funcionales. Así por ejemplo, los niveles de inventario requeridos por el área comercial para lograr los niveles de disponibilidad deseados, son más altos que los que pretende lograr el área de finanzas.

No obstante lo ilustrado en los ejemplos anteriores, es posible afirmar que el avance del conocimiento en modelos de optimización y tecnologías de información, están contribuyendo en la actualidad a dirimir tales controversias. Específicamente nos referimos al concepto de "frontera eficiente", que permite identificar y visualizar gráficamente el conjunto de opciones que permiten resolver los dilemas existen-

tes, teniendo como perspectiva contribuir a los objetivos del negocio como un todo y no los objetivos de áreas funcionales específicas. En síntesis, los profesionales de la CS deberían ser formados con un enfoque sistémico que les permita conceptualizar la CS y adquirir las herramientas para visualizarla e integrar a sus actores en función de las necesidades del negocio.

Sergio Flores es Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Católica de Valparaíso y Master of Science in Industrial Engineering, The Georgia Institute of Technology. Es profesor de la Pontificia de la Universidad Católica de Valparaíso y socio fundador de DE-MAFRONT SpA



IFX NETWORKS PRESENTA SU SOLUCIÓN DE BACKUP COMO SERVICIO

La tecnología cloud o nube es algo presente en la industria y que llegó para quedarse. En esta línea, IFX Networks presenta su solución de BAAS, denominada Backup como servicio y específicamente IFX Cloud Backup For Server, IFX Cloud Backup For Clients.

La solución se trata, como su nombre lo dice, de ofrecer el resguardo de la información como un servicio, sin tener que comprar software, sin tener que gastar grandes cantidades de dinero en almacenamiento o Storage On Premise, evitando de esta manera seguir con el modelo antiguo de ocupar espacio en rack, energía y enfriamiento, comentó Ernesto Valenzuela, Country Leader Cloud de IFX Networks Chile.

El ejecutivo ahondó sobre las ventajas de estas soluciones, donde destacó “el pago por uso, el que los respaldos no queden en las mismas instalaciones del cliente, sino que se pueden alojar en la nube de IFX y replicar a diferentes lugares para cumplir la regla 3 2 1. Todo esto sin perder el control de sus datos, ya que el mismo cliente puede tener acceso a su consola y gestionar sus recuperaciones y políticas de backup o si el cliente lo prefiere puede ser atendido a través de nuestro NOC”.

Finalmente, cabe destacar que este servicio puede ser proporcionado con enlaces públicos como el internet o el privado con un enlace MPLS

DHL ECOMMERCE INAUGURA LOS SERVICIOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN CHILE CON COBERTURA NACIONAL

DHL eCommerce, una división de Deutsche Post DHL Group (DPDHL), empresa líder en logística en el mundo, inauguró la operación de entregas nacionales B2C con soluciones personalizadas y centradas en el cliente en Chile. El sector de comercio electrónico chileno está preparado para duplicar su tamaño a \$2.300 millones para el año 2020.

“Dado que el comercio electrónico en Chile está creciendo a un paso tan acelerado, vemos una gran oportunidad para soluciones de alta calidad que ofrecerán una excelente experiencia al cliente y más opciones, conveniencia y control a los compradores en línea chilenos”, sostuvo al respecto, Charles Brewer, Director Ejecutivo de DHL eCommerce; agregando que “Percibimos un futuro brillante para el sector de comercio electrónico en toda América Latina, con un crecimiento proyectado de la TCCA del 21% y se espera que llegue a los \$54 mil millones para el año 2020”.

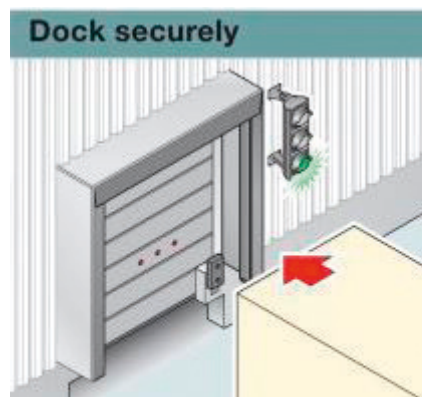


En tanto, el servicio de DHL eCommerce ofrecerá entregas al día siguiente en Santiago y otras ciudades principales dentro de Chile, y entregas en 2 a 3 días en el resto del país.

Aprovechando la experiencia en logística sólida y comprobada de DPDHL Group en más de 220 países y territorios, DHL eCommerce garantiza el mejor servicio de entrega nacional de su clase en Chile, con entregas rápidas, predictivas y seguras, respaldadas por tecnología innovadora para comerciantes, marcas y mercados electrónicos.

REFRICENTRO REALIZA EXITOSA IMPLEMENTACIÓN EN CD TALCA DE PRODUCTOS FERNÁNDEZ

La necesidad planteada por Productos Fernández, destacado productor de alimentos a, Refricentro consistió en habilitar un centro logístico del más alto estándar operacional, aprovechando al máximo la superficie construida, resguardando permanentemente la cadena de frío y la seguridad de sus trabajadores.



Basados en su experiencia como integradores de sistemas, Refricentro asumió con éxito el desafío para lo cual incorporó el sistema de punto de carga, denominado DOBO (Docking Before Opening).

Lo anterior se materializó en una rampa niveladora que se coloca en un túnel sin aislar o isotérmico exterior delante de la nave con el correcto sello de andén, sensores de proximidad, luces de comunicación y seguridades. Acoplado el

camión, se inicia la secuencia lógica de operación de luces, sello, puerta y plataforma para realizar la maniobra de carga-descarga segura y sin pérdidas.

Este sistema permite una instalación directa delante de la nave, ya sea en centros nuevos o existentes. Así, la bahía de la nave puede cerrarse con una puerta industrial eficiente energéticamente y el camión abrir sus puertas dentro de una zona aislada, resguardando la cadena de frío y ahorrando valioso espacio interior. Mediante pies regulables se compensa fácilmente posibles irregularidades del piso.

TALCAHUANO CELEBRA AÑO INTERNACIONAL DE LOS OCÉANOS CON MUESTRA INCLUSIVA UN MAR DE MARAVILLAS

Comprender la importancia de los océanos y de la vida en el mar es uno de los objetivos de la muestra inclusiva Un Mar de Maravillas que el CICAT de la Universidad de Concepción Par Explora Biobío de Conicyt, inauguró esta semana, en conjunto con la Municipalidad de Talcahuano y Portuaria TSV.

Esta exposición es una de las actividades preparadas por el CICAT para celebrar el Año de los Océanos y permitirá de manera simple y didáctica que niños, jóvenes y adultos puedan conocer el ecosistema marino y su importancia. Destaca el que se trate de una muestra inclusiva que contiene imágenes del fondo marino en relieve, figuras en tres dimensiones y rótulos en Braille para que personas con ceguera o discapacidad visual también tengan acceso a esta información.

Rodrigo Monsalve, gerente general de Portuaria TSV, señaló que como empresa se encuentran muy contentos de apoyar esta iniciativa, pues se enmarca en la Política de Sostenibilidad de la empresa y releva la importancia que el mar representa para la ciudad y también para la actividad portuaria.

IATA, CONTINÚA TENDENCIA POSITIVA EN LA DEMANDA DE CARGA AÉREA DURANTE FEBRERO

Según el informe mensual sobre la demanda global del transporte aéreo publicado por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por sus siglas en inglés), las toneladas de carga por kilómetro transportadas (FTK) aumentaron un 8,4% en febrero de 2017 respecto al mismo mes del ejercicio anterior. Tras el ajuste por el efecto del año bisiesto de 2016, la demanda creció un 12%, casi 4 veces más que el promedio de los últimos cinco años (3,0%).



dimientos. Debemos aprovechar el buen momento actual para impulsar la implementación de los procedimientos digitales del e-cargo, como e-Air Waybill, que prácticamente ha conseguido un 50% de penetración en el mercado", dijo De Juniac.

ANÁLISIS REGIONAL

Todas las regiones, excepto Latinoamérica, registraron aumento de la demanda en febrero de 2017. Las aerolíneas latinoamericanas vieron una caída de la demanda del 4,9% interanual (alrededor del 1% tras el ajuste por año bisiesto). La capacidad se contrajo un 7,2%. Los volúmenes desestacionalizados también se estancaron con una caída del 14% respecto al máximo de 2014. Los FTK han caído en 25 de los 27 últimos meses. Los transportistas de la región han logrado ajustar la capacidad y limitar, así, su impacto negativo. Latinoamérica sigue estando afectada por la debilidad económica y política.

Las aerolíneas norteamericanas experimentaron un crecimiento de la demanda del 5,8% interanual (más del 9% tras el ajuste por año bisiesto), debido en parte al aumento del transporte de mercancías hacia y desde Asia en enero (5,7% interanual). La capacidad se contrajo un 3,1%. La continua subida del dólar sigue estimulando las importaciones, pero perjudica las exportaciones. Las aerolíneas europeas registraron un aumento de los FTK del 10,5% interanual (alrededor del 14% tras el ajuste por año bisiesto).

La capacidad, medida en toneladas de carga por kilómetro disponibles, (AFTK) se contrajo 0,4% en febrero de 2017. La demanda de carga aérea en 2017 crece en consonancia con el repunte del comercio mundial, favorecido por el buen ritmo de las exportaciones globales del primer trimestre y entre las que destacan las exportaciones de componentes semiconductores utilizados en sistemas electrónicos de alto valor.

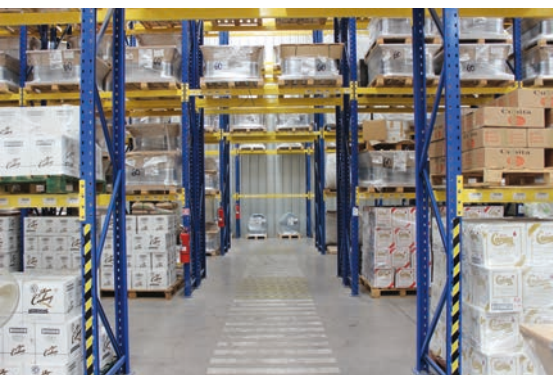
"El buen desempeño de febrero fue acogido con un optimismo cauteloso por el sector de carga aérea. La demanda creció un 12% casi cuatro veces la tasa promedio de los últimos cinco años. La expansión de la demanda superó también la

capacidad e impulsó los rendimientos del sector. Si bien hay signos de aceleración del comercio mundial, se acentúa el temor por la retórica proteccionista actual", dijo Alexandre de Juniac, director general y consejero delegado de IATA.

Los nichos de mercado como el comercio electrónico transfronterizo y los productos farmacéuticos sensibles a la temperatura, están creciendo de forma robusta, como se vio en el Simposio Mundial de Carga Aérea celebrado en Abu Dabi el mes pasado. "Se espera un fuerte crecimiento de los servicios especializados de valor añadido. Los exportadores saben que la clave para seguir creciendo a largo plazo pasa por la transformación digital de los proce-

CRECIMIENTO SOCIALMENTE RESPONSABLE

La incorporación de Central Bodegas a la Norma Iso 9001-2015 ha generado una serie de mejoras en la empresa. Lo primero es que la compañía cuenta con un sistema FODA, donde puede observar y adelantarse a las amenazas del mercado e interferir para revertir las debilidades. Esto le permite tener el foco puesto en el cliente y no descuidar lo que la empresa ha determinado como su centro.



Además la Norma incluye la incorporación de un programa de Responsabilidad Social orientado a sus empleados y a quienes rodean a la empresa. Es por eso que Central Bodegas ha desarrollado diversas actividades orientadas a ser socialmente responsables, como clases de lectura a los trabajadores que lo requieren, asistencia a una pequeña con parálisis cerebral que no tiene a nadie más que a su abuela jubilada, inversión en proyectos medioambientales para rebajar la contaminación

que emiten y aportes a un Hogar SOS para intentar dar una mejor vida a los pequeños que más lo necesitan.

En los últimos años la empresa ha ido dando un giro hacia una mirada más moderna que busca equilibrar el sentido de negocio con la sustentabilidad. Ha creado estrategias que van aparejadas de políticas sociales que sin duda ayudan y dan esperanzas a quienes se benefician. Central Bodegas trabaja arduamente para seguir creciendo junto a sus trabajadores y a quienes más lo necesitan. No deje de visitarlos en www.centralbodegas.cl

JCB: NUEVA GENERACIÓN DE MAQUINARIA COMPACTA

JCB, marca inglesa distribuida en Chile por DercoMq, presenta su nueva línea de maquinaria compacta de última generación compuesta por la retroexcavadora 3CX Compact y las miniexcavadoras 8018CTS y la 8035ZTS.

El espacio es cada vez un bien más valorado, por eso que su última innovación la retroexcavadora 3CX Compact, fue diseñada para ofrecer un excelente rendimiento en un espacio reducido. Además, es un 35% más pequeña que una retroexcavadora estándar con una anchura de bastidor trasero de solo 1.89 m, la 3CX Compact es casi medio metro más estrecha que una retroexcavadora estándar. Y la altura de desplazamiento de 2.74 m permite a la 3CX Compact acceder a espacios mucho más reducidos, ideal para entrar en jardines, parques y obras de construcción reducidas con acceso restringido.



En tanto, la nueva JCB 8018CTS destaca por su nueva geometría que proporciona más alcance, altura de carga y profundidad en la excavación. Su estructura trasera fue desarrollada para obtener una protección mejorada frente a daños en el lugar de trabajo. Para ofrecer mayor protección frente a daños, sus mangueras hidráulicas pasan por la pluma y el balancín. La miniexcavadora JCB 8035ZTS también destaca porque es una máquina compacta que entrega más seguridad en áreas con espacio limitado.

JOSÉ MARÍA ODRIÓZOLA, NUEVO PRESIDENTE DE OPERACIONES PARA UPS LATINOAMÉRICA

La empresa UPS nombró presidente de Operaciones de UPS Latinoamérica a José María (Chema) Odriozola, quien será responsable de todas las unidades comerciales y operaciones de la compañía en la región. El profesional se había desempeñado como gerente general de la compañía para Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia, desde el año 2015 y anteriormente lideró la Gerencia General de UPS Suiza durante 2014.



En el transcurso de 30 años, Odriozola desempeñó varios puestos claves para UPS en Europa, tales como gerente de división central en España, gerente de operaciones de transporte en Reino Unido e Irlanda, gerente de operaciones de transporte de los distritos de Europa del Sur y Occidental de la compañía, así como líder del Proyecto de Centralización de Planificación y Aprovechamiento de la Red Europea.

Odriozola comenzó su carrera en UPS en 1986 como supervisor de finanzas y contabilidad en

España, donde ocupó varios cargos en adquisición y compras, almacenamiento/ distribución y operaciones.

"Nos sentimos honrados de darle la bienvenida a Chema a la región de las Américas de UPS, quien contribuirá a llevar nuestro negocio a un nivel superior", comentó Romaine Seguin, presidente de UPS International, Inc., para la región de las Américas. "Esperamos beneficiarnos de su profundo conocimiento en las operaciones globales de UPS y del liderazgo que traerá a la región", añadió.

LATAM CARGO SE CONVIERTE EN LA PRIMERA AEROLÍNEA EN AMÉRICA EN OBTENER LA CERTIFICACIÓN CEIV PHARMA

El transporte de productos farmacéuticos requiere de procesos confiables y de muy alta calidad, que incluyen temperatura y tiempos controlados para asegurar la integridad del producto durante toda la cadena de suministro. Es por esto que, en enero de 2017, LATAM Cargo se sometió a la auditoría final, que tenía por objetivo comprobar que la compañía contaba con todos los procesos necesarios para cumplir con las normas asociadas al transporte de productos farmacéuticos.

Algunos de estos procesos son Gestión de Calidad, Entrenamiento de Personal, Manejo de Proveedores, Auditorías Internas, Transporte, entre otros. Tras superarla con éxito, LATAM Cargo se convirtió en la primera aerolínea en América en recibir la certificación CEIV Pharma otorgada por la IATA.

"Para LATAM Cargo es muy importante contar con esta certificación dado que respalda la calidad y consistencia de nuestro producto Pharma. Ser la primera línea aérea en América en obtener este reconocimiento es un reflejo de la efectividad de nuestros esfuerzos para posicionarnos como la opción preferida para el transporte de carga hacia, desde y dentro de América Latina", enfatizó Andres Bianchi, CEO de LATAM Cargo.

A nivel mundial, esta certificación comenzó en Bruselas en el año 2014 y ha ido ganando el reconocimiento de aerolíneas, aeropuertos, freight forwarders y shippers. Su objetivo general es elevar el conocimiento de la industria y lograr la estandarización global, contribuyendo a mejorar los procesos asociados al transporte de productos farmacéuticos.

E-COMMERCE DAY SANTIAGO. OTRA JORNADA EXITOSA PARA EL DEBATE ACERCA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

El e-Commerce Day Tour Latinoamérica ha llegado a su edición número 61 de eventos de capacitación, networking y actualización profesional en negocios por Internet en los 12 países que se desarrolla.



100

El pasado 27 de abril, en Centro Parque, se llevó a cabo la 9na edición del eCommerce Day Santiago 2017 organizado por el eCommerce Institute junto a la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), donde se dieron cita más de 2.600 asistentes y 70 speakers, para debatir sobre el presente y el futuro del eCommerce en Chile y en la región. El streaming del evento contó con más de 2.400 personas conectadas a nivel Nacional e Internacional que pudieron disfrutar de la agenda del encuentro que por tercera vez consecutiva contó con Revista Logistec entre sus Media Partners.

En la apertura del evento Rodrigo Mujica, Gerente de servicios empresariales y asuntos Internacionales de la Cámara de Co-

mercio de Santiago, enfatizó el crecimiento del eCommerce en Chile a tasas de un 20% anual, así como las expectativas de llegar a más de 5 mil millones de dólares en ventas a través de Internet en el país en los próximos cinco años. Este aumento considerable de la economía digital según el vocero se relaciona directamente con la inversión de las empresas chilenas en infraestructura y tecnología que lograron mejorar la eficiencia logística en la industria.

Como parte del compromiso de la CCS, destacó el trabajo que desde allí se realiza para fortalecer la industria y velar por el cumplimiento de las reglas para que las empresas compitan en igualdad de con-

diciones. Por su parte Marcos Pueyrredon, Presidente del eCommerce Institute, destacó la importancia de que todos los actores de la industria trabajen juntos con sinergia en las acciones para lograr mayor impacto y transformación a través de la economía digital en Chile y La Región.

Afirmó que ve al país como uno de los más estables en términos de crecimiento de eCommerce, con actores (tanto empresas como consumidores) maduros en el manejo de Internet y alentó a los profesionales del eCommerce a continuar trabajando por y para la industria en pos de la transformación digital, para volver a las empresas más competitivas en La Región.

CONDOMINIO EMPRESARIAL



VENTA Y ARRIENDO OFICINAS CON BODEGAS

▶ Tipo 1

Bodega: 169 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 41 m²
Total desde: 241 m²

▶ Tipo 2

Bodega: 269 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 41 m²
Total desde: 341 m²

▶ Tipo 3

Bodega: 369 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 105 m²
Total desde: 505 m²



- Conectividad y ubicación estratégica
- Innovador centro de servicios
- Moderna arquitectura y paisajismo
- Seguridad 24/7

Av. El Ventisquero 1111
Parque Industrial El Montijo, Renca.
Ventas: +56 9 4447 7460 / backoffice.cl

REZEPKA
INMOBILIARIA

DOBLE ACCESO POR:

- A. VESPUCCIO
- COSTANERA NORTE



ÉXITOSA FERIA INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA & COMERCIO EXTERIOR

Con una importante convocatoria e interesantes conferencias se desarrolló, el pasado 11 de abril, la cuarta versión de la Feria Internacional de Logística & Comercio Exterior (FILCE) en Casa Piedra; evento liderado por la Asociación de Profesionales en Logística (APLOG).



En su 4ta versión, Filce contó con la participación de 33 prestigiosas empresas del rubro, dedicadas al almacenamiento y transporte de mercaderías, así como a la implementación de diversas tecnologías para el sector logístico. Al mismo tiempo,

contó con un interesante programa de conversatorios en los cuales se discutieron temáticas como la multimodalidad del transporte de carga o los desafíos actuales en materia de comercio exterior.

Gianni Contenla, presidente de APLOG, expresó su satisfacción por la buena respuesta en convocatoria que tuvo el evento, al tiempo que agradeció la participación de las empresas expositoras.

102





Líderes en Diseño e Implementación
de Centros de Distribución.



ABRA ESTA VENTANA PARA
EL FUTURO DE SU EMPRESA

Desde la consultoría inicial, diseño, implementación, hasta la puesta en operación y constante apoyo operacional en los Centros de Distribución.

ALGUNOS CLIENTES EN LATINOAMÉRICA Y EL MUNDO

ABCDIN
ABERCROMBIE & FITCH
AEROPOSTALE
AGUNSA
AGROSUPER
ALIFRUT
ALVI
AMPHORA
APL LOGISTICS
AQUACHILE
ARIZTIA
ASDA GEORGE
AUSTRAL FREEZER
BCBG
BERTRAM
CAFFARENA
CASA&IDEAS





CHILETABACOS
CHILEXPRESS
CIA HERING
CONCHA Y TORO
C&A
CUEROS VÉLEZ
DIMERC
DITZLER
DORIAN'S
FALABELLA
FARMACIAS
GUADALAJARA
FARMACORP
FEROUCH
GEODIS WILSON
GEP
GOLDENFROST

GUANTE
GUESS
HEAD
ICB
INDUMOTORA
INKAFARMA
JOHNSON'S
J.C PENNEY
KAUFMANN
KOMATSU
KOMAX
LA POLAR
LEVI STRAUSS
LOEHMANN'S
LOGINSA
MAGAZINE LUISA
MATALAN

MERCO
MK
MTS
MOLETTO
MONSOON
NIKE
NORDSTROM
OECHSLE
PARIS
PESCACHILE
PF
PREUNIC
PRISA
PRIMARK
PROMERCO
RENNER
RIPLEY

SALINAS & ROCHA
SERVICIOS POSTALES
NACIONALES S.A.
SOPROLE
SOPRAVAL
STI
SUBURBIA
TELEMERCADOS
TK MAXX
TPS
TRANSLOGIC
TARGET
THE GAP
UNIMARC
WH SMITH
SALCOBRAND
ENTRE OTROS MÁS...

Contáctenos:

-  Chile: Tel. (562) 2958 8000
-  Perú: Tel. (511) 650 8348
-  Colombia: Tel. (571) 313 6888
-  Brasil: Tel. (5511) 3109 3200
-  USA: Tel. (818) 890 6002
-  México: Tel. (5233) 3124 5144



EMPRESAS CELEBRAN EXITOSO PRIMER GREEN DAY EN CHILE ORGANIZADO POR COMACO SERVICIOS LOGÍSTICOS

Ganador del premio Green Leaf a mejores prácticas medioambientales, en esta primera versión, fue Vulco Weir Minerals.

Con la finalidad de premiar y fomentar las mejores prácticas de cuidado al medioambiente, la empresa Comaco Servicios Logísticos SPA, organizó el primer Green Day, oportunidad en que se premió a la empresa Vulco Weir Minerals como la ganadora del "Green Leaf".

El encuentro se realizó en las instalaciones de Comaco en Parque Industrial Enea, instancia donde Vulco, reconocida por sus iniciativas medioambientales, recibió una hermosa escultura de la reconocida artista visual chilena Pilar Landerretche.

En la ocasión, Soledad Lama, gerente general de Comaco, indicó que "el propósi-

to de esta iniciativa es generar valor en la industria, en la comunidad, en los trabajadores, clientes y proveedores, así como expandir el potencial de conocimiento de trabajo conjunto y de aprovechar la fuerza del networking para fortalecer el compromiso de la industria con el cuidado del medio ambiente".

A su vez, el Seremi Metropolitano del Medio Ambiente, Jorge Canals de la Puente, felicitó la tan relevante iniciativa y celebró el Primer Green Day, realizado por Comaco. Además, ahondó en la necesidad de aunar esfuerzos públicos y privados en el cuidado al medio ambiente, pues a su juicio, "este tipo de iniciativas no solo

son una contribución al medio ambiente, también a la economía circular de las empresas, al bienestar del entorno, a ser un buen vecino con la comunidad y así transformarnos en un país inteligente, donde lo que nos une como ciudadanos, empresas, público y privado es mejorar nuestra calidad de vida, a través de prácticas medio ambientales en beneficio del país, la industria y la comunidad", señaló la autoridad ambiental.

Entre los finalistas también figuraron Grendot y Recimat, quienes expusieron sus mejores proyectos de cuidado medioambiental.





SOMOS UNA **RED DE PERSONAS**
TRANSPORTANDO TU NEGOCIO

 www.tnt.cl

 (2) 2360 5100



THE PEOPLE NETWORK



CONECTADOS PARA CADA NECESIDAD

**VISITA
NUESTRA
NUEVA WEB**



CONECTADOS CON EL FUTURO

Jungheinrich Chile, presenta su nueva web corporativa la cual ofrece una visión completa de la vasta gama de nuestros productos.

Además Ahora puedes consultar y cotizar online. Lo invitamos a navegar y a encontrar la solución que necesita.

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.

Puerto Madero 9691 -Parque Industrial Puerto,
Pudahuel Santiago de Chile. Central: +56 2 2499 7100
www.jungheinrich.cl