

REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]



FUTURE PROOFING

ESTRATEGIA EN EL AREA DE COMPRAS

SCCC
Sociedad Chilena de Control de Calidad

alog chile
Asociación Logística de Chile



LOGISTEC
EDICION
102
AGO | SEP 2017

PUNTO DE VISTA: LA Y EL CRECIMIENTO EN LATINOAMÉRICA
SUPPLY CHAIN: NÚMEROS DEL BODEGAJE NACIONAL
EQUIPAMIENTO: AUTOMATIZACIÓN EN LA LOGÍSTICA DE HOY
FREIGHT MANAGEMENT: CARGA TERRESTRE PARA LA INDUSTRIA FARMA



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

Calidad garantizada por
los certificados internacionales
más reconocidos



www.mecalux.cl [\(56-2\) 2827 6000](tel:(56-2)28276000) info@mecalux.cl

AGUNSA
Logistics

**EXPERTOS EN
LOGÍSTICA INTEGRAL
Y COMERCIO EXTERIOR**

**Programe su logística de importación
y exportación con nosotros**

- Espacios garantizados
- Servicio de puerta a puerta
- Asesoría en Comercio Exterior
- Oficinas propias en Asia, USA, Europa y Latam
- Carga de proyectos
- Carga consolidada

logistics@agunsa.com
www.agunsa.com

NUEVOS AIRES PARA LA INDUSTRIA

•••

A comienzos de 2017, las proyecciones económicas generaron un sentimiento de cautela en las empresas chilenas y la industria logística no estuvo exenta de esta preocupación. Nuevas inversiones, desarrollos y crecimientos en general estuvieron bajo la lupa de los ejecutivos, quienes analizaron minuciosamente el comportamiento del mercado y los consumidores.

Ya cuando entramos a la última parte del año, el sentimiento parece haber cambiado y hoy los actores de la economía chilena se muestran esperanzados y confiados en la reactivación del país. Los buenos

signos de las economías asiáticas, el alza en el precio del cobre y una disminución del índice de desempleo a nivel nacional son algunas de las situaciones que sustentan este optimismo de la industria y que hace presagiar un mejor 2018.

La industria logística, en general, también vive un buen momento. La entrada de nuevos actores, importantes desarrollos logísticos, construcciones de nuevos y modernos centros de distribución son señales de buenos signos para el mercado. Así, importantes industrias como Farma, Minería, Retail y Construcción proyectan un mejor 2018, lo que se transforma a su vez en desafíos para los proveedores logísticos, quienes deberán responder a los requerimientos de desarrollo y crecimiento de estos sectores con un sentido

de eficiencia y modernidad que va muchas veces ligado a la implementación de tecnología.

Para nosotros, como medio especializado de la industria, los próximos meses también son de crecimiento y nuevos desafíos. LogistecTV asoma como nuestro nuevo canal de comunicación al servicio de la industria para dar a conocer nuevos proyectos, coberturas de eventos, lanzamientos de productos, entrevistas y reportajes en profundidad. Asimismo, ya comenzamos a trabajar en lo que será nuestra V Feria Logística, LOGISTECEXPO 2018, que se realizará el primer semestre del próximo año, en las nuevas instalaciones de MegaCentro.. **Muchas Gracias**



PUNTO DE VISTA
IA Y EL CRECIMIENTO
EN LATINOAMÉRICA

04

EN PRÁCTICA
LINDE
IMOLOG
AR RACKING
SYNCRO

40

42

50

52

LÍDERES
JOSÉ LUIS CONTRERAS
ISAAC SANTIBÁÑEZ
MARCIA MENA

44

46

48

FREIGHT MANAGEMENT
FARMA
INFORME ACCESIBILIDAD
PUERTO A PUERTO

60

66

70

LOGÍSTICA
CONFERENCIA ELOGISTICS DAY
MERCADO LABORAL LOGÍSTICO
START-UP
PERFIL LOGÍSTICO

74

78

80

84

ASOCIACIONES
LOGISNEWS
EVENTOS

86

87

92

REVISTA Logistec

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

P10

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

10. NÚMEROS DEL BODEGAJE NACIONAL
14. MERCADO FARMA
18. MARKETING INDUSTRIAL
26. FUTURE-PROOFING Y ÁREA DE COMPRAS



P36

UN DÍA EN
HOSPITAL MILITAR DE SANTIAGO



P30

e-COMMERCE
30. AMAZON EN LA MIRA
34. ENTREGA A DOMICILIO EXPRES



P54

EQUIPAMIENTO
54. AUTOMATIZACIÓN EN LA LOGÍSTICA DE HOY
58. TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA





LA REVISTA #1

para los Logísticos de Chile



BIBLIOTECA DIGITAL



LINKEDIN



TWITTER

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO



www.jungheinrich.cl | C4



www.mecalux.cl | C2



www.megacentro.cl | C3



www.agunsa.cl | 1



THE PEOPLE NETWORK

www.tnt.cl | 5



www.emotrans.com | 7



www.bsfc.cl | 9



www.ert.cl | 13



www.dhl.cl/es/ecommerce | 17



www.mindugar.com | 19



www.quadminds.com | 21



www.bodenorflexcenter.cl | 25



www.dercomaq.cl | 27



www.solargroup.cl | 29



www.refricentro.cl | 33



www.symple.cl | 39



www.arrimaq.com | 45



www.tw.cl | 47



www.parqueempresarial.cl | 49



www.danco.cl | 57



www.megaconsulting.cl | 63



www.imolog.cl | 65



www.miebach.com | 67



www.linde-hl.cl | 69



www.centralbaodegas.cl | 73



www.finning.com | 81



www.estrellasolitaria.cl | 83



www.ar-storage.cl | 89



www.ifxnetworks.com | 95



www.sdigroup.cl | inserto

AÑO 17 EDICION 102
 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.



CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) PUEDE GENERAR CRECIMIENTO EN SUDAMÉRICA



Por: Armen Ovanessoff y Eduardo Plastino.
Estudio Desarrollado por Accenture.

Sudamérica tiene la necesidad apremiante de lograr una solución sostenible para su persistente bajo nivel de productividad y crecimiento económico. Afortunadamente, en el horizonte se vislumbra un nuevo factor de producción, que promete transformar la base del crecimiento económico en toda la región y más allá.

El fin del último boom económico en Sudamérica, a principios de esta década, expuso una vez más la dependencia que tiene la región de las exportaciones de productos básicos y una incapacidad de abordar su persistente déficit de productividad. Nuestro estudio revela que la capacidad que tiene la inversión de capitales de impulsar el progreso económico está declinando y que el crecimiento de la mano de obra es cada vez más lento. Estas dos palancas son los determinantes tradicionales de la producción; sin embargo, no pueden proporcionar el crecimiento y la prosperidad duradera que buscan las economías sudamericanas.

Aun así, el pesimismo a largo plazo es injustificado. Dada la reciente convergencia de un conjunto transformador de tecnologías, las economías están ingresando a una nueva era en la cual la inteligencia artificial (IA) tiene el potencial de superar las limitaciones físicas del capital y la mano de obra, generando nuevas fuentes de valor y crecimiento.

En efecto, Accenture analizó 5 economías sudamericanas, así como de varios otros países desarrollados y emergentes, y encontró que la IA tiene



SOMOS UNA **RED DE PERSONAS**
TRANSPORTANDO TU NEGOCIO

 www.tnt.cl

 (2) 2360 5100



THE PEOPLE NETWORK

el potencial de agregar hasta un punto porcentual a los índices de crecimiento económico anual de la región para el año 2035.

Sudamérica ya está tomando a la IA muy seriamente. Las empresas mineras ya están utilizando máquinas autónomas en las minas de Perú; los reclutadores de personal aprovechan los algoritmos de "emotion analytics" en Chile y los clientes de los bancos, de las aerolíneas y de los retailers en toda la región están hablando con "chatbots" (programas que "conversan" con las personas al proveer respuestas automáticas a entradas hechas por el usuario).

Los académicos sudamericanos están desafiando los límites en áreas que van desde el control de epidemias hasta la identificación de fraude en la distribución de la electricidad. Empresas multinacionales, como por ejemplo Unilever, están desarrollando y lanzando pilotos de soluciones de IA en Sudamérica como piloto de prueba antes de implementarlas en todo el mundo. Y todo esto es posible gracias al gran interés que demuestran los líderes de negocios de la región, especialmente los CIOs, y el comprobado interés y aceptación de las soluciones de alta tecnología por parte de los consumidores.

mente hacia una mayor innovación, productividad y progreso económico. Para evitar perderse esta oportunidad, los formuladores de políticas públicas y líderes de negocios deben prepararse y trabajar en pos de un futuro con inteligencia artificial. Deben hacerlo, pero con la idea de que la IA no es simplemente otra tecnología que mejora la productividad, sino la herramienta que puede transformar nuestro pensamiento sobre cómo se genera el crecimiento.

EL NUEVO FACTOR DE PRODUCCIÓN

En las últimas décadas, se han reducido los índices de crecimiento del producto interno bruto (PIB) mundial. Las principales economías sudamericanas no han sido la excepción. Incluso el período de alto crecimiento que disfrutaron en la primera década de este siglo ha dado lugar a un casi estancamiento. Las principales mediciones de la eficiencia económica han caído de manera pronunciada, mientras que el crecimiento de la mano de obra también se está reduciendo en la región.

La desaceleración económica en Sudamérica destaca los problemas persistentes de productividad de la región. Los aumentos de productividad de Sudamérica han sido

el período 2001-2005, el grupo de cinco importantes economías sudamericanas en nuestro estudio mejoró su productividad total de los factores (PTF) en un promedio anual del 0,7 por ciento. Durante el mismo período, la PTF de Indonesia creció un 2,1 por ciento y la de Corea del Sur, un 2,0 por ciento al año (Figura 2). Durante esa época de bonanza, las empresas sudamericanas tenían el lujo de ignorar sus limitaciones de productividad porque los altos ingresos—especialmente por las exportaciones de productos básicos y el consumo interno—les aseguraban la prosperidad aunque sufrieran una reducción en los márgenes. Esta situación no pudo sostenerse. En la actualidad, las fuentes de ingreso son menos generosas, y el problema de productividad en la región ha quedado al descubierto. (Figura 3). Un resurgimiento sostenible del crecimiento debe ir acompañado por un aumento de la productividad.

¿DE DÓNDE PROVENDRÁ EL NUEVO CRECIMIENTO Y LA PRODUCTIVIDAD?

Tradicionalmente, el capital y la mano de obra son los "factores de producción" que generan expansión económica. El crecimiento ocurre cuando aumenta el capital o la mano de obra, o cuando los mismos son utilizados de manera más productiva. En Sudamérica, la efectividad en el uso del capital ha bajado desde hace una década y el crecimiento de la población en edad laboral activa se está desacelerando rápidamente (Figuras 4 y 5).

¿Esto implica que Sudamérica está experimentando el fin del crecimiento tal como lo conocemos? Por más desalentadores que sean los datos para la región—y para la mayor parte del mundo— se pierden una parte importante de la historia.

Este elemento faltante es cómo las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial afectan el crecimiento en la economía. Los economistas siempre han pensado que las nuevas tecnologías generan crecimiento a través de su capacidad de mejorar la PTF.

FIGURA 1:

CRECIMIENTO DEL PIB GLOBAL

Una larga desaceleración.

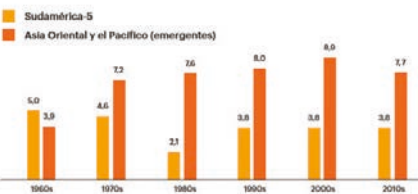


CreCIMIENTO del PIB global, promedio móvil a 3 años (%)

Fuente: Banco Mundial y Accenture

CRECIMIENTO REGIONAL

Los mercados emergentes de Asia crecen más rápido que las economías sudamericanas desde hace décadas.



CreCIMIENTO promedio anual del PIB

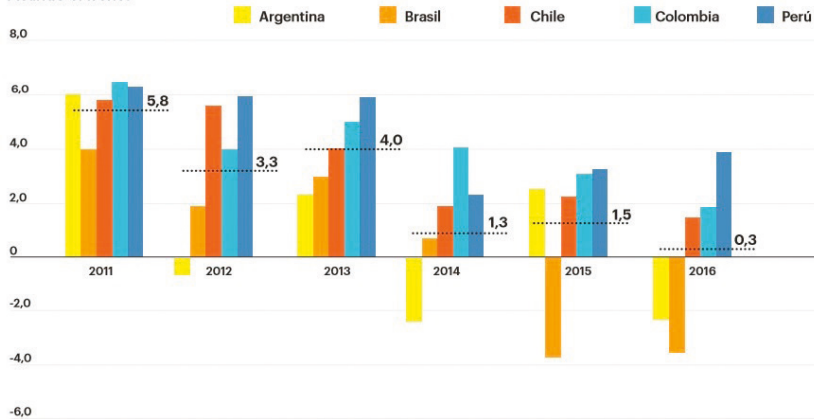
Fuente: Banco Mundial y Accenture
Sudamérica-5 es el promedio no ponderado de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

Los líderes sudamericanos tienen muchas razones para apostar a esta oportunidad que permitirá a la región avanzar rápida-

mediocres incluso durante los períodos de crecimiento de la región. Por ejemplo, durante la aceleración del crecimiento en

FIGURA 2: DESEMPEÑO RECIENTE DE SUDAMÉRICA

Pisando el freno.



Crecimiento anual del PIB (%)

Fuente: Oxford Economics

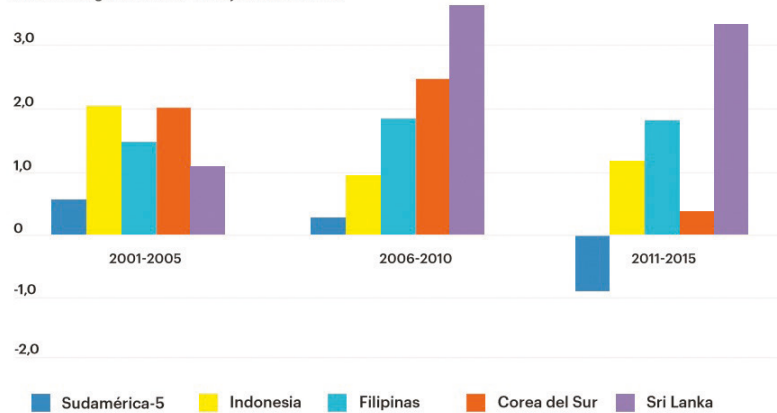
Los datos del 2016 son estimados para Argentina, Chile, Colombia y Perú

Esto tenía sentido para las tecnologías que hemos visto hasta ahora. Los mayores avances tecnológicos de los dos últimos siglos—la electricidad, el ferrocarril y la tecnología informática—aumentaron radicalmente la productividad.

potencial de ser no solamente otro factor que impulsa la PTF, sino un factor de producción completamente nuevo. ¿Cómo puede ser esto posible?. La clave es darse cuenta de que la IA es algo más que sólo otra oleada tecnológica. Se trata de un hi-

FIGURA 3: EL PROBLEMA DE LA PRODUCTIVIDAD

El Asia emergente le saca ventaja a Sudamérica



Variación anual promedio de la productividad total de los factores en el periodo (%)

Fuente: The Conference Board - Total Economic Database, y Accenture

Sudamérica-5 es el promedio no ponderado de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú

En la actualidad, estamos presenciando el despegue de otro conjunto transformacional de tecnologías, comúnmente denominadas "Inteligencia Artificial" (ver "¿Qué es la inteligencia artificial?"). Muchos consideran a la IA como algo similar a los inventos tecnológicos del pasado. Si creemos esto, podemos esperar cierto crecimiento, pero nada transformativo. Sin embargo, creemos que la IA tiene el

brido único de capital y mano de obra. A diferencia de las tecnologías anteriores, la IA crea una fuerza laboral completamente nueva. Puede replicar las actividades laborales a mayor escala y velocidad, e incluso realizar algunas tareas que superen las capacidades de los humanos. Sin mencionar que en algunas áreas tiene la capacidad de aprender más rápido que las personas—aunque, por ahora, sin la

EMO TRANS
Customized Global Logistics

3PL SOLUTION
SUCCESS BY PERFORMANCE



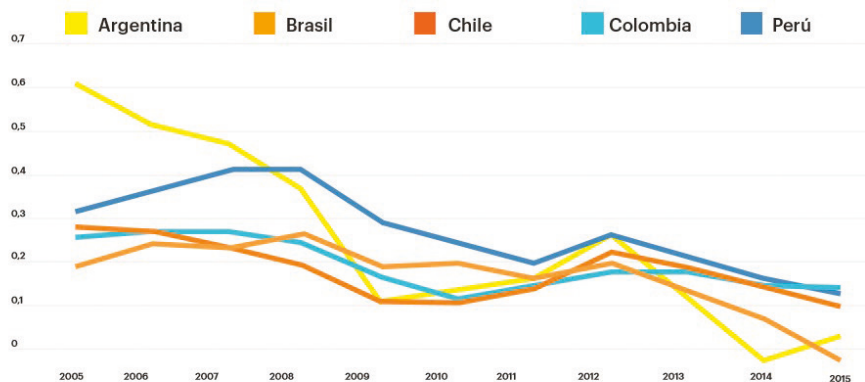
THIRD PARTY LOGISTICS

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

FIGURA 4: EFICIENCIA DEL CAPITAL

El índice de eficiencia marginal del capital, como un indicador de la productividad de los bienes de capital, como por ejemplo la maquinaria y los bienes inmuebles, ha caído substancialmente en la última década.



Eficiencia marginal del capital, promedio móvil a 3 años
Fuente: Banco Mundial y Accenture

el escenario de la IA, que muestra el crecimiento económico esperado una vez que el impacto de la inteligencia artificial haya sido absorbido por la economía. Dado que se necesita tiempo para que el impacto de una nueva tecnología comience a reflejarse mejor en la economía, utilizamos el 2035 como el año de comparación.

Según nuestra modelización de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, la IA produce los mayores beneficios económicos en términos absolutos para Brasil, culminando en US\$ 432.000 millones adicionales en su VAB en el 2035. Esto implicaría un impulso de 0,9 puntos porcentuales para el crecimiento de ese año. Chile y Perú podrían aumentar su VAB en un punto porcentual en 2035 gracias a la inteligencia artificial. Mientras tanto, Colombia podría tener una expansión adicio-

misma profundidad. Por ejemplo, al utilizar asistentes virtuales, se pueden revisar 1.000 documentos legales en cuestión de días en lugar de tomarles seis meses a tres personas. Análogamente, la IA puede materializarse como capital físico, como por ejemplo los robots y las máquinas inteligentes. Y, a diferencia del capital convencional como son las máquinas y los edificios, puede mejorar con el tiempo, gracias a sus capacidades de auto-aprendizaje. En base a nuestro análisis y modelización, podemos ilustrar qué sucede cuando la IA se percibe como un nuevo factor de producción en lugar de solamente un mejorador de la productividad.

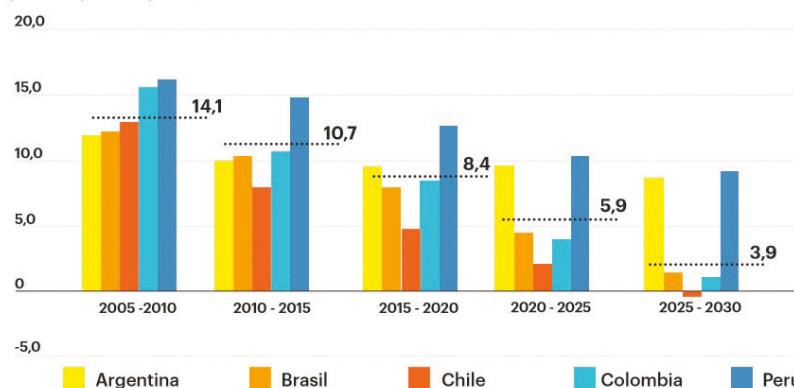
Por ejemplo, el impacto en el crecimiento proyectado para Brasil es importante. El primer escenario no asume ningún efecto de la IA. El segundo indica la visión tradicional de IA como mejorador de la PTF, con un impacto limitado en el crecimiento. El tercer escenario muestra qué sucede cuando la IA actúa como un nuevo factor de producción, logrando un efecto notable en el crecimiento. El verdadero potencial de la IA está en esta capacidad de complementar y mejorar los factores tradicionales de producción.

Para entender el valor de la IA como un nuevo factor de producción, Accenture y Frontier Economics modelizaron el posible impacto de la IA para cinco economías que, en conjunto, generan alrededor del

85 por ciento de la producción económica sudamericana. Nuestros resultados revelan oportunidades notables para la creación de valor.

FIGURA 5: MANO DE OBRA

Con el envejecimiento de las poblaciones y la desaceleración en las tasas de natalidad, habrá menos personas para componer la mano de obra.



Crecimiento promedio anual de la población en edad laboral por cada 1.000 residentes
Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) - Datos y proyecciones
Edad laboral definida como 15-59 años

Descubrimos que la IA tiene el potencial de adicionar hasta un punto porcentual a los índices anuales de crecimiento económico en la región—un remedio poderoso para la desaceleración de los últimos años. Para estimar el potencial económico de la IA, comparamos dos escenarios para cada país. El primero es el escenario base tomado como punto de referencia, que muestra el índice de crecimiento económico anual esperado según los supuestos actuales referidos al futuro. El segundo es

nal de 0,8 puntos porcentuales. Las comparaciones entre los países enmascaran el importante impacto que la IA podría tener en economías aparentemente rezagadas. Por ejemplo, se espera que la IA eleve el índice de crecimiento de Argentina en 2035 del 3,0 por ciento al 3,6 por ciento. Esto implica el menor impulso generado por la IA entre los 5 países. **LGI**



ESTAMOS PREPARADOS
PARA ENTREGAR LA
CONFIANZA 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



PRIMER SEMESTRE 2017: LOS NÚMEROS DEL MERCADO DE BODEGAJE NACIONAL

RECIENTEMENTE SE LIBERARON LOS DOS PRINCIPALES REPORTES DE LA INDUSTRIA DEL BODEGAJE NACIONAL; INFORMES QUE REFLEJAN PERSPECTIVAS INTERESANTES DE LA INDUSTRIA, A PARTIR DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO EN CURSO. A CONTINUACIÓN, PRESENTAMOS LOS HIGHLIGHTS DERIVADOS DE AMBOS DOCUMENTOS... ¡VEAMOS CÓMO SE MOVIÓ EL MERCADO DE BODEGAJE!

Como ya es tradición, las prestigiosas consultoras del rubro inmobiliario: Colliers Internacional y Global Property Solutions (GPS) liberaron sus respectivos reportes de la Industria de Bodegaje Nacional a partir del desempeño del sector durante el primer semestre de 2017; resultados que reflejan –entre otros aspectos- una baja en la producción en relación a los dos periodos anteriores. En tanto, cabe destacar que los resultados presentados en ambos documentos tienen como base datos aportados por los actores del sector en el periodo Enero-Junio 2017, medidos por cada consultora a partir de clasificaciones específicas en materia de segmento y tipos de recintos. (Ver Glosario)

En torno al estado del arte del sector, a partir de lo descrito en el "Reporte Mercado de Centros de Bodegaje, 1º Semestre de 2017", elaborado por Global Property Solutions (GPS), el primer semestre del año se desarrolló dentro de un pobre desempeño de la economía local, presentando indicadores macro económicos por debajo de las expectativas del regulador que auguran un bajo crecimiento para el cierre del ejercicio en curso.

"En línea con este escenario, el mercado de bodegas para arriendo se observa cauteloso, cerrando el semestre con una acotada nueva oferta, registrando ingresos por un total de 63.025 m² consistentes principalmente en ampliaciones de centros existentes. Dichos ingresos son un 64% más bajo que el semestre anterior, cifra histórica solo registrada en los inicios de los años 2009 y 2015", citó el reporte.

Por su parte, el informe "Centros de Bodegaje Primer, Semestre 2017", desarrollado por Colliers Internacional, sostuvo que durante el primer semestre del 2017 solo se registraron ingresos por 9.940 m², "monto bastante menor a lo que se ha dado en los semestres anteriores", citó el estudio. "Esta situación de bajos ingresos se debiera revertir en el segundo semestre del 2017, donde se esperan mayores

ingresos en cuanto a metros disponibles de centros de bodegaje", sostuvo el documento.

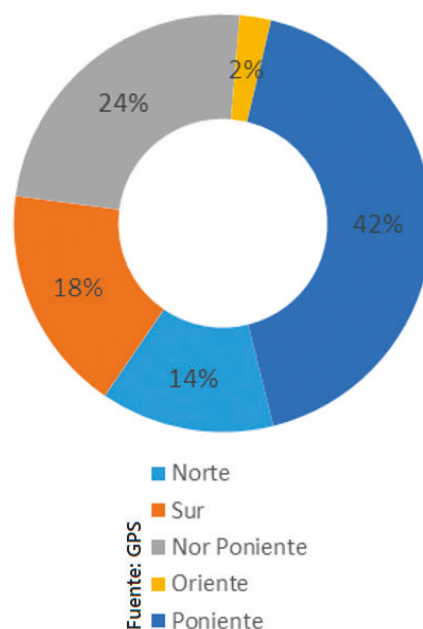
DE LA OFERTA Y LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO

En materia de participación de mercado, al cierre del primer semestre de 2017, según el reporte de GPS, los liderazgos se mantienen. Así, en el mercado de bodegas Clase I, Bodegas San Francisco sigue a la cabeza concentrando un 36,5% del stock total con 1.382.441 m² de bodegas, distribuido en 7 centros. Le sigue Bodenor Flexcenter con un 15,9% de participación, equivalente a 599.811 m². En tercer lugar se ubica la red Megacentro con un 8,2% del inventario, distribuido en 9 centros que suman un total de 311.040 m². En torno al mercado de Clase II se mantiene como protagonista el operador San Martín Logística con un 20,2% de participación, equivalente a 52.200 m², seguido de lejos por Spacioflex con un 9,3% del stock total, sumando 24.000 m². En tercer lugar se posiciona al operador Las Garzas, quien en sus dos centros Clase II acumula un total de 21.548 m², con una participación del 8,7%. (Ver Figura 1)

En torno al inventario total al cierre del primer semestre de 2017, el reporte de GPS sostuvo que "al cierre del período en estudio, el stock de bodegas Clase I se compone de 80 centros, en un total de

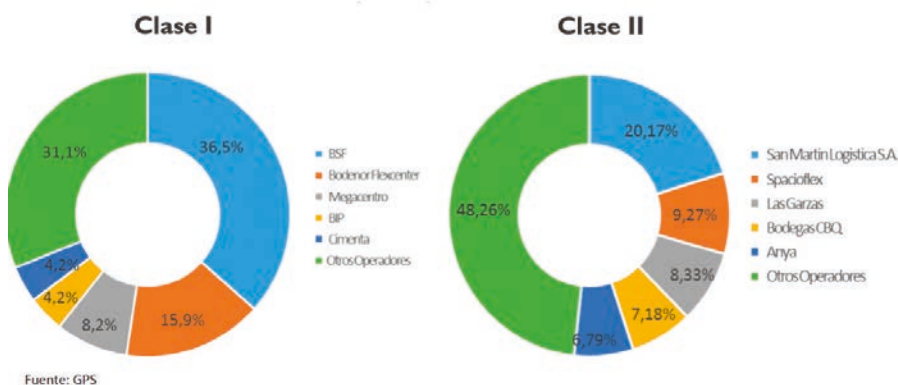
3.783.753 m² de bodegas", acotando que se elimina del catastro de GPS el Centro de Bodegaje de 12.000 m² de bodega en corredor Oriente que recicla su terreno para desarrollo inmobiliario habitacional. En esta línea, la concentración de los centros Clase I es liderada por el sector Poniente, con un 42% del stock total del mercado. Le sigue el corredor Nor Poniente con un 24% de participación; mientras que en tercer lugar se encuentra el corredor Sur con un 18% del stock total de mercado. (Ver Figura 2)

CONCENTRACIÓN MT2 CLASE I



En la misma medición, para el segmento de Clase II, sin el registro de ingresos

PARTICIPACIÓN DE MERCADO CLASE I - CLASE II. PRIMER SEMESTRE 2017

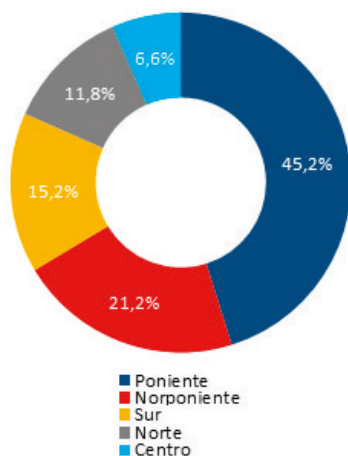


durante el período, “el stock de bodegas Clase II suma un total de 258.821 m², distribuidos en 17 centros. Dichos centros se concentran en el corredor Norte con un 60% del stock total del mercado; con 10 centros en funcionamiento, le sigue el corredor Nor Poniente con un 25% de participación y un total de 4 centros”. En este punto, cabe consignar que se incorporó al catastro de GPS un Centro de Bodegaje en corredor Norte posterior a su recepción final, con 11.026 m² de bodega.

Por su parte, el informe de Colliers Internacional explicó que en relación a la participación de mercado, el sector predominante continúa siendo el sector Poniente con un 45,2%, seguido por la zona Norponiente con una participación de 21,2%. Mientras que el sector Sur y Norte registran una participación de stock total que alcanza el 15,2% y 11,8%, respectivamente. (Ver Figura 3)

Siempre en torno a la participación por sector, cabe destacar los datos aportados por GPS que considera para la Clase I el predominio de participación de mercado para la comuna de Pudahuel. Mientras que en la Clase II el predominio lo ostenta la comuna de Quilicura. (Ver Figura 4)

PARTICIPACIÓN DE MERCADO BODEGAJE POR SECTOR. PRIMER SEMESTRE 2017



Fuente: Colliers Internacional

gistrándose una superficie disponible de 206.903 m²”, citó el estudio.

Respecto a los sectores con mayores vacancias, según el estudio “destaca el sector Sur con un 19,1%, el resto de los sectores se encuentra en rangos similares: 6,2% para el sector Norponiente; 5,66% sector Norte; Centro 5,05%, y sector poniente con un 2%”.

a la baja en relación al período anterior, con solo un 2% de variación en el mercado global. En el análisis por corredor, se destaca el desempeño de la zona Nor Poniente, “que registra una disminución en su superficie disponible, situando su tasa de vacancia en un 5% de su stock total, con un 33% de disminución en relación al período anterior, y que sin registrar ingresos, presenta una absorción neta de 22.659 m²”, cita el estudio.

Por otro lado, el corredor Sur, “pese a registrar una importante colocación por parte de un usuario del retail, continúa situando su tasa de vacancia por sobre los rangos saludables de mercado, con un 21% de su stock total disponible, equivalentes a un 139.711 m² de bodega, concentrando un 50% de la vacancia de la Región Metropolitana”, explica el texto.

En cuanto a la tasa de vacancia del mercado de bodegas Clase 1 para el primer semestre de 2017, las cifras de GPS expresan que “se observa un aumento en la demanda de pequeñas superficies en el rango de 500 a 1.000 m², siendo reflejo de esto la disminución de un 18% en la tasa de vacancia mercado Clase II, totalizando

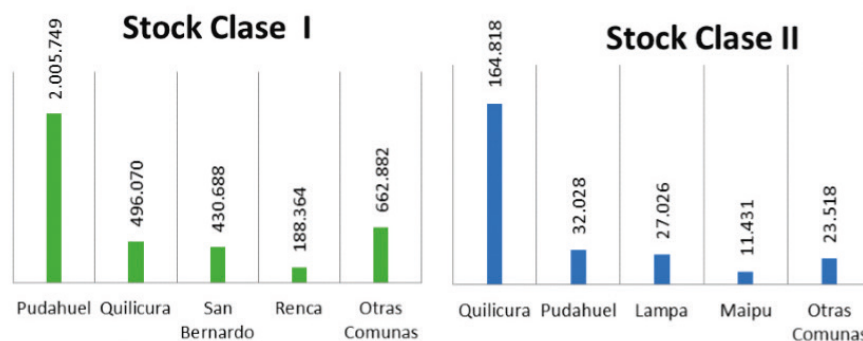
DE LA PRODUCCIÓN Y LA VACANCIA

12

Según los recintos medidos por Colliers, el primer semestre del 2017 registró una producción de 9.940 m², monto menor a lo mostrado en los semestres anteriores. Este nuevo ingreso corresponde a un centro de bodegaje ubicado en el sector Sur de la Región Metropolitana. Respecto al inventario acumulado, en tanto, éste queda con 3.377.550 m² de superficie útil de Centros de Bodegaje para este primer semestre del 2017.

Ahora bien, en torno a la tasa de vacancia promedio, al cierre del primer semestre del 2017, según Colliers, registró un 6,1%, es decir, 0,8 puntos porcentuales menor al último semestre del año anterior, “re-

FIGURA 4 INVENTARIO POR COMUNA. PRIMER SEMESTRE 2017



Fuente: GPS

Ahora bien, a partir de la clasificación de bodegas realizada por GPS, la tasa de vacancia del período en estudio para el mercado de bodegas Clase I, se sitúa en un 7,34%, equivalentes a 277.655 m² de bodega. Dicha tasa se observa levemente

34.349 m² disponibles que equivalen a un 13,27% del stock total”. Dicha vacancia se concentra en el corredor Norte, con 56% del total de la superficie disponible. Los precios de oferta se observan estables, cerrando el período en estudio con un

precio promedio ponderado de 0,109 UF/m² para el mercado Clase 1, y 0,126 UF/m² para el mercado Clase II, según los datos publicados por GPS.

DE LAS VARIACIONES EN EL PRECIO Y LAS PROYECCIONES

Presentando una interesante tabla de variación de precios (Ver figura 6), el estudio de Colliers establece que el valor promedio se mantuvo en línea con respecto al semestre anterior, alcanzando los 0,128 UF/m². "Al igual que el semestre anterior, la Zona Centro es el que presenta mayores precios promedio, registrando para este semestre 0,137 UF/m², seguido por la Zona Norte que registra una tarifa levemente inferior de 0,136 UF/m² en promedio. En tercer lugar estaría la Zona Poniente con 0,129 UF/m², seguido de la

zona Norponiente con 0,125 UF/m² y, en último lugar, la Zona Sur con 0,121 UF/m²", cita el estudio.

Según el estudio de GPS, los precios de oferta también "se observan estables", cerrando el período en estudio con un precio promedio ponderado de 0,109 UF/m² para el mercado Clase 1, y 0,126 UF/m² para el mercado Clase II. Ahora bien, respecto de las proyecciones de producción futura, el Informe de GPS observa que el retraso de obras e iniciativas de proyectos en stand by marcan el escenario de la producción futura del periodo en estudio. "Para el ejercicio en curso, se espera el ingreso de 200.000 m² de bodegas en el mercado Clase 1 correspondientes principalmente a ampliaciones de centros existentes y un único proyecto nuevo en el sector de Lo Boza", cita el estudio.

En este escenario, según el documento publicado por GPS, "destaca la comuna de Pudahuel, cuyos ingresos proyectados

concentran un 64% de la superficie esperada para el presente año, equivalentes a 122.000 m². Le sigue la comuna de Quilicura con 35.500 m², correspondientes a un 19%. El mercado Clase II proyecta el ingreso de 24.000 m², superficie que se distribuye en 3 centros en las comunas de Lampa, Quilicura y Colina".

Siempre en torno a la producción futura del mercado de bodegas para venta, según el reporte de GPS, ésta se muestra "activa con miras al término del año 2017 y 2018"; esperando entre otros, los ingresos de los proyectos Work Center Miraflores en su tercera etapa y Back Office Business Park, que se encuentran en comercialización para venta en verde. "Dicho mercado, pondera un precio de oferta promedio de 28,1 UF/m², con valores que van desde los 23,2 UF/m² en la comuna de Lampa hasta 32 UF/m² en la comuna de Renca", expuso el reporte. **LGT**



Método & Coordinación

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



MERCADO FARMA

EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, LA DISCUSIÓN PÚBLICA EN TORNO A LAS PRÁCTICAS DE COLUSIÓN EN EL MERCADO DEL RETAIL FARMA HA QUEDADO EN SEGUNDO PLANA PARA ABRIR EL DEBATE ACERCA DE OTROS FACTORES QUE HAN VENIDO A MODIFICAR EL ESCENARIO DE ESTE COMPETITIVO NICHOS. HOY, LA CONSOLIDACIÓN DE NUEVOS ACTORES Y LA INVERSIÓN EXTRANJERA SON LOS TEMAS QUE TOMAN FUERZA. LA COMPETENCIA SE INTENSIFICA.

FARMACIAS, LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL QUIEBRE DE TENDENCIAS



14

Tras un periodo 'para el olvido' que vino a poner en entredicho la imagen pública de los actores del sector farma a nivel nacional, hoy muchos respiran aliviados. No obstante, la pista se ha puesto difícil, mucho más competitiva, tras la

irrupción de nuevos actores en la comercialización de medicamentos a nivel nacional; y la consolidación de inversiones extranjeras que quitan espacio a los actores nacionales. Siempre en torno a cómo se ha comportado este mercado en el último periodo, sin duda la inversión extranjera

es un factor a abordar. El que Chile posea ventajosas condiciones para la inversión a mediano y largo plazo, lo torna atractivo para inversionistas extranjeros; a pesar de la contracción económica. Pero no todo es un lecho de rosas, considerando que este sector ha experimentado inusitados quiebres en las tendencias que se venían consolidando, principalmente en lo referido al volumen de aperturas de nuevos puntos de venta que, por primera vez, se mueven a la baja.

Con todo, quizás el gran tema del mercado sea la vertiginosa consolidación de las denominadas "Farmacias Populares", un factor que ha venido a reposicionar ciertas piezas en el escenario Farma; desde el punto de vista del consumo y la accesibilidad a los productos; y, por supuesto, el factor logístico y los desafíos derivados de la distribución y almacenamiento. En esta trama, nada está dicho.

LAS 3B DE LAS FARMACIAS POPULARES

Desde su aparición, las denominadas "Farmacias Populares" se han transformado en un modelo exitoso de acceso a medicamentos hasta 70% más baratos, con un consumidor objetivo que, a poco más de un año de su aparición, celebra la creación de este modelo que permite mayor accesibilidad a bienes de consumo tan preciados como son los medicamentos.

En este modelo se torna real la, también popular, frase: "Bueno, Bonito y Barato". ¿Cómo? A partir de la compra directa al Estado, a través de la Central Nacional de Abastecimiento (Cenabast).

En torno a la estrategia de compra tenemos que en 2016, de las 135 farmacias populares existentes a nivel país, 56 adquirirían sus productos desde Cenabast; al cierre del primer semestre de 2017, en tanto, 90 son los municipios enlistados en la nómina de 'clientes' de la entidad estatal. Lo anterior, traducido en cifras,

implica que, mientras en 2016 Cenabast registró un abastecimiento a las farmacias populares por 700 millones de pesos; en lo que va de 2017 igual registro alcanza los \$3 mil millones.

Ahora bien, en este plano, cabe destacar que un tercio de las farmacias populares se abastece directamente desde los laboratorios, una estrategia cuestionada por muchos, aduciendo que las comunas que no adquieren los productos a través de Cenabast no obtienen las economías de escala que ofrece la entidad estatal, y en consecuencia los consumidores pagan precios más altos. Una situación a lo menos lógica si se considera que los precios y la capacidad negociadora de Cenabast es, en la práctica, incontrarrestable.

Respecto al rol de la estatal en el abastecimiento de estas entidades comunales, Jaime Espina, Jefe del Departamento de Operaciones de Cenabast, explicó que –en su esquema general- el modelo de Cenabast es ser un intermediario virtual entre la demanda de la red de Hospitales y Centros de Atención Primaria de Salud públicos del país y la oferta del mercado farmacéutico a nivel mundial. “Bajo este modelo, consolidamos la demanda anual de estos recintos, por lo cual generamos un gran volumen de compra que nos permite negociar con ventaja en el mercado mundial, obteniendo mejores precios.

Es gracias a este proceso de ‘agregación de compra’ y a la generación de economías de escala en proceso logístico de abastecimiento que –en promedio- los hospitales públicos pueden acceder a medicamentos por precios un 30% más bajo. En el caso de un vecino que compra en las farmacias populares que abastecemos, la diferencia de precio de un medicamento, respecto a las cadenas de retail, puede llegar a ser hasta 10 veces más bajo. Es decir, el producto que entregamos a la farmacia popular es -en promedio- 10 veces más barato”.

En torno a las economías de escala que Cenabast extrapola a sus clientes, Jaime

Espina explicó que a partir de su rol de intermediario en el proceso comercial y de coordinador del proceso logístico de distribución nacional; un alto porcentaje de las compras que realiza Cenabast no pasa ni física, ni contablemente por sus manos. Consecuentemente, en su modelo de negocio, la entidad genera un subsidio cruzado entre los establecimientos que abastece a partir de la coordinación logística de distribución a nivel nacional.

Lo anterior implica que independiente del tamaño de la compra e independiente de la distancia y envergadura del recinto que atiende, el precio del producto es siempre el mismo. Así, al no estar afectados a niveles mínimos de compra y al garantizar el despacho en todo el territorio nacional a la red de salud pública; los costos marginales de distribución que pueden generarse a partir del abastecimiento de las Farmacias Populares, por ejemplo, es mínimo.

“Esta cualidad es la que nos hace tan atractivos para las Farmacias Populares”, enfatizó Espina, agregando que “en concreto, estamos llegando a estos recintos con los mismos precios a los que acceden los servicios de salud pública y sin costos adicionales de transporte por distancia o volúmenes de compra”.

En este punto, el Jefe de Operaciones destacó que “tenemos estimaciones de que lo que compra un hospital en un par de meses equivale a lo que compran alrededor de 100 farmacias populares, por lo tanto, para nosotros el impacto logístico a nivel operativo y de costo es bajo. No obstante, para el bolsillo del vecino que compra en estos recintos el impacto es tremendo. Por eso nos hemos jugado estratégicamente en apoyar en forma decidida la iniciativa de las farmacias populares; cuya principal muestra de éxito radica en el exponencial crecimiento que ha experimentado”.

Considerando lo dicho, es pertinente preguntarse si existen más oportunidades de eficiencia de costos para las Farmacias Populares. En este punto, Espina sostuvo que Cenabast está trabajando para fle-

xibilizar algunas rigideces que afectan a este modelo. “Buena parte de nuestros contratos de abastecimiento están orientados a abastecer hospitales que tienen unidades de despacho distintas a las de las farmacias populares. Por ejemplo, en algunos productos tenemos cajas o envases clínicos, donde vienen mil comprimidos o más; y debido a que el gran porcentaje de las Farmacias Populares no tienen áreas de fraccionamiento no pueden hacer uso de ese producto que es muy barato. En general, esa ha sido una traba importante dentro del proceso de abastecimiento y se han levantado estrategias para contrarrestarla como, por ejemplo, que fraccione el Cefam u otras farmacias que tengan esa área operativa”.

En torno al fraccionamiento como modalidad de venta, esta implica la comercialización de ciertos medicamentos por unidad, según prescripción médica. No obstante, para extraer desde un envase clínico el número de unidades posológicas que se requieran, las farmacias deben contar con un espacio exclusivo en su planta física que a su vez debe contar con la autorización expresa del ISP, debidamente diferenciado de las otras secciones del establecimiento y destinado sólo para la ejecución del “fraccionamiento”. Cabe destacar que a la fecha sólo 9 farmacias comunales poseen esta capacidad.

DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y EL QUIEBRE DE TENDENCIAS

Antes de ahondar en el factor de la inversión extranjera en el mercado Farma nacional, primero resulta relevante abordar las cifras de inversión extranjera en el país, presentadas en agosto pasado por Cepal y contenidas en su Informe Anual “La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2017”. Según el documento, Chile registró en 2016 una caída del 40% en la inversión extranjera directa general. ¿Lo anterior implica un retroceso econó-

mico? Según el propio estudio, la caída radica en asuntos ajenos a la situación particular de Chile, por lo cual se plantea un escenario positivo para el país en torno a la Inversión para el próximo periodo. En este sentido, el informe se refirió a 2016 "como un periodo de difícil coyuntura, no sólo para Latinoamérica, sino que para todas las economías del mundo".

Previo a estas cifras, en lo referido al mercado farma, ya en 2015 el inversionista extranjero se convertía en el principal actor del negocio de las farmacias en Chile para el sector retail. Esto, luego que el grupo mexicano Femsa procediera a la adquisición del 60% de la propiedad de Socofar S.A., matriz de Farmacias Cruz Verde, la que según los últimos datos publicados (2015) posee el 40,6% de la participación de todo el mercado nacional. Tras esta adquisición, en septiembre del 2015, el grupo mexicano compartiría roles –como inversionista extranjero en el mercado farma chileno- con el holding estadounidense Walgreen Boots Alliance, actual controlador de Farmacias Ahumada que según últimas cifras publicadas (2015) alcanzaría aproximadamente el 27% de cuota de mercado nacional.

A consecuencia de la entrada de capital extranjero al sector Retail-Farma, Salcobrand –con una participación de mercado promedio del 23%- quedó como el único de los grandes actores de esta industria de capitales 100% nacionales. Ya en 2015, el entonces Gerente General de Empresas SB, Matías Verdugo, aseguraba a los matutinos nacionales que "ninguna de las cadenas que componen el conglomerado estaba a la venta". Por el contrario, la estrategia de la nacional consistiría –de cara a 2017- en fortalecer la presencia de Salcobrand en el mercado nacional y consolidar como referentes a DBS y Preunic en el ámbito de la belleza y cuidado personal. Entonces, Verdugo explicaba que el debut de los controladores internacionales en la industria nacional debía verse como una oportunidad para diferenciarse en términos de la agilidad con la que se toman las decisiones. Poniendo con ello

sobre la mesa dos de las grandes características de este mercado: el dinamismo y la competitividad.

Ahora bien, cabe preguntarse si a casi dos años de finalizadas dichas inversiones, el mercado chileno ha respondido en términos redituables a sus accionistas foráneos. En esta línea, cabe destacar lo expresado por Femsa, en su memoria anual 2016, en relación a su inversión en Chile para la División Comercio-Salud, cuyos ingresos totales alcanzaron los \$43,411 millones en 2016, en comparación con \$13,053 millones obtenidos en 2015, positivo resultado que atribuyen, principalmente, a la integración de Socofar. Según el documento, "las ventas en esta división crecieron 22.4%, durante 2016, reflejando un sólido desempeño en nuestras operaciones, así como un efecto positivo por el beneficio cambiario proveniente de nuestras operaciones de Sudamérica". A partir de estos resultados, no es de extrañar que las unidades del área de salud de Chile contribuyan significativamente al resultado final del holding para 2017, estimó el Grupo empresarial.

EN LOS AÑOS 2014 Y 2015, EN TANTO, SE DABA EL FENÓMENO COMPLETAMENTE CONTRARIO, YA QUE LAS APERTURAS SUPERABAN AMPLIAMENTE A LOS CIERRES. A MODO DE EJEMPLO, SI EN 2014 SE ABRIERON 86 FARMACIAS EN CHILE, LOS CIERRES ALCANZARON UN TOTAL DE 20 LOCALES.

Siempre en materia Retail-Farma, un cambio de tendencia que experimentó el sector, luego de que en 2016, por primera vez desde que se tiene registro, los cierres de estos locales superaron a las aperturas. Así lo evidencian los datos recogidos por la empresa especializada en Business Intelligence, Tech-K, los cuales indican que en 2016 se cerraron 59 farmacias en Chile –considerando las tres principales cadenas que operan en el país: Farmacias Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand-, mientras que las aperturas totalizaron 32 locales. El año pasado fue el primer ejercicio donde

los grandes operadores de esta industria frenaron su expansión en nuestro territorio.

A abril de 2017, el quiebre se volvió tendencia tras registrarse 18 clausuras de farmacias, mientras que a la misma fecha se han abierto solo 11 nuevos locales. En los años 2014 y 2015, en tanto, se daba el fenómeno completamente contrario, ya que las aperturas superaban ampliamente a los cierres. A modo de ejemplo, si en 2014 se abrieron 86 farmacias en Chile, los cierres alcanzaron un total de 20 locales.

Si se hace la distinción por cadena, se observa que la firma que realizó más movimientos de ubicaciones durante el año pasado fue Cruz Verde que abrió diez nuevos recintos, pero al mismo tiempo efectuó el cierre de otros 26. Farmacias Ahumada, por su parte, abrió 16 locales y realizó 17 clausuras. En el caso de Salcobrand, en tanto, se registraron 6 aperturas, mientras que sus cierres sumaron 16. De acuerdo con los datos de la firma Tech-K, la Región Metropolitana lidera en presencia de este tipo de locales a nivel país,

siendo la comuna de Las Condes aquella con mayor cantidad de farmacias (98 locales); concentrando el 6,5% del total nacional. Santiago Centro, con un total de 93 locales, se ubica en segundo lugar con el 6,2% de la concentración de farmacias en todo el territorio. Las cifras del sector oriente de la RM contrastan con los números de las comunas del sur-poniente de la Región como Cerro Navia, San Joaquín y San Ramón, donde se encuentra 1 farmacia por cada 10.000 habitantes. **LGT**



DHL eCOMMERCE CHILE EXPERTOS EN LA ÚLTIMA MILLA

Ahora sus **ventas online nacionales** llegan a todo el país con la seguridad y experiencia mundial del grupo **DHL**.

- **Horarios de entrega** pensados en el consumidor final.
- **Servicio de retorno** con retiros desde el domicilio del comprador online.
- **Reagendamiento** realizado por el consumidor a través de su smartphone.
- **Seguimiento del envío** en tiempo real.

Para más información, contáctenos al
600 830 1760 o ecom.cl@dhl.com.
dhl.cl/es/ecommerce.html



MARKETING INDUSTRIAL EN EL SECTOR B2B

EL MARKETING AL INTERIOR DE LAS ORGANIZACIONES HA EVOLUCIONADO CONSIDERABLEMENTE CON EL PASAR DE LOS AÑOS, ADQUIRIENDO DIFERENTES METODOLOGÍAS PARA SU IMPLEMENTACIÓN DE ACUERDO A LAS NECESIDADES IMPERANTES DEL CAMBIANTE MUNDO EMPRESARIAL. BAJO ESTA PERSPECTIVA, EL MARKETING INDUSTRIAL ASOCIADO AL SECTOR B2B ES SUMAMENTE RELEVANTE PARA QUE LAS EMPRESAS MEJOREN CONTINUAMENTE LA GESTIÓN DE CLIENTES, LO QUE PARA EMPRESAS PERTENECIENTES A ECONOMÍAS EMERGENTES COMO CHILE Y PERÚ CONSTITUYE UNA FUENTE PARA GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES EN EL TIEMPO.

El presente estudio busca dar cuenta de la situación en la que actualmente se encuentran ambos países con respecto al rol que cumple el Marketing Industrial en la organización, y más aún, si las empresas del sector tienen conciencia del rol que cumplen dichas acciones. Durante la última década, la importancia del marketing como fuente de

ventaja competitiva ha aumentado significativamente en el mundo de los negocios. Las empresas enfrentan un entorno cada vez más globalizado y en consecuencia, más competitivo, en el que los negocios inteligentes han aprendido que incrementar las ganancias no solo reside en la fortaleza de los productos o servicios que ofrece la compañía, sino que en la claridad e impacto de sus estrategias de marketing

(Blaney, 2012). Lo mismo ocurre dentro del sector industrial o Business to Business (B2B), donde el Marketing Industrial se convierte en un elemento clave para el desarrollo de estrategias de gestión de clientes sólidas que permitan a las empresas hacer frente al aumento en la competitividad a nivel global, mercados de lento crecimiento, incertidumbre económica y un cada vez más demandante y sofisticado consumidor (Webster, 1995).

Con el fin de aproximarnos a la situación actual del sector B2B en relación al Marketing Industrial en América Latina, el presente estudio exploratorio cualitativo responde a la necesidad de conocer cómo el sector industrial en economías emergentes como la de Chile y Perú ha evolucionado en la gestión de clientes.

MARCO CONCEPTUAL

El marketing aplicado en el sector B2B presenta significativas diferencias con respecto al marketing asociado al sector Business to Customer (B2C). Estas diferencias provienen tanto de lo que buscan los clientes en los distintos sectores, como del tipo de producto que en ellos se ofrecen. En el sector B2B, las empresas clientes son más “racionales” comparadas con los consumidores finales donde los gustos y aspiraciones juegan un rol más influyente en las decisiones de compra. En el sector industrial, los productos generalmente son más complejos y las organizaciones tienen la oportunidad de crecer juntas, crear valor y generar innovación.

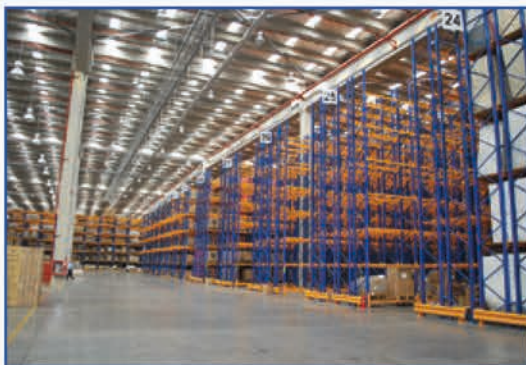
Una de las distinciones más relevantes del marketing industrial respecto del marketing B2C es el horizonte de tiempo. En el sector industrial, la visión del marketing se orienta en el largo plazo (Barroso & Martín, 1999) y busca generar relaciones estables mediante una entrega de valor superior, satisfaciendo las necesidades de los clientes en todo ámbito. En este contexto, es importante que en las organizaciones del sector B2B el marketing sea entendi-

¿SU LOGÍSTICA LE PRODUCE DOLORES DE CABEZA?



STOCK RACK - PUSH BACK® - ALTILLO SIGMA® - PICKING - TRANSPORTADORES - SORTER

LÍDERES EN SOLUCIONES DE AUTOMATIZACIÓN LOGÍSTICA Y ALMACENAJE PARA LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA



Consulta ahora por todas nuestras soluciones en:



56 2 2870 7400



ventas@mindugar.cl



do como un proceso que afecta a toda la compañía, lo que requiere de la integración de todas las unidades de la organización en torno a un objetivo común: entregar un producto y/o servicio que permita atraer, retener y fidelizar clientes. En contraste, el marketing en el sector B2C tiene una visión más cortoplacista, donde el marketing mix juega un rol trascendental en la captación de nuevos clientes (Cobo & González, 2007), generando relaciones mucho más impersonales.

Por lo tanto, el marketing relacional, entendido como "todas las actividades de marketing dirigidas a establecer, desarrollar y mantener con éxito intercambios basados en las relaciones" (Morgan & Hunt, 1994), ha jugado siempre un rol relevante en la gestión de clientes del sector industrial, debido al carácter de largo plazo de las relaciones entre los miembros que se generan en la cadena de valor industrial.

El marketing relacional constituye una herramienta que les permite a las empresas del sector B2B lograr una cercanía con los clientes al punto de introducirse en su cadena de valor e integrarse a los procesos productivos.

El resultado de alcanzar este nivel de cercanía es la fidelización del cliente, lo que se traduce en beneficios para las compañías, pues son los clientes los elementos más escasos del sistema, siendo la clave del éxito empresarial la conservación de clientes y no su captación (Barroso & Martín, 1999). Retener a los clientes de la empresa entrega mayor rentabilidad sobre la inversión (ROI), que estar adquiriendo clientes nuevos constantemente (Lam, Shankar, Erramilli, & Murthy, 2004).

Con el propósito de indagar si en el sector B2B en Chile y en Perú tienen conciencia del rol e importancia que tiene el marketing industrial y la gestión de relaciones con clientes sobre los resultados empresariales, se realizó el presente estudio, dirigido por el Observatorio de Marketing Industrial (OMI) del Departamento de Administración de la Facultad de Economía

y Negocio de la Universidad de Chile. El estudio fue de tipo exploratorio-cualitativo desde la perspectiva de la oferta. El muestreo fue no probabilístico por juicio acorde a los objetivos de investigación y la recolección de datos se llevó a cabo mediante entrevistas en profundidad. La muestra fue de 31 empresas del sector B2B en el caso de Chile y 20 empresas en el caso de Perú. Las unidades de análisis en Chile fueron 2 Directores, 16 Gerentes, 2 Subgerentes y 11 Jefes y Ejecutivos del Área Comercial; mientras que en Perú, la entrevista fue realizada a 2 Directores, 10 Gerentes, 3 Jefes del Área Comercial, 2 Coordinadores del Área Comercial y 3 Ejecutivos Comerciales.

noción acerca de la tendencia que las compañías latinoamericanas siguen actualmente en el contexto del rol Marketing Industrial, dando cuenta de los desafíos que el sector B2B deberá enfrentar para abordar la incertidumbre económica y el entorno intensamente competitivo en el que se encuentran las economías emergentes. En el caso de Chile, los clientes antiguos ocupan un mayor porcentaje dentro de las empresas, de lo que se infiere que estas ponen énfasis en mantener sus relaciones a través del tiempo y por consiguiente, poseen una mirada largoplacista con respecto a la gestión de relaciones con sus clientes.

Tabla 1: Dimensiones del Estudio

<p>Composición de la cartera de clientes</p>	<p>Esta dimensión hace referencia a cómo está conformada la cartera de clientes de la compañía (en cuanto a concentración de clientes y a la antigüedad que llevan siendo clientes de la empresa), qué hace que sus clientes la prefieran, los atributos de sus clientes importantes y cuál es la rentabilidad de los clientes en el tiempo.</p>
<p>Manejo de la fuga de clientes y recuperación de relaciones</p>	<p>Dimensión orientada a cuándo pierden clientes las compañías, las razones por las que se pierden clientes y cómo las empresas recuperan las relaciones rotas.</p>
<p>Costos de adquisición y gestión de las relaciones de clientes</p>	<p>Aborda la diferencia existente entre tratar con clientes nuevos versus tratar con clientes antiguos y cuáles son más costosos. Además, abarca los beneficios y desafíos de los clientes antiguos generados por su lealtad en el tiempo.</p>
<p>Uso de métricas y software de gestión de clientes</p>	<p>Dimensión relacionada con el conocimiento del SCW (share of customer wallet), la tenencia de protocolos para gestionar la relación con los clientes y la adopción y uso de software de CRM.</p>

Al análisis se realizó mediante codificación de términos en cada pregunta y se realizó de forma separada por país. Además, las preguntas fueron asignadas entre 4 dimensiones. Lo que considera cada dimensión se explica a continuación en la tabla 1:

CONCLUSIONES

Las empresas del sector industrial en los países de Chile y Perú nos otorgan una

Esto resulta consistente con la alta valoración que estas empresas le otorgan a la cercanía como factor de retención, lo que traerá consecuencias beneficiosas en tanto que concentren sus esfuerzos de marketing en los clientes estratégicos, privilegiando la retención por sobre la captación de nuevos clientes. Sin embargo, para el caso de Perú, los resultados del estudio señalan que las empresas tienen mayoritariamente clientes nuevos, además de mostrar un porcentaje notoriamente más bajo de preferencia por la Fidelización y

Conocimiento del Cliente como uno de los beneficios de mantener un cliente antiguo. Ambos resultados apuntan hacia una visión más orientada en el corto plazo, pese a tener conciencia de la importancia de implementar estrategias que promuevan el desarrollo de ventajas competitivas sustentables en el tiempo.

Tanto en Chile como en Perú, las empresas consideran que el volumen de ventas sigue siendo un criterio idóneo para identificar a un cliente importante, lo cual nos sugiere que pese a tener presente la importancia de establecer vínculos duraderos con sus stakeholders, esto no siempre se traduce en acciones.

El volumen de ventas, si bien es un indicador relevante del desempeño de la compañía, es fluctuante en el corto plazo y no entrega un pronóstico de lo que cada cliente aportará a la empresa de aquí a futuro. Bajo esta perspectiva, es importante que las empresas incorporen otros indica-

dores capaces de medir su éxito en el largo plazo, tales como el CLV y el SCW, y de esta manera poder determinar de forma más objetiva quienes son los clientes que aportan más valor al negocio.

Finalmente, se observa un uso limitado de métricas y software de gestión de clientes; en general, en ambos países se está al debe en cuanto a protocolos apropiados para gestionar la relación con los clientes, tanto en la aplicación de métricas como la adopción y uso de software de CRM.

Lo primero se asocia al bajo porcentaje de empresas que estudian y analizan el SCW, y en lo segundo, se explica porque las empresas no tienen un enfoque de largo plazo en la utilización de las herramientas tecnológicas, pues su uso está orientado al almacenamiento de datos y no a la generación de conocimiento e inteligencia de clientes. Sin embargo, se pueden identificar ciertas diferencias entre el mercado B2B chileno y el mercado B2B peruano.

Dentro de esta dimensión, cabe destacar la tendencia de las empresas chilenas y peruanas a implementar metodologías rutinarias para gestionar la relación con los clientes a través del tiempo, lo que sugiere que no están considerando que en el sector industrial es fundamental personalizar la prestación de los servicios y no dejar de lado el marketing uno a uno cuando se gestiona una cartera de clientes reducida.

En la actualidad es cada vez más importante el especializarse de manera diferenciada en cada cliente de acuerdo a sus necesidades particulares, lo que en el sector B2B es aún más relevante pues se encuentra frente a un grupo más reducido y racional de clientes. **LGT**



Por **Leslier Valenzuela-Fernández**,
Directora del Observatorio
de Marketing Industrial, FEN,
Universidad de Chile



QuadMinds

LA PLATAFORMA MAS COMPLETA PARA EL CONTROL DE ENTREGAS

- ✓ Optimización de rutas
- ✓ Control de temperatura de la carga
- ✓ Monitoreo de flota y seguridad de la carga
- ✓ Prueba de entrega con fotos, firma, mail a clientes

www.quadminds.com +56 232 450 192 info.chile@quadminds.com

CASO DE ÉXITO

ANTE LA NECESIDAD DE ABASTECER A MÁS DE 100 MIL CLIENTES A NIVEL NACIONAL, LA EMPRESA –PROTAGONISTA EN EL MERCADO DE LAS BEBIDAS Y CERVEZAS EN CHILE– HA PUESTO ESPECIAL ÉNFASIS EN LA ETAPA DE DISTRIBUCIÓN. COMO PARTE DE UN NUEVO MODELO –QUE SE ENMARCA EN EL PROYECTO VISIÓN 2020– LA COMPAÑÍA INCORPORÓ VEHÍCULOS ELÉCTRICOS PARA LA DISTRIBUCIÓN EN UNA CONFLICTIVA Y RESTRICTIVA ZONA COMO ES LA COMUNA DE SANTIAGO CENTRO, ACCIÓN QUE TAMBIÉN VA EN LA LÍNEA DE SU ESTRATEGIA SUSTENTABLE.

CCU APUNTA A UNA DISTRIBUCIÓN URBANA SUSTENTABLE CON SU NUEVO MODELO

Sin duda, la distribución es una de las etapas más importantes de la operación logística y, en general, de la operativa de una compañía. Toda empresa trabaja y produce con el objetivo de llevar sus productos a las manos de sus consumidores o clientes, y es ahí donde la distribución asoma como el mejor aliado para concretar esta finalidad.

La importancia que tiene este proceso ha llevado a las empresas a poner especial énfasis en encontrar una “operación perfecta”, en cuanto a la estrecha relación que existe entre eficiencia y costos, para responder a las necesidades de cada rubro, de cada cliente y también de cada zona. Así, las compañías han planteado esquemas de distribución propios, tercerizados o mixtos con tal de llegar en tiempo y forma a sus clientes.

Ante este panorama, es indudable la importancia que la Distribución tiene al interior del diseño logístico de una compañía y también el rol que alcanza a nivel comercial. Pero un factor no menor es que hoy en día para muchas empresas, la distribución es el momento de mayor

cercanía entre el consumidor o cliente y la marca, lo cual se concreta al llegar hasta la puerta de los propios clientes.

Por otra parte, la geografía del lugar constituye también otro factor fundamental para el diseño de esta etapa logística. Bajo esta lógica funcionan todas las fases de la distribución, y aquella que se realiza a nivel urbano no es la excepción. Restricciones horarias, compleja congestión vehicular, dificultad para la descarga de los productos y restricción de accesos a determinadas zonas de la ciudad son algunos de los factores con que, día a día, se enfrentan las empresas al distribuir.

Y si a los componentes anteriores le sumamos la creciente preocupación de la industria y la sociedad por políticas sustentables y una creciente preocupación por el medioambiente, el proceso de distribución se vuelve cada vez más complejo.

Lo anterior, bien lo saben en la Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU), quien ha puesto énfasis en “Compartir Juntos un Mejor Vivir”. Bajo dicho lema, que es parte de su estrategia ‘Visión 2020’, la

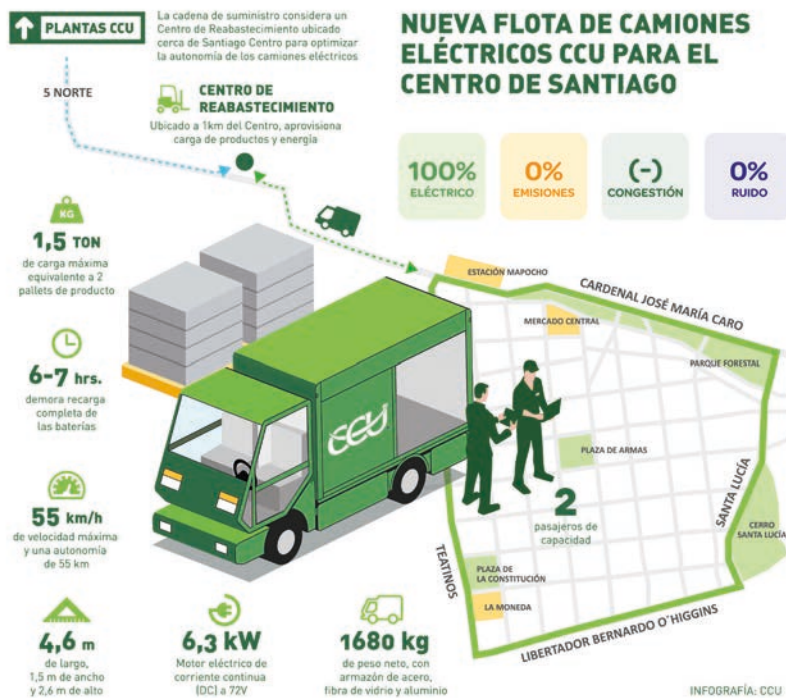
empresa se ha propuesto como objetivo, gratificar responsablemente a sus consumidores. El actuar de la compañía desde 1902, la ha posicionado como una de las empresas líderes del negocio en Chile y con una importante presencia en Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay con destacadas marcas de Bebidas, Aguas, Vinos, Licores y Jugos, entre otros productos, lo que los motiva a asumir un liderazgo activo en todo ámbito.

VISIÓN SUSTENTABLE

CCU ha dispuesto tres aspectos claves de su estrategia o visión sustentable a largo plazo que se basan en las tres dimensiones: Económico, ya que busca lograr un crecimiento sustentable en el tiempo, generando excelencia operacional en todos los procesos. Social, donde se plantea ser socialmente responsable para los públicos con los que interactúa, potenciando un mejor estilo de vida, entregando productos de calidad. Medioambiental, a través de la Visión 2020 que plantea CCU, mediante la cual se busca un uso eficiente de los recursos, enfocándose en disminuir la huella de carbono y el consumo de agua e incrementar la valorización de los residuos industriales para hacer cada vez más sustentable la producción en las plantas.

Bajo este escenario, la empresa tiene la convicción de que una compañía sustentable desarrolla de manera coordinada y consistente los impactos en el plano económico, social y ambiental no solo en sus actividades productivas, sino también en la definición de sus políticas, acciones y proyectos.

“El mundo ha cambiado de manera acelerada y debemos construir juntos el mundo que soñamos para nuestros hijos. Como empresa hace años nos hemos comprometido con el cuidado y respeto medioambiental como parte de la estrategia de nuestro negocio. Hoy tomamos nuevos compromisos relacionados con la sustentabilidad medioambiental”, enfa-



tizó al respecto Álvaro Román, gerente de logística de CCU. En el marco de su estrategia de sustentabilidad medioambiental, la compañía inició un proceso de reconversión tecnológica de su flota de distribución, con el objetivo de incorporar soluciones de transporte más eficientes y contribuir al cuidado del entorno. En ese contexto, su nueva flota ecológica de camiones eléctricos, cero por ciento emisiones y “cero ruido”, comenzaron a operar en la comuna de Santiago Centro.

“Como empresa, nos inspira liderar iniciativas en esta materia, avanzando día a día hacia un uso cada vez más eficiente de los recursos y contribuir con el cuidado del medioambiente. Eso se refleja en la Visión Medioambiental de CCU que entre otras cosas se propone también disminuir el consumo de agua y generación de gases de efecto invernadero e incrementar la valorización de los residuos industriales. Todo esto gestionado en armonía con nuestro entorno comunitario”, destacó Román, quien encabeza el proceso logístico de esta importante compañía.

“Como departamento tenemos la responsabilidad, desde la línea de producción hasta la distribución al cliente. Tenemos cerca de 100 mil puntos de ventas en todo Chile y buena parte de ellos está en Santiago, lo que nos ha planteado nuevos desafíos en cuanto a la distribución, por la naturaleza que tiene esta región y, en especial, algunas comunas”, agregó.

UNA DISTRIBUCIÓN CON CONCIENCIA

Cien mil punto de ventas, mil camiones de reparto (más de 400 solo para la Región Metropolitana) y otros 500 camiones para carreteras son las cifras de maneja CCU, en cuanto a su poder de distribución. “Estamos hablando de una operación de las más grandes del país, lo que nos obliga a estar a la vanguardia no solo en la producción de los productos, sino también en la entrega de los mismos. A partir de ello, cobra relevancia el concepto sustentable que hemos denominado ‘Compartir Juntos un Mejor Vivir’ que se concreta en buenos productos comercializados y tam-

bién en hacernos cargo de los procesos, en especial la logística que puede afectar a nuestro planeta”, comentó Álvaro Román.

Estas cifras de movimiento a nivel nacional transforman a la empresa en un actor relevante en cuanto a la Huella de Carbono y eso ha despertado en ellos la preocupación, más aún si “consideramos los miles de kilómetros que rodamos diariamente con toda nuestra flota a nivel país”, reflexionó Román. Actualmente, CCU cuenta con más de 40 empresas que les prestan servicios de distribución con vehículos especializados dada su carga y forma de operar. En este caso, uno de los requisitos a cumplir por estos ‘terceros’ es mantener una antigüedad de su flota no mayor a los 5 años, permitiéndoles estar a la vanguardia en cuanto al cumplimiento de las normativas vigentes.

“En los camiones no es nada sencillo, por ejemplo, traspasar de una tecnología a otra. Nuestro mundo es de mucho tonelaje y eso lo hace distinto y nos obliga a vehículos pesados capaces de mover altos volúmenes. Sin embargo, hemos ido explorando alternativas y ahí nuestras empresas de transportes aliadas han sido fundamentales”, expresó el ejecutivo.

Así, la empresa fue desarrollando un proyecto –que duró más de dos años- enfocado en la denominada ‘última milla’ que es –a juicio del gerente de logística- donde se empiezan a encontrar las restricciones y no sólo medioambientales, sino que también restricciones operativas propias de cada localidad y “Santiago Centro es una de las comunas más complejas y con mayores desafíos. Todos aquellos que queremos ir a distribuir a Santiago no estamos ajeno a esta realidad, donde además existen una gran cantidad de clientes con características especiales: las tradicionales fuentes de sodas, restaurantes, kioscos y todos necesitan de abastecimiento y ahí el cómo hacerlo es complejo, más aún si no nos ponemos todos de acuerdo”, explicó Román.

“Si uno quiere por si solo solucionar el problema, lo único que hace es entrar en un círculo vicioso, porque para lograr abastecer a todos, considerando las restricciones horarias, las empresas ponen más recursos, más camiones y más gente. Y todo eso aumenta los problemas, porque significa a su vez más ruido, más tacos y más contaminación. Por su parte, las autoridades se ven enfrentadas a esta realidad y los reclamos de los vecinos, y como solución, muchas veces, aumentan las restricciones para la distribución y los camiones, afectando así nuevamente a nuestra operación. Para salir de este círculo vicioso, hay que trabajar en equipo”, añadió.



Álvaro Román
Gerente de Logística
CCU

De esta forma, el proyecto encabezado por CCU involucró a las autoridades comunales y las empresas de transportes. “Este es un trabajo en equipo que arrojó un cambio en la forma de hacer las cosas a partir de un objetivo común: resolver la distribución en ese lugar de forma sustentable”, recaló Román.

Menos congestión, menos contaminación ambiental y menos ruido son algunos de los beneficios que genera este nuevo modelo. “En la medida en que la industria tome conciencia de esos beneficios podremos lograr una ciudad inteligente. Debemos unirnos para mejorar, para vivir mejor y para hacer que sea más sustentable”, expresó.

“Muchos nos preguntan si ahorramos con esta iniciativa y la respuesta es Sí, nos genera ahorro de costos y logramos una operación en esa zona más sustentable, más amigable con el medioambiente y con las personas; en otras palabras, una mejor operación”, recaló el gerente de logística de la compañía.

EL NUEVO MODELO

Como ha destacado el gerente de logística de CCU, este modelo es resultado del trabajo en conjunto de todos los involucrados en esta tarea de distribución, pues recaló que un “modelo sustentable bien diseñado trae como consecuencia eficiencia y ahorros”. En esta línea, la empresa Rubén Martínez y Compañía tiene mucho que decir.

La empresa de transporte tiene un vínculo con la Compañía Cervecerías Unidas hace más de 26 años, 15 de ellos dedicados a la distribución en la comuna de Santiago Centro, lo que lo transforma en un actor relevante al momento de analizar la situación y eventuales mejoras. Es así como, Rubén y Cristián Martínez participaron en el diseño de cómo utilizar eficientemente los nuevos equipos eléctricos, en base al conocimiento que tienen de la operación diaria; información que fue fundamental para el diseño final del modelo.

Rubén Martínez aseguró que el trabajo en el centro de Santiago en los últimos años “ha sido muy complejo por temas como las vías exclusivas, las ciclo vías, las restricciones horarias; todos factores que -sumados al tamaño de los camiones que necesitábamos para cumplir con las tareas diarias- hacían más compleja la operación”.

Consecuentemente, la realidad de la distribución en el denominado casco histórico y cívico de la capital tiene sus complejidades, entre las que se cuentan: el que las autoridades municipales permiten un rango de horario de distribución hasta las 10 AM, en tanto los locales como las fuentes de sodas abren sus puertas a las 11 AM. Lo anterior, genera una dificultad infranqueable, que conlleva muchas veces a multas para las empresas, quienes con el afán de cumplir con sus entregas extienden los horarios arbitrariamente. Esta situación, tan común en el día a día, ya es historia para CCU. Hoy los vehículos eléctricos de los que dispone la compañía

tienen autorización para ingresar a la zona hasta las 16:00 horas, lo que permite a la empresa diseñar estratégicamente el despacho para cada uno de sus clientes.

“Nosotros llegamos con un camión más grande hasta el nuevo centro de abastecimiento que está ubicado a unos kilómetros de la zona de despacho de los equipos eléctricos (9 kilómetros desde la Plaza de Arma). En este lugar desconsolidamos la carga para los vehículos más chicos. El sistema, está pensado para que cada camión eléctrico de dos o tres vueltas al centro de abastecimiento”, comentó Rubén.



¿Qué se gana con estos vehículos? Para la empresa transportista, un punto destacado es el bienestar de cada uno de los conductores. “Hoy las personas trabajan más relajadas. Bajan las mismas cajas, pero sin correr y con desplazamientos más cortos. Antes, los problemas descritos conllevaban efectos físicos y de salud para los conductores, lo que también encarecía el sistema”, agregó Cristián Martínez.

“Hoy llegamos a los clientes con un camión más eficiente; con ahorro de tiempo, mejora en las condiciones de trabajo y, además, molestamos menos a la ciudad y a todos quienes transitan día a día por Santiago Centro”, añadió Martínez.

Otro de los actores involucrados en este emblemático modelo de distribución urbana es Ilsa SpA, empresa encargada de encontrar el equipo adecuado para satisfacer las necesidades de CCU. Bernhard Zwanzger, gerente general de la compañía, destacó la mentalidad innovadora de CCU en cuando a incorporar nuevas tecnologías para su operación. **LGT**

AGRADECEMOS LA CONFIANZA



LABORATORIOCHILE®

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCION
GEOTERMICO/FARMACEUTICO DE ALTO ESTANDAR.



Av El Parque 1307 (EneaPoniente)
Pudahuel - Santiago.



Marcopolo 9038
Hualpén - Concepción.



Bernardino 1057
Puerto Montt.

**BODENOR
FLEXCENTER**
PARQUES LOGÍSTICOS

📍 Av Boulevard Poniente 1313, Pudahuel - Santiago.

☎ + 56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL
BODEGAS - OFICINAS - CENTROS DE DISTRIBUCION

EL FUTURE-PROOFING

LA EVOLUCIÓN ES UNA CONSTANTE DE LA SUPPLY CHAIN, CUYOS ESLABONES SE REPOSICIONAN Y REESTRUCTURAN RÁPIDAMENTE; GENERANDO NUEVOS MODELOS, CONCEPTOS Y ESCENARIOS. CONSECUENTEMENTE, EL ÁREA DE COMPRAS –INMERSA EN ESTE ENTRAMADO- SE VE IMPULSADA AL CAMBIO (Y/O EVOLUCIÓN) DE SUS FUNCIONES. A CONTINUACIÓN PRESENTAMOS 4 POSIBLES ‘FUTUROS’ ESCENARIOS PARA ESTE ESLABÓN Y EL ANÁLISIS DE EJECUTIVOS CHILENOS EN TORNO A LA VIABILIDAD DE LOS MISMOS Y SUS EFECTOS PRESENTES Y FUTUROS.

LA CLAVE ESTRATÉGICA EN EL ÁREA DE COMPRAS



26

A prueba del futuro” ¿Qué mejor frase puede definir el cómo deben visualizarse las cadenas de suministro actuales y sus diferentes eslabones? Lo cierto es que diversos factores la obligan al cambio, de cara a un futuro

cada vez más incierto, sobre todo considerando el vertiginoso cambio tecnológico que el comercio (y la humanidad, por cierto) enfrentan. Situadas en este nuevo paradigma, que tiene al avance tecnológico como impulsor del cambio, las empresas deben estar preparadas y

diseñar estrategias para operar y mantenerse vigentes. Considerando el proceso de abastecimiento, específicamente, cabe preguntarse: ¿Cómo las áreas de abastecimiento y sus líderes deben delimitar el abanico de incertidumbres en el futuro de la función de compras, para poder desarrollar mejores y más confiables pronósticos?

La interrogante expuesta fue ampliamente abordada, durante una sesión de trabajo propuesta por la consultora KPMG. El evento, liderado por Argenis Bauza, Socio Líder de Cadena de Suministros y Compras para América Latina de KPMG, contó con la asistencia de más de 40 ejecutivos del área de compras y abastecimiento de destacadas compañías nacionales, los que – de forma grupal- analizaron los 4 escenarios futuros para el Área propuestos por Bauza durante su alocución inicial.

EL FUTURO... MÁS PRESENTE QUE NUNCA

Antes de introducirnos en las reflexiones de los ejecutivos, es importante conocer más acerca del concepto “Future-Proofing” para el área de compras. En esta línea, cabe destacar que en la transformación digital que acontece, el enfoque de las áreas de compras, dentro de las organizaciones, ha pasado de una estrategia centrada en la reducción de costos hacia una nueva era donde estas áreas deben volverse estratégicas para el negocio con la capacidad de prepararse para el futuro. De ahí el concepto: “future-proofing” que “se aplica a procesos, organizaciones o tecnologías para indicar que son ‘aprobadas de futuro’, es decir, que han sido diseñadas y operan de tal manera que tienen la característica de mantenerse vigentes”, sostuvo Bauza.

A partir de ello, el especialista explicó que de acuerdo con Future-proof procurement. Now or never, The big procurement transformation, un estudio realizado por KPMG junto con la Universidad de Nego-



DERCO
maq



Una
nueva altura
para tu negocio



DercoMaq presenta a JLG, marca líder en manufactura de plataformas de trabajo aéreo.

Empresa fundada en 1969, diseña y fabrica equipos de acceso aéreo, líder a nivel mundial, que ofrece una amplia gama de soluciones con todo el prestigio y respaldo DercoMaq.

Su trabajo será más productivo y seguro con JLG.

- Plataformas aéreas articuladas
- Plataformas aéreas telescópicas
- Plataformas aéreas eléctricas



ARRIENDO | VENTA | SERVICIO | REPUESTO

JLG
reachingout™

Visita nuestra red de sucursales y concesionarios a lo largo del país.
Av. Américo Vespucio 1838, Quilicura, Santiago.

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

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA

cios de Florida se puede definir “future-proofing” como una estrategia clave en compras que aplica inteligencia de mercado y estudio de ambiente en que se desarrolla la empresa, adaptando y aprovechando tendencias para transformar la función de compras, y de esa forma desarrollar una ventaja competitiva para un futuro más exitoso.

De acuerdo con Bauza, “es necesario que los gerentes de compras delimiten el abanico de incertidumbres en el futuro de la función de compras, ya que podrán desarrollar mejores y más confiables pronósticos del futuro”. A este respecto, el especialista expuso que entre los factores de incertidumbre que son especialmente significativos para el área de compras en el futuro se encuentran: el uso de algoritmos e inteligencia artificial, la revolución del valor agregado, la transformación digital, los cambios en el ambiente de trabajo, una era de volatilidad, disrupción e inestabilidad, la misión de innovación, los cambios en el mercado de compras, los aspectos de seguridad, la era de conflictos de todo tipo y la misión de ser responsables con todos los actores estratégicos”.

Así, los actuales y futuros líderes de las áreas de compras en las empresas a nivel mundial enfrentan una tarea titánica, en dos ejes clave: El grado de digitalización: desde la centralización en el humano hasta la orientación hacia la era de algoritmos y la estructura organizacional: desde la era de la descentralización hasta la preponderancia del centralismo.

Según Bauza, el cruce de ambos ejes da lugar a cuatro posibles escenarios futuros para la función de compras, desde ahora y hasta cerca del año 2035; el más pesimista consiste en el reemplazo gradual de compras por algoritmos inteligentes, mientras que el más optimista eleva la función de compras a liderar las acciones en la cadena de suministro, debido a su acceso a gran cantidad de datos de la propia cadena. En tanto, también surgen otros dos escenarios intermedios que pronostican: la implementación de una organización

“fluida”, sin una estructura definida; y la reinención de la función de compras como una “agencia creativa”. “De hecho, en un ambiente tan cambiante, todos estos cuatro escenarios los podemos obtener en algunas organizaciones”, aseguró el especialista.

4 ESCENARIOS Y LA VISIÓN DE LOS EJECUTIVOS

De acuerdo a lo propuesto en el estudio “Future-proof procurement. Now or never, The big procurement transformation”, conocido por los ejecutivos nacionales durante el meeting surgieron diversos puntos de vista al analizar cada escenario de cara al 2035; análisis que se realizó en modalidad de grupo, estableciendo –entre otros puntos- la ‘probabilidad’ de que este modelo se de en el corto, mediano o largo plazo a nivel nacional.

En torno al primer escenario, denominado “R.I.P. de Compras” que postula la eventual desaparición de la función de compras a raíz del dramático desarrollo de la tecnología (eje vertical). El estudio estipula que “la mayoría de los procesos de compras serán automatizados, haciendo que esta función, como la conocemos hoy, se vuelva obsoleta”. En el futuro, entonces, “la inteligencia artificial se extenderá y la organización de la compañía será predominantemente descentralizada (eje horizontal)”, postula el documento.

Según lo expuesto por los analistas del escenario “RIP de Compras”, la probabilidad de que este escenario se establezca –de cara a 2035- es alta, “considerando, que actualmente existen tecnologías aplicadas a estos procesos que evolucionan de forma exponencial. A ello se suma el hecho de que muchos de nuestros usuarios no saben lo que pasa en compras, no saben cuál es nuestra función real en el mundo del aprovisionamiento y debemos trabajar en ello”, coincidieron. No obstante, los ejecutivos postularon que hay que mirar esta posibilidad como “una oportunidad

de evolución”. “Creemos que puede ser el punto de partida de un cambio necesario, para lo cual es importante la colaboración y el compromiso de todos los intervinientes del proceso de aprovisionamiento”.

Siempre en torno a “probabilidad” de este escenario (R.I.P. de Compras), los ejecutivos establecieron que “las herramientas tecnológicas existen y evolucionan día a día. Además, hay que considerar que el ser humano no tiene la capacidad de análisis de grandes cantidades de información, sin contar que hoy en día la exigencia es 7/24 y se requiere información en línea. Si miramos todas esas variables, el escenario descrito es muy probable”.

No obstante, el asentamiento de este modelo traería otras implicancias –según los expertos- entre las que se cuentan: la pérdida de la creatividad y del valor agregado, entre otras. “Si hablamos de que la Inteligencia Artificial se encargará de levantar las necesidades de aprovisionamiento hasta que se entregue un bien o servicio, perderemos la capacidad humana en torno a la creatividad que conlleva la búsqueda de nuevas oportunidades y la identificación de oportunidades de mejora. Eso, difícilmente pueden hacerlo las máquinas. En tanto, si lo vemos desde una perspectiva de costos puede resultar más eficiente, pero ¿Qué pasa con el valor agregado? Seguramente, estas tecnologías pueden proporcionar mejores precios de referencia, históricos de mercado y tendencias, pero, si se trata de imaginar aquello que queremos adicionarle al precio tal vez será más complicado”, estimó el grupo.

Finalmente, el grupo de ejecutivos estimó que “debemos mirar este escenario como una oportunidad, quizás será bueno que el área de compra muera –como la conocemos hoy en día- y evolucione hacia un modelo más creativo, donde la tecnología de un impulso importante”.

En torno al segundo escenario, denominado: “Preponderancia de Compras”, el Estudio postula que a pesar del verti-

ginoso avance de la digitalización en las empresas, el factor humano no será sustituido por máquinas (eje vertical). Así, la digitalización como tal no se convertirá en un "factor de desempleo". Según las proyecciones futuras para este escenario: El mundo de los negocios será centralizado (eje horizontal). Toda la información correrá hacia un eje central: el Área de Compras que pasará a "gobernar las funciones operacionales".

A partir de lo expuesto, los ejecutivos que analizaron el escenario "Preponderancia de Compras", consensuaron que "en muchas industrias esto ya está sucediendo; la pregunta es si este escenario se va a mantener en el tiempo. Creemos que efectivamente eso va a mantenerse. En nuestra opinión, la descentralización del proceso de compras es muy poco probable y resultaría un retroceso, mientras que la centralización del proceso es un hecho y un avance, ya que en diversas industrias se ha demostrado las ventajas de esta es-

trategia". Por último, otras de las razones principales para que este escenario persista –según los expertos- tiene relación con el poder de la información. En este punto, los ejecutivos concluyeron que "el área de procurement unida al área de Supply Chain comparte información relevante a nivel estratégico, llegando a consolidar la visión completa, end to end, de todos los procesos de una compañía. Considerando esta visión, lo que sí vemos como desafío para Chile es el desarrollo de las habilidades de los equipos. Creemos que nuestro país adolece de profesionales que estén a la altura de estos retos y debemos prepararnos para este escenario", estimaron los profesionales.

Respecto al tercer escenario, denominado: "Un mundo de economía de proyectos", el Estudio postula que el departamento de compras se disolverá. Así, la era centrada en el ser humano (eje vertical) caracterizará a este escenario, mientras que -al mismo tiempo- la organización

se tornará hacia la descentralización (eje horizontal). Esta visión de futuro "no es reglamentada por las máquinas, sino diseñada y organizada localmente por el ser humano", donde la mayor cantidad de valor agregado es generado por una legión de "freelancers", distribuidos alrededor del mundo.

En torno al escenario precedente, los ejecutivos a cargo del análisis le asignaron una probabilidad de ocurrencia media-alta. "Creemos que las razones de esta probabilidad en el mediano a largo plazo se explica en que el mundo freelance crece paulatinamente. Ya existen experiencias como estas en Estados Unidos y Europa, por lo cual no es extraño pensar que pueda darse en nuestro país. **LGT**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Supply Chain Management

solar
GROUP

LA IMAGEN DE TU FLOTA ESTA EN TUS MANOS

Obtén una **imagen impecable** con nuestros equipos automáticos y semi-automáticos de lavado de vehículos (livianos y pesados). **Ahorra tiempo, recursos y costos** con los líderes en **sistemas automáticos** de lavado vehicular.

Representamos y distribuimos a las empresas **más grandes del mercado:**



Representantes de las marcas **BITIMEC**, empresa italiana con más de 30 años de trayectoria. **capacidad 5 vehículos por hora.**



Representantes de las marcas **CHRIST**, empresa Alemana con más de 53 años de trayectoria. **capacidad 12 vehículos por hora.**



Partner estratégico para la región de **COLEMAN HANNA**, empresa Americana con más de 50 años de trayectoria internacional. **capacidad 40 vehículos por hora.**



Para conocer más llámanos al (+562) 2957 66 41 o ingresa en nuestro sitio web www.solargroup.cl y contáctanos.

Encuétranos en Av. La Dehesa 181, of. 709, Lo Barnechea Santiago, Chile.

COMERCIO ELECTRÓNICO

EL EVENTUAL ARRIBO DEL GIGANTE NORTEAMERICANO A CHILE HA DESATADO UNA SERIE DE ESPECULACIONES CON RESPECTO A LOS EFECTOS QUE TENDRÍA EN LA INDUSTRIA DEL E-COMMERCE NACIONAL. ALGUNOS APUNTAN A LA OBLIGACIÓN QUE TENDRÁN LOS RETAILERS CHILENOS DE INVERTIR EN TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA ENFRENTAR LA DURA COMPETENCIA QUE LES PLANTEARÍA LA LLEGADA DE AMAZON. CONOZCAMOS CÓMO ESTÁ ACTUANDO EL MERCADO LOGÍSTICO NACIONAL Y CUÁL ES EL ESTADO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CHILENO.

30

CHILE Y LA INDUSTRIA LOGÍSTICA TIENE A AMAZON EN LA MIRA

Aún es un misterio, dónde y cuándo ingresará, pero distintas voces hablan ya del eventual arribo de la compañía Amazon a Chile y los supuestos efectos que esto tendría en la industria logística nacional. Sin embargo, el gigante norteamericano no ha confirmado aún su llegada operacional al país, dado paso a un mando de misterio, oportunidad en que distintos actores han analizados los alcances que tendría para la industria chilena.

Supuestas oficinas, un centro de distribución en Santiago y la tan anhelada eficiencia operacional son algunas de los factores que traería Amazon a Chile y que para muchos generarían un supuesto “cambio disruptivo” en la industria chilena. Sin embargo, otros actores se muestran más incrédulos a los efectos que este gigante pueda tener en la operación nacional, en especial, debido a la fuerza con la que penetra en Chile.

De acuerdo a las informaciones de prensa, Amazon llegaría a Chile con su servicio Prime Now que permite una entrega ultra rápida y gratuita. Si bien –no hay fecha oficial de lanzamiento para Amazon Chile– se estima que la firma ofrecería, a través de un sistema de reparto exprés, una amplia variedad de bienes durables, pero también productos que se pueden encontrar en un supermercado. La experiencia de Prime Now y su eslogan “Ultra-fast FREE Delivery” ha estado presente en el mercado norteamericano desde hace más de dos años. Con este modelo, Amazon aceleró las cosas ofreciendo envíos en dos días por una cuota anual fija, en un momento en que la mayoría de los clientes esperaban pagar por entregas en 4 a 6 días hábiles.

EL ESTADO DEL E-COMMERCE CHILENO

Hemos sido testigo como el comercio electrónico se ha posicionado en Chile

como una línea de desarrollo comercial importante y un polo de crecimiento de la industria del retail y del consumo masivo importante.

Para conocer cuál es el estado actual de la industria del e-Commerce chileno y cómo se podría ver afectada ante un eventual arribo de Amazon, Marcel Goic, Director del Centro de Estudios del Retail (CERET), Ingeniería Industrial, Universidad de Chile y Gert Findel, Executive Director Acid Labs profundizaron sobre estos temas para revista Logistec.

La importancia del comercio electrónico en el país no es menor y así lo reflejan las cifras que entre otros aspectos establecen que el e-Commerce movió 66.700 millones de dólares el año pasado en Latinoamérica. En esta línea, Chile espera situarse muy próximo a los 4 mil millones de dólares a fines de 2017.

Una etapa de cambios es la que según, Gert Findel se vive actualmente en la industria del retail. “La industria como la conocemos hasta ahora está en retirada. Hoy el metro cuadrado debe rentabilizarse al máximo y así se orienta al vestuario, en tanto los canales on-line se enfocan a las otras categorías. Por ello, el comercio está materializando grandes inversiones para que las adquisiciones vía web sean fáciles y efectivas, bajo la clave de que lo que se compra llegue a tiempo al cliente”, comentó.

Por su parte, Goic aseguró que actualmente el comercio electrónico es una de las razones que explican el crecimiento del retail como sector. Sin embargo, recalzó que en Chile “aún queda espacio para seguir creciendo como industria”, planteando así desafíos para el sector, ya que –a su juicio– una de las razones que explicaría la falta de un crecimiento explosivo como industria es “el desarrollo logístico que complete la oferta de valor, entendiendo que el servicio debe responder fundamentalmente a tres factores que son los que motivarían al consumidor a escoger las compras online: Tiempo, Oferta y Va-

riedad. “En Chile, tenemos un desarrollo en términos de oferta y tenemos un crecimiento en cuanto a los clientes de conveniencia, pero aún estamos ‘al debe’ en el desarrollo de los mercados intermedios. Si los actores de esos mercados, tiendas especializadas o también minoristas se pusieran de acuerdo se podría generar un escenario propicio para que los operadores logísticos efectivamente vieran que hay espacio para avanzar, invertir e innovar”, añadió el investigador del Ceret.



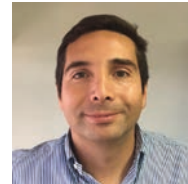
Marcel Goic
Director
CERET



Gert Findel
Executive Director
Acid Labs



José Pablo Berardi
Gerente de Negocios
e-Commerce
Chilexpress



Marco Ortega
Gerente Comercial
APL Logistics

El Executive Director de Acid Labs, comenta que el desarrollo de la industria pasó por un momento de receso, pero hoy sigue creciendo. Tenemos actores medianos como ABCdin, Hites, Corona o La Polar que se atreven y se renuevan, jugando a las, por ejemplo, en los cyber day. Mientras que grandes empresas reaccionan como por ejemplo la millonaria inversión que anunció Falabella para tecnología”.

¿GENERARÍA AMAZON UN CAMBIO DISRUPTIVO EN CHILE?

Que se hable de que el próximo paso del gigante norteamericano sea ingresar a Chile no es sorprendente para los expertos, ya que para muchos responde al estado del comercio electrónico chileno, marcado por el acceso a internet, la bancarización de la población y también el ritmo de vida de los consumidores.

No obstante, el Director del CERET llamó al mercado a ser cauto al analizar los eventuales cambios que podría generar el arribo de Amazon a Chile. A su juicio, el 'efecto Amazon' podría transformarse en un "generador de plataforma que incentive el desarrollo del comercio electrónico de medianos actores y de los operadores logísticos, porque lo que bien hace Amazon en el mundo es prestar servicios logísticos. Sin embargo, su efecto en Chile se vería mermado por el tamaño del mercado chileno y la eficiencia de Amazon se explica, entre otras cosas, porque tiene economías de gran escala con Centros de Distribución bien distribuido; y no sé si Chile dé para eso".

Igual opinión tiene Gert Findel, para quien Chile es evidentemente un "mercado novato", destacando a nivel latinoamericano Brasil y Argentina, pero este último tiene la gran problemática de su inestabilidad económica, dado paso a que Chile asome como una opción.

"Que el próximo paso sea Chile es una estrategia que no sorprende, ya que tecnológicamente estamos más preparados que México para su llegada y la cultura retailers chilena deja una brecha para explotar las ventajas de Amazon en logística y atención al cliente, tal como se han dejado claro otros actores 'nativos digitales' como Dafiti, Uber y Conershop", expresó el ejecutivo de Acid Labs. Ambos profesionales coincidieron en que uno de los desafíos que tiene el mercado chileno, y

que se ha transformado para muchos en su talón de Aquiles, es la operación logística que hay detrás del comercio electrónico. Cuando Amazon amenaza con su experiencia logística y su inmediatez, deja entrever el principal desafío que tendrá la industria e-Commerce y de la logística en general, si quiere soportar el 'remezón' que puede significar Amazon Chile.

"Amazon llegaría a remecer a las tiendas de departamentos y la logística efectivamente es un punto de entrada, donde hay mucha disconformidad en el mercado, pesa a los esfuerzos de los retailers. Esto va mucho más allá del solo despacho, pues involucra tiempos de atención, flexibilidad en el punto de entrega, costos y un correcto manejo de la logística inversa", afirmó Findel.

MARCANDO PAUTAS

Tal como lo ha hecho Uber en su rubro, Amazon marcaría la pauta de 'cómo hacer las cosas' y en esta lógica la mayoría se sumaría a su estrategia, lo que significaría una gran oportunidad para los operadores logísticos de 'subir el nivel'.

Amazon buscará diferenciarse y la logística es la clave de su sello. "Este gigante probablemente ofrezca productos en aquellos ítems donde se puedan diferenciar más y donde los distribuidores o los operadores logísticos estén al debe", comentó el ejecutivo de Acid Labs.

En esta línea, Marcel Goic enfatizó en que la tarea de la industria chilena es definir cómo le quiere competir a Amazon. "Algunos pueden competir en calidad de servicio, mientras que otros quizás escojan pelear en precio. Sin embargo, el gran desafío de todos es avanzar hacia cadenas de Abastecimiento mejor diseñadas y más eficientes con experiencias de compras exitosas. El servicio marcará la diferencia", agregó. Finalmente, ambos ejecutivos coincidieron en que la llegada de este gigante del Ecommerce podría

significar una oportunidad para la industria chilena, en la medida en que se ponga como eje central del desarrollo al servicio y la logística, la cual juega hoy un rol importante en la experiencia de compra de los usuarios.

LOGÍSTICA A LA CHILENA

No sólo analistas, investigadores o ejecutivos del mundo retail y del e-Commerce se han sentado a analizar los pormenores de una eventual llegada a Chile de Amazon. Las voces que apuntan a un cambio rotundo en las reglas del juego de esta industria o una amenaza al desarrollo y crecimiento de los retailers chilenos son algunas de las frases que hablan de las eventuales consecuencias del efecto Amazon.

Sin embargo, existe un punto en común y transversal a todos los análisis que realizan los distintos actores: El papel que juega la logística en este proceso. Una operación logística con sus ojos puestos en satisfacer las demandas del exigente consumidor online y estar así al servicio de una operación marcada por la inmediatez, la versatilidad y la eficiencia.

Para conocer cómo la industria logística nacional ve este posible cambio en el escenario con la entrada de importantes players, Chilexpress y APL Logistics, ambas empresas con un importante desarrollo en cuanto al servicio Ecommerce, analizaron este nuevo panorama.

Para Marco Ortega, gerente comercial de APL Logistics, se debe reconocer que el e-Commerce en Chile va en un constante crecimiento por lo tanto – a su juicio- el hecho de que Amazon se fije en este mercado para instalarse "es un ejemplo de que el momento del comercio online en el país es totalmente positivo".

En este desarrollo, el mercado logístico ha intentado estar a la altura de las circunstancias. Así, Ortega recalcó que "el mercado logístico, importante actor del

comercio electrónico, ha invertido permanentemente en infraestructura y software para estar a la vanguardia y poder entregar un buen servicio final al cliente”.

Amazon es para Ortega “un desafío”. “Ellos tienen la intención de tomar un pedazo de la torta actual del e-Commerce local que funciona bien y cuyo crecimiento se proyecta”. Sin embargo, reconoció que “nos harán romper paradigmas que existen hoy; pero será interesante conocer cómo se desarrollará y si el mercado se adaptará a la tendencia”.

En otras palabras, el ejecutivo de APL Logistics reconoció que “es una oportunidad para poder poner nuestro mercado nacional a la vanguardia. Dado que estamos bien posicionados, pero con las exigencias y tecnologías que traería Amazon, los niveles internos pueden subir de gran forma”. En cuanto, a la inmediatez en las entregas, como factor destacado de la operación, es el gran desafío que

tendrá Chile, de acuerdo a Marco Ortega, quien aseguró que estos retos “hay que verlos como una oportunidad, como algo positivo para el mercado, ya que obligará a diferenciarse en calidad de servicio”. “Nuestra industria debe continuar fortaleciéndose para ser competitiva, especialmente frente a la llegada de un gigante como Amazon. Como país debemos fortalecer nuestro comercio electrónico, especialmente a nivel de las pequeñas y medianas empresas para las cuales éste es un cambio extraordinario que les permitiría crecer”.

Por su parte, José Pablo Berardi, Gerente Negocios e-Commerce de Chilexpress, aseguró que la industria está pasando “un buen momento, lo que tiene relación con diversos actores, entre los que destaca el interés de las distintas partes de impulsar esta plataforma. Por el lado del consumidor vemos que la compra online es parte de la vida de los chilenos y eso obliga a mejorar los estándares de servicio”.

En esta dinámica, el arribo de Amazon a Chile –según Berardi– es una buena noticia para el país, porque “podría acelerar el proceso de transformación del retail hacia el e-Commerce, lo que haría crecer el mercado”.

Pero la industria logística no está ajena a este desafío, sino forma parte de este gran mercado. “Desde el punto de vista de la logística, una llegada de Amazon lo vemos también como positivo, porque va a requerir servicios especializados que respondan de una mejor manera a las necesidades de las empresas y de los clientes, cada vez más exigentes en su experiencia de compra. Así, será un incentivo adicional para que la industria se adapte a esta revolución del e-Commerce y haga una atractiva oferta de valor”, agregó el ejecutivo de Chilexpress. **LGT**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Supply Chain Management

En la Cadena de Suministros No se Improvisa

Expertos en habilitar ambientes controlados



REFRICENTRO

SANTIAGO - CHILE
Claudio Arrau 9458,
Pudahuel, Santiago - Chile
+56 2 2411 2900
refricentro@refricentro.cl
www.refricentro.cl

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

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

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

SERVICIOS DE ENTREGA A DOMICILIO EXPRÉS

EL COMERCIO ELECTRÓNICO DE CONSUMO MASIVO YA REPRESENTA UN 9% DE LAS VENTAS DEL RETAIL EN EEUU Y TIENE UN CRECIMIENTO ANUAL DEL 15%; ESTO ES, CINCO VECES MÁS QUE EL TOTAL DEL RETAIL EN ESE PAÍS. ESTA RÁPIDA EXPANSIÓN SE EXPLICA EN PARTE POR LA COMODIDAD Y EL AHORRO EN TIEMPO Y COSTO QUE PERCIBE EL CONSUMIDOR AL COMPRAR DESDE SU COMPUTADOR O SMARTPHONE EVITANDO EL TIEMPO QUE REQUIERE VISITAR UNA TIENDA FÍSICA Y PAGAR EN CAJAS.

paquetes cargar en qué vehículos en cada centro de despacho (CD) y luego determinar cuándo despachar cada vehículo desde un CD hacia los clientes definiendo también una secuencia de visitas por despacho.



Mathias Alberto Klapp
 Profesor Escuela de Ingeniería PUC, PhD
 Investigación Operaciones, Georgia Tech

LO QUE EL RETAIL CHILENO ENFRENTA CON LA LLEGADA DE AMAZON

Además, el surgimiento de servicios que permiten una entrega en el domicilio cada vez más rápida producen una satisfacción en el cliente más similar a la satisfacción instantánea que percibe al comprar en una tienda física; esta conveniencia e “inmediatez” hace que piense dos veces antes de salir de casa.

Un ejemplo de estos servicios es Same-day delivery (SDD) de Amazon.com, en que la empresa se compromete a que un cliente que emite una orden antes de cierta hora del día, por ejemplo 6:00pm, recibirá su producto en su domicilio dentro del mismo día de la compra online. Amazon no sólo brinda SDD sin costo adicional a sus más de 75 millones de suscriptores Prime en las principales ciudades de EEUU para más de un millón de productos, sino que, además, acaba de implementar Prime Now, un servicio de entrega a domicilio, aún más rápido, que promete despachos hasta en menos de una hora.

Implementar un servicio de reparto a domicilio como los anteriores es complejo y el costo de transporte adicional generado

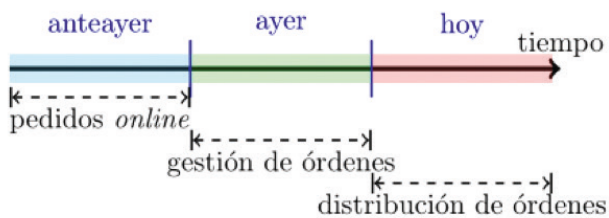
puede ser alto comparado con el resto de la operación logística. La última milla recorrida por un producto puede representar un 25% del costo de distribución que normalmente debe recorrer miles de millas. A diferencia del transporte interurbano, en este último tramo no existen grandes economías de escala y oportunidades de consolidación de carga; normalmente se mueven bajos volúmenes y una gran variedad de órdenes diferentes; los vehículos son más pequeños e ineficientes; y la manipulación de carga es a nivel de ítem.

Operar un sistema de despacho a domicilio eficiente implica desarrollar con éxito dos procesos: gestión y distribución de órdenes. La gestión de órdenes consiste en (i) manejar y recibir de manera automatizada peticiones de compra online; (ii) aceptar o rechazar despachos dependiendo de la capacidad de distribución disponible y del nivel de servicio preestablecido; y (iii) preparar los paquetes a repartir en un centro de distribución especializado o en una tienda física reacondicionada para reparto. La distribución de una orden comienza una vez que el paquete ya está preparado. Consiste en decidir qué

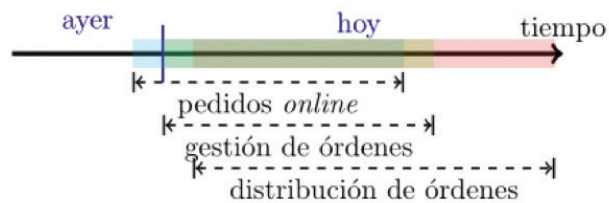
Cuando el reparto de los productos puede tomar varios días, estos dos procesos ocurren de manera secuencial y el total de órdenes a distribuir durante una jornada de trabajo queda definido con días de anticipación. Esto facilita enormemente la toma de decisiones, pues reduce incertidumbre en la distribución de las órdenes. Al estar disponible toda la información necesaria para planificar una distribución es posible minimizar los costos de despacho (Ver Figura (a), que ilustra un ejemplo de entrega en dos días).

Por el contrario, en el caso de SDD, los pedidos se reciben y se gestionan dinámicamente y la distribución a clientes no se debe abordar como un proceso independiente pues, por ejemplo, los tiempos de retorno de los vehículos al punto de despacho afectan la capacidad de consolidación de órdenes por ruta. Al momento de iniciar la operación, sólo se cuenta con una pequeña fracción del total de información acerca de las órdenes diarias, mientras el resto se revela incrementalmente a lo largo del día mientras la operación se ejecuta. (Ver Figura (b)).

Lo anterior implica que, en el caso de SDD, una política de distribución de órdenes eficiente requiere planificar bajo mucha incertidumbre en los datos, y con un alto dinamismo en la toma de decisiones. Lo primero se refiere a planificar una distribución de órdenes que no sólo considere información de pedidos ya preparados, sino que también una apuesta a futuro refleja-



(a) Entrega en dos días



(b) Same-day delivery

da en las probabilidades que potenciales órdenes puedan llegar a continuación. Lo segundo exige que una buena política de decisiones debe considerar que en el futuro cercano se tomarán acciones correctivas al ir contando con más información. Es distinto planificar un sistema estático que un sistema dinámico. En este último caso, una decisión tomada modifica el estado en que se encuentra el sistema, en el cual hay que tomar otras decisiones con nuevas probabilidades asociadas. Esto genera una cadena que te fuerza a ser proactivo, porque para tomar la mejor decisión que minimiza los costos futuros, hay que considerar el impacto que esta decisión tendrá en los costos de las decisiones futuras. ¡Es como jugar al ajedrez!

“EN CHILE, EL E-COMMERCE B2C TUVO UN CRECIMIENTO ANUAL DE 21% EN 2016 CON VENTAS CERCANAS A LOS USD 3.4 BILLONES”

Un ejemplo claro de lo anterior es el complejo balance que existe entre consolidar un despacho de un vehículo con las órdenes ya preparadas o esperar a que lleguen nuevas peticiones de despacho. Cuando un vehículo es despachado, se reduce la cola de órdenes esperando ser despachadas. Sin embargo, se pierde la oportunidad de servir potenciales arribos de órdenes futuras con destinos cercanos a los que ya están siendo considerados en la misma ruta. Por otro lado, si el vehículo espera y despacha un poco más tarde, pierde valioso tiempo de operación y se reduce la capacidad de despacho. La frecuencia de despacho también debe obedecer a esta lógica. Si la operación cuenta

con información completa de órdenes, se debiese consolidar la carga cubriendo la mayor cantidad de órdenes en una sola ruta larga (si es posible) y reduciendo los costos de transporte por Km recorrido. En un ambiente dinámico, se debe considerar que una ruta larga reduce la disponibilidad del vehículo durante un largo periodo.

Muchas veces convendría acortar los tiempos entre despachos, haciendo rutas más cortas e ineficientes desde el punto de vista de costo por Km, pero que retornen frecuentemente al centro de distribución con el objetivo de tener la flexibilidad de contar rápidamente con el vehículo en caso de potenciales urgencias futuras.

El mecanismo de aceptación de órdenes está directamente entrelazado con el sistema de distribución. Si este mecanismo acepta muchas órdenes al comienzo del día, el sistema de distribución absorbe el trabajo consumiendo tiempo y capacidad de despacho futuro. Si rechaza muchas órdenes al comienzo, esperando que otras se materialicen durante el día, entonces arriesga la subutilización del sistema. Más aún en estas decisiones se debe considerar las potenciales economías de densidad geográfica del despacho. A igual valor del servicio, el sistema debiese preferir aceptar órdenes con ubicaciones de entrega similares a las órdenes ya aceptadas y a los potenciales arribos futuros, pues el costo

marginal y el tiempo adicional de estos despachos es menor en términos de ruteo vehicular.

En los últimos años se han desarrollado herramientas de rápido cómputo que apoyan y recomiendan una toma de decisiones optimizada en estos ambientes estocástico-dinámicos, considerando la incertidumbre inherente en los datos y el dinamismo en la toma de decisiones. Estas herramientas combinan elementos de inferencia estadística, optimización matemática, ciencia de la computación e inteligencia artificial, a.k.a Machine Learning. Amazon ha desarrollado fuertemente estas vetas de tecnologías durante los últimos diez años, pues entiende que estos esfuerzos se traducen en una cadena de distribución de productos más barata, más rápida y con un mayor ahorro de tiempo y costo para el consumidor final.

La demanda por este tipo de servicios hoy es mayor y por lo tanto las densidades geográficas de clientes han aumentado. Hoy hay también tecnologías que permiten una operación más eficiente. Así, la industria Chilena de retail enfrenta un desafío con la implementación de estos servicios de entrega ultra rápida. En Chile, el e-commerce B2C tuvo un crecimiento anual de 21% en 2016 con ventas cercanas a los USD 3.4 billones. De acuerdo con la Tercera esta oportunidad de crecimiento motiva que Amazon piense en instalarse en Chile a fines de este año. Será interesante ver qué ocurrirá cuando el gigante del e-commerce llegue a Chile e implemente un servicio de Same-day delivery utilizando todas sus herramientas de gestión avanzada. ¿A quién le compraría usted? **LGT**

DÍA EN HOSPITAL MILITAR DE SANTIAGO:

UNA OPERACIÓN LOGÍSTICA CON FOCO EN LA SALUD Y EL PACIENTE

LA ACTIVIDAD LOGÍSTICA, ENTENDIDA COMO EL CONJUNTO DE MEDIOS Y MÉTODOS NECESARIOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA, Y QUE SE RELACIONAN CON LA ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LOS ORGANISMOS ENCARGADOS DE LA ADQUISICIÓN, PRODUCCIÓN, TRANSPORTE, ALMACENAJE, MANUTENCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS DIVERSOS BIENES SON MUY IMPORTANTES. SI A LO ANTERIOR, LE AGREGAMOS QUE EL DISEÑO DE CADA UNO DE SUS PROCESOS QUE LA COMPONEN, ESTÁ MARCADO POR UN FACTOR DETERMINANTE COMO ES LA VIDA DE CADA UNO DE LOS CLIENTES QUE ATIENDEN, ESTA ACTIVIDAD SE TORNA DE VITAL IMPORTANCIA. DE ESTA MANERA, SE VIVE Y OPERA LA LOGÍSTICA HOSPITALARIA.

Conforme su compleja materialización, y para conocer más de fondo esta rama de la industria, visitamos el Hospital Militar de Santiago (HMS), principal centro hospitalario del Sistema de Salud del Ejército de Chile, donde fuimos recibidos por el Director de Logística, Teniente Coronel Miguel Ángel Fernández Jofré, quien además es Ingeniero en Administración de Empresas y posee los grados académicos de MBA., Máster en Dirección y Gestión de Empresas y Doctor en Ciencias Empresariales.

En la oportunidad, el Comandante Fernández enfatiza en que la clave de la logística es “maximizar los recursos por medio de la eficiencia en costos, siempre considerando como factor clave y primordial la salud y la vida de los pacientes”. Nuestro anfitrión nos señala que la Uni-

dad Logística a su cargo, está compuesta por 84 personas, y ella está enfocada en adquirir y abastecer de manera integral al recinto, tanto en insumos médicos, fármacos, insumos generales, papelería y en la administración de 7 contratos onsite. Para hacerse una idea de las dimensiones que puede alcanzar esta operación, señalemos que este Hospital cuenta con 396 camas (entre hospitalización, recuperación, UCI y UTI), 75 salas de procedimientos, 117 boxes médicos y 11 pabellones de cirugías, además de un helipuerto con capacidad de hasta dos helicópteros. Complementan su moderna infraestructura, un anfiteatro y un auditorium con capacidad para 400 y 179 personas respectivamente.

“Nuestra tarea está en apoyar desde la logística la operación principal del negocio; complejidad que no se vincula exclusivamente al servicio prestado, sino que indiscutiblemente se supedita a todas las áreas y servicios que se apoyan, de manera de

entregar una atención expedita, oportuna y con todos los recursos imprescindibles para asegurar su calidad”, comenta el Teniente Coronel Fernández.

UNA LOGÍSTICA AL SERVICIO DE LO CLÍNICO

Garantizar la continuidad de las operaciones del hospital constituye el eje central de esta unidad logística, cuya misión se traduce en no alterar jamás la actividad clínica ni la demanda de los pacientes. En lo específico, la forma en que se organizan y operan todas las actividades logísticas se circunscriben a tres tareas fundamentales, todas ellas por cierto, subordinadas a la Dirección de Logística del recinto.

“Tenemos tres grandes departamentos: Abastecimiento, Adquisiciones y Administración de Contratos, donde a través de cinco centros de distribución se abastece a todo el recinto. Por otro lado, el área de Control de Gestión va analizando a diario, y de manera general, el actuar logístico del Hospital”, expresa Comandante Fernández.

“Es así como determinamos la demanda y procuramos el abastecimiento transversal de todos los fármacos, insumos médicos, implantes y recursos administrativos a todas las unidades y servicios, como asimismo, administramos y garantizamos la operación de siete empresas externas que prestan servicios dentro de la instalación, siempre propendiendo a que sientan como agentes cooperadores, integrados a



la operación principal y de apoyo y que a la vez se vinculen a los objetivos del recinto, agregando valor en su función, más allá de la sola prestación del servicio”, comenta.

Teniente Coronel
Miguel Ángel Fernández
Director Logística HMS



Para dimensionar la importancia que tiene la sincronización y el diseño de todo el actuar logístico del HMS, el Comandante Fernán-

dez recalca que “toda esta operación tiene un factor especial y que nos obliga a estar atentos y trabajar duro, porque no ser oportuno y eficaz en las operaciones pone en riesgo la vida humana. Esto no es mover cajas. A las áreas como cirugías, urgencias u hospitalización, no les interesa lo que hay detrás de su necesidad, a ellos les importa que el fármaco o insumo esté en tiempo y forma cuando se necesita, y tender a eso, es nuestra obligación”.

UNA LOGÍSTICA RENTABLE

Hoy por hoy, la adquisición y compra de materiales e insumos, a través de la Ley de Compras Públicas es un factor que condiciona esta operación, pues el HMS, como toda organización pública está sujeto a realizarlas por este medio. Lo anterior, ha permitido dejar de manifiesto que este centro hospitalario garantiza su estricto cumplimiento, privilegiando en las compras su transparencia y probidad, según lo dispuesto y controlado por el mando institucional.

En esta línea, Fernández enfatiza en que “todas las compras pasan por la Unidad Logística y todas tienen la misma importancia, desde un lápiz hasta

un fármaco de millones de pesos para una quimioterapia”. Para llevar a cabo su tarea, disponen de un presupuesto anual de 17 mil millones de pesos, lo cual representa el 34% del presupuesto total del centro asistencial, hecho no menor al momento de analizar la rentabilidad del recinto y el rol que cumple esta Dirección.

¿Cómo rentabilizar? Para el Director Logístico, la clave está en la eficiencia en los costos. “En esta industria el valor del arancel de la prestación no se puede manejar, porque eso está determinado.

Además, en nuestro caso, tampoco se puede manejar la variable cantidad, porque en su mayoría nos debemos a un mercado cautivo, por lo que la misión para hacer rentable este recinto hospitalario es la eficiencia en costos y esa es la obligación que tenemos como dirección, por la cual nuestra gestión está estrechamente ligada al resultado financiero”.

Cabe señalar que como toda operación logística, la hospitalaria no está exenta de etapas y procesos que confluyen en un todo, con objetivos claros y procesos establecidos, en función de alcanzar la anhelada eficiencia operacional y en este caso, el correcto funcionamiento del recinto de salud en su conjunto.

Fernández ahonda en tres características de la operación que él encabeza: Planificación de la demanda, Adquisición e Infraestructura.

• **LA DIFÍCIL PROYECCIÓN DE LA DEMANDA:** El HMS cuenta con un presupuesto asignado y periódicamente se va evaluando cuánto se va gastando. “Cuando uno dice que aumentó la com-

pra en un mes, pero los niveles de existencia se encuentran estabilizados y/o tienden a cero, es porque se compró lo que estrictamente se necesita y eso es lo que buscamos. Nuestra tarea, como en toda empresa es lograr óptimos niveles de existencia. Eso nos demuestra que estamos bien alineados con la gestión de compra y abastecimiento”, enfatiza.

Otro factor a considerar en la planificación logística es la pujante industria farmacéutica y la consecuente aparición y demanda de nuevos medicamentos, lo que obliga al personal a estar siempre capacitándose. Para cumplir con esto, la unidad logística cuenta entre sus funcionarios con enfermeras, químicos farmacéuticos, nutricionistas y técnicos especialistas en logística y otros profesionales de salud que trabajan en los centros de distribución y entregan los parámetros más específicos.

- **ABASTECIMIENTO:** El Departamento de Abastecimiento determina la demanda de acuerdo a las necesidades transversales de todo el hospital. Año a año, esta unidad tiene un presupuesto establecido, lo cual, sumado a la determinación de la demanda de prestaciones y de pacientes que se van a atender se puede ir determinando el número de insumos. “Nosotros como dirección tenemos que tener una demanda lo más precisa posible y alineado con nuestros presupuestos”, recalca el Comandante Fernández.

- **INFRAESTRUCTURA:** La Dirección de Logística cuenta con una capacidad adecuada para la contención de las existencias necesarias para responder a su Core. Cerca de 312m² son designados a la operación logística, en

una instalación de más de 90.000 m² construidos, donde destacan el Centros de Distribución, las bodegas y farmacias, entre otras.

UN MEDICAMENTO PARA CADA PACIENTE

El sector de mayor sensibilidad, sin duda, es el abastecimiento de insumos médicos. Para eso, el HMS ha dispuesto de un equipo de profesionales enfocados en responder a las necesidades de todas las áreas, sumando equipos logísticos, enfermeras, nutricionistas y químicos farmacéuticos, quienes a través de su visión técnica aportan a la operación del día a día.

Este es el caso de Carolina Miranda, Jefa del Centro de Distribución de Fármacos del Hospital. De profesión Química Farmacéutica, Carolina está a cargo del abastecimiento de cada una de las áreas médicas del recinto. La profesional recalca que “desde acá abastecemos a todo el Hospital. Para el nivel de rotación y servicio que tenemos, nuestros espacios de almacenamiento son relativamente pequeños”. La primera de las áreas que contempla este Centro de Distribución es el sector de recepción, donde cada uno de los productos son exhaustivamente revisados, tanto en la calidad del fármaco como también en la documentación adjunta (diariamente se registra entre 5 a 10 ingresos, dependiendo de la fecha del mes). Una vez ingresada la documentación al hospital, el producto es llevado a la bodega de almacenamiento. Dependiendo del tipo de fármaco que se trate se dispone del lugar, por ejemplo, los medicamentos para diálisis, drogas para la quimioterapia, etc.

“Se almacena y etiqueta de acuerdo a los códigos del hospital (Sistema Anita) y bajo el sistema FEFO. Realizamos control de inventario diariamente para mantener los medicamentos en el mejor estándar. Estamos conscientes de que un mal control logístico, en términos de existencias, puede romper un negocio”, recalca Carolina Miranda.

Por otra parte, el abastecimiento de insumos médicos se apoya también bajo la dispensación automática por unidades Omnicell, las cuales se encuentran ubicadas en sectores estratégicos o de mayor criticidad, como pabellones, urgencia, UCI y UTI. Por este medio se abastece desde los guantes hasta las suturas, siendo reabastecidos diariamente desde el correspondiente centro de abastecimiento, de

acuerdo a sus necesidades y a la planificación de cirugías.

“Tenemos un stock máximo, uno de reposición y uno crítico; y dependiendo de eso la bodega de insumo nos va abasteciendo y todo se va cargando automáticamente a la cuenta del paciente. Cada caja que preparamos a diario corresponde a un paciente y su respectiva cirugía. Aquí se almacena en dispensador automático Omnicell, equipo que nos permite tener todo resguardado y ordenado, y así, ir sacando exclusivamente el fármaco e insumo que se requiera. Nuestro trabajo termina con la entrega de los materiales antes de la cirugía, incluso en medio de ella de ser necesario.

Una vez finalizada la operación iniciamos el proceso de reposición para permanecer con los niveles de stock dispuestos”, comenta la encargada de Farmacia, enfermera Pamela Pfeiffer, al detallar la función de esta unidad en el engranaje del funcionamiento del Hospital.

SICALOGH: UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y CONTROL

La actividad logística del hospital, como toda acción administrativa, requiere ser planificada, organizada, ejecutada y controlada de tal forma que actúe integrada a las otras operaciones. En ese sentido, esta Dirección definió un sistema integrado que permite evaluar todas sus actividades desde diferentes perspectivas y con ciclos diferentes de tiempo, de manera de identificar posibles desviaciones a las tareas logísticas y promover acciones correctivas; como asimismo, potenciar los buenos resultados, dirigién-

dolos todos hacia objetivos comunes.

El Sistema Concéntrico de Administración Logística Hospitalaria (SICALOGH) es la herramienta de gestión logística y control estratégico que se diseñó para ese fin. Este modelo promueve la identificación de las funciones logísticas esenciales y el control de la gestión logística en el hospital y se constituye como un modelo que ordena las actividades e impulsa el control logístico integral, correctivo, informativo y permanente dentro de la Dirección Logística.

Al respecto, el Comandante Fernández indica la importancia de convenir que, en toda actividad administrativa es fundamental identificar siempre, la acción organizacional específica, central,

como componente fundamental de lo que se gobierna, en este caso, la actividad logística, siendo igual de importante declarar cuáles son las funciones esenciales que se desprenden de ella, y que permiten desarrollar el concepto de trabajo impulsado por la alta dirección, para finalmente declarar formas de control que permitan redireccionar esas tareas o actividades, lo cual precisamente promueve el SICALOGH, dentro del accionar logístico en el hospital.

En este sentido, la Dirección Logística diseñó un modelo visual y de control que permitiera primero, identificar y hacer evidente para todos los colaboradores cuáles eran las actividades básicas que congregaban la función logística, al mismo tiempo que reconociera y unificara a estas actividades en un concepto de trabajo único.

El diseño de SICALOGH se conformó teniendo como eje central las AHE (Actividades Hospitalarias Esenciales) seguidas por la individualización y declaración de las Funciones Logísticas Centrales o Nucleares que se desarrollan en el Hospital Militar de Santiago: Adquisiciones, Abastecimiento y

Administración de Contratos. En una segunda capa se definen los tipos de indicadores que se evaluarán desde cuatro perspectivas o dimensiones: Rendimiento, Financiero, Capacidad logística y Gestión administrativa.

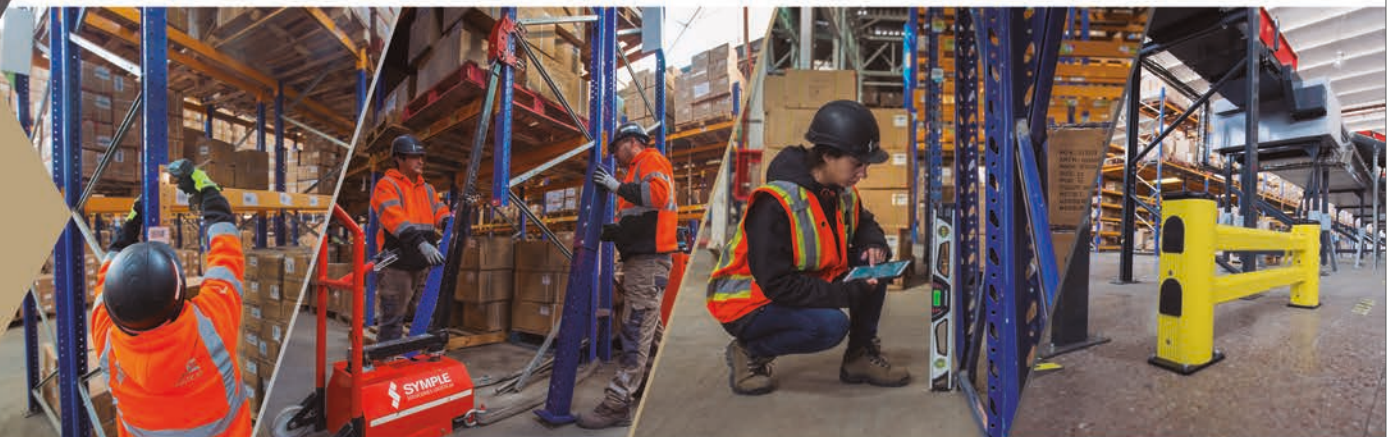
“Estos serán los 4 ambientes en los que se deben encuadrar todos los indicadores que se definan y que finalmente son los que explican, o dan cuenta, de la medición de los mismos. Lo anterior, advirtiendo permanentemente el ambiente en el que se desenvuelve la Administración Logística Hospitalaria (stakeholders)”, expresa el Teniente Coronel Fernández. **LGT**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Visión Empresarial

SYMPLE SOLUCIONES PARA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Ofrecemos soluciones transversales para asegurar la continuidad operacional y seguridad de las personas en los centros de distribución



OPTIMIZACIÓN DE RACKS
Y RECONFIGURACIONES

REPARACIONES DE RACKS

INSPECCIONES
Y CERTIFICACIONES

BARRERAS Y SEÑALÉTICA

Conoce nuestros servicios y productos en
www.symples.cl o al +56 2 28401339



SYMPLE
SOLUCIONES PARA CENTROS
DE DISTRIBUCIÓN



LINDE INCORPORA TECNOLOGÍA Y EFICIENCIA A LA OPERACIÓN DE VIÑA UNDURRAGA

El manejo de los productos es una de las tareas primordiales para la Viña, dada la importancia que la logística tiene en el éxito de su compañía.

En esta línea, LINDE HIGH LIFT CHILE se ha consolidado –tras años de relación comercial– como un aliado estratégico, ya que mediante la incorporación de nuevas grúas eléctricas con tecnología de ion litio, ha colaborado a la calidad y eficiencia de la operación de la emblemática y tradicional Viña Undurraga.

Sin duda, la industria vitivinícola en Chile es una de las más prestigiosas y una carta de presentación del país de cara al mun-

do, alcanzando cifras de exportación el 2016 de 906,7 millones de litros, según la agrupación gremial Vinos de Chile. Estos números reflejan que la industria del vino chileno es un actor de clase mundial en cuanto a vino embotellado con importantes proyecciones de crecimiento para el 2025. Esta condición destacada, ha obligado a los actores de la industria a poner énfasis en cada etapa de su elaboración, distribución y presentación para cumplir así con las exigentes demandas de los mercados extranjeros.

En esta línea, Viña Undurraga, prestigiosa viña chilena con más de 130 años de antigüedad, vive hoy un importante momento de modernización de sus operaciones y productos, donde la calidad, la historia y el carácter se conjugan para posicionar a esta empresa como uno de los líderes a nivel nacional.

“El año 2016 cambia el grupo controlador de la empresa y con esto comienza un proceso de renovación de la Viña, en el sentido de pasar de ser una viña tradicional –conocida por muchos por su botella de Pinot– a una viña de excelencia y calidad con el desarrollo de marcas como Aliwen, Sibaris y TH”, comentó Andrés Izquierdo, Gerente General de Viña Undurraga. Hoy en día, la empresa produce cerca de 1 millón 500 mil cajas, de las cuales un millón 100 mil de ellas están destinadas a la exportación y alrededor de 400 a 500 mil cajas al mercado nacional. Estas cifras son un claro ejemplo del rol que cumplen los procesos logísticos en el éxito y posiciona-



miento de la Viña. “Estamos conscientes que Viña Undurraga está creciendo con fuerza y eso nos plantea nuevos desafíos para hacer cada día más eficiente nuestra operación. En esta línea, contar con aliados como Linde es fundamental”, destacó Izquierdo.

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA OPERACIÓN

Como bien lo enfatizó el Gerente General de Viña Undurraga, contar con ‘socios estratégicos’ es primordial. En especial, aquellos que retroalimentan con información y tecnología que pueda mejorar la operación de cada compañía. En otras palabras, conocer a tu cliente e intentar colaborar con su operación de la mano de la innovación es clave para una relación comercial duradera y exitosa.

Eso bien lo saben en LINDE, quien mediante la renovación de equipos en Viña Undurraga –empresa con quien mantiene una relación comercial desde 2000- incorporó tecnología a la operación, sumando equipos eléctricos con tecnología de ion litio.

¿En qué consistió el cambio? El proyecto de Viña Undurraga tiene una gran importancia tanto para el rubro de equipos de manejo de carga como para la industria vitivinícola, al realizar un cambio revolucionario en su parque de grúas, pasando de equipos de combustión a grúas eléctricas de ion litio.

En la práctica, el proyecto consistió en el cambio de siete equipos a combustión más dos equipos eléctricos convencionales (batería Acido Plomo) por nueve equipos E18 ION con baterías de ion litio. “Estamos en una revisión completa y constante en lo que tiene que ver con la eficiencia operacional y la sustentabilidad. En ese sentido, la tecnología que nos ofreció LINDE cumple con dos aspectos fundamentales: costo, ya que es la misma operación sin perder autonomía, con menos

horas de mantenimiento y detenciones. Y el tema de la sustentabilidad que se transforma en un motivo más para estar contentos con nuestros equipos”, comentó el Gerente General.

Asimismo, el ejecutivo de Viña Undurraga valoró la comunicación y retroalimentación que tienen con LINDE. “Como Viña no tenemos la capacidad de estar evaluando constantemente la tecnología que está en el mercado, por lo tanto contar con proveedores como LINDE que nos va informando de las innovaciones es fundamental. Ellos se acercaron a nosotros y nos mostraron los beneficios, en este caso, de la tecnología ion litio y eso se valora y fortalece nuestra relación”, agregó.

ION-LITIO: VENTAJAS OPERACIONALES

La tendencia del mercado es eliminar los equipos de combustión en pro de los equipos eléctricos, y así lo demuestran las cifras de importación de estos equipos. Sin embargo, LINDE va un paso más allá con la tecnología ion litio que representa una ventaja adicional a los equipos eléctricos convencionales, debido a su mayor eficiencia energética. En Viña Undurraga han sido testigos de esto.

“Uno no vende logística, pero si falla es un tremendo problema. Por lo tanto, si a nosotros nos falla cualquier equipo relacionado con nuestra operación es terrible, porque no llegamos a nuestros clientes. Lo bueno es que esta tecnología no nos ha fallado”, enfatizó Andrés Izquierdo.

El hecho de que los principales mercados de los vinos chilenos estén lejos, requiere contar con un proceso logístico impecable, transformándose en un factor determinante para posicionarse como una marca de categoría mundial. Y en esta lógica operacional, las grúas tienen un rol primordial en cuanto al movimiento de los productos, que –a la larga- le da vida a la operación. “Todo lo que ha significado y ha aportado a nuestra operación este cambio de tecnología nos tienen muy con-

tentos. Hemos sacado la combustión de la bodega que muchas veces generaba un polvillo que ha sido eliminado, generando un valor agregado para nuestro servicio, dado que la presentación con que los productos llegan a destino es fundamental, en especial, en mercados demandantes como los del vino”, expresó el ejecutivo.



¿Cuáles son los beneficios de estos equipos? Entre las ventajas de la tecnología ion litio de LINDE se encuentran:

- Menores costos energéticos
- Mayor eficiencia en la operación, ya que se aprovechan los tiempos muertos con las cargas de oportunidad de los equipos
- Mayor vida útil, más de 2500 ciclos de carga
- Menores desechos
- Cargas rápidas para una mayor disponibilidad y continuidad de las grúas durante la jornada de trabajo
- Mayor seguridad en la operación, no es necesario el cambio de baterías, libre de emisiones de gases y no más derrames de ácidos. Ahorro de superficie, ya que no se requiere de una sala de baterías.

Finalmente, es sabido que las empresas modernas requieren de una logística eficiente para ser exitosas y LINDE está consciente de esto, por lo tanto, ofrecen productos, tecnologías y servicios que ayudan a sus clientes a mejorar su operación y cubrir sus necesidades de manejo de carga, sin importar el sector de la industria o comercio en el que se encuentre.

LGI



IMOLOG

CALIDAD DE SERVICIO Y SEGURIDAD: CLAVES DEL EXITOSO ARRIBO DE IMOLOG AL MERCADO DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

42

Este nuevo operador logístico ingresó al mercado hace casi 8 meses; tiempo tras el cual ya se ha posicionado con fuerza en el mercado con un crecimiento sostenido, contando hoy con más de 35 clientes de distintos rubros, quienes han encontrado en la compañía un aliado en su operación y unas instalaciones de primer nivel.

“Un socio que te ayuda y que se adapta a tu operación”. Esta frase refleja la clave del servicio que entrega IMOLOG, empresa que se dedica al almacenamiento de sustancias peligrosas, para quien la flexibilidad en el servicio es clave. Con casi 8 meses de presencia en el mercado

nacional, IMOLOG se ha posicionado con fuerza como un actor relevante, alcanzando crecimientos sostenidos en cuanto a ocupación y a la cartera de clientes, basado principalmente en el know-how con respecto al manejo de información y a un equipo de profesionales con experiencia.

Es sabido, que para la operación logística de este mercado es crucial cumplir con la normativa y estándares de calidad; aspectos que la transforman en una operación ‘especial’.

De acuerdo a Juan miguel Riquelme, Gerente Comercial de IMOLOG, las instalaciones de la empresa se construyeron bajo los parámetros y directrices impuestas por el Decreto Supremo 43 aplicable al manejo y almacenamiento de sustancias peligrosas, lo cual “nos permite ofrecer a nuestros clientes un servicio de completa seguridad y calidad, tanto en la infraestructura, en lo operativo como también en el equipo de profesionales, técnicos y operativos que lo componen”.

Gracias a estos componentes, “hoy somos el mayor centro de almacenamiento de sustancias peligrosas, posicionado en un mismo lugar y que cumple cabalmente con las normas vigentes”, afirmó Riquelme. Actualmente, IMOLOG cuenta con bodegas Clase 6 - 8 - 9 - 2,1 y 2,2 - 3 de líquidos sólidos e inflamables.



UN SERVICIO CON VALOR

“Nos preocupamos muchos de vender lo que realmente podemos hacer en cuanto a la manipulación de los productos”, comentó el ejecutivo al referirse a uno de los ejes de la política comercial de la empresa. Asimismo, Juan Miguel Riquelme enfatizó que lo que entrega IMOLOG es un servicio estratégico, “porque bajar o subir pallet de un camión y dejarlos en una posición es fácil. Nosotros damos un valor agregado y nos transformamos en un partner de nuestros clientes y no sólo en un proveedor. Orientamos a nuestros clientes con el manejo de las cargas peligrosas y cómo ser más eficientes; gestionamos con sus agencias de aduanas en cuanto a la liberación de sus productos, entre muchas otras funciones. Ante este mix de soluciones consideramos que IMOLOG más que un servicio o proveedor, en un aliado estratégico para los clientes”.

Juan Miguel Riquelme
Gerente Comercial
Imolog



de almacenamiento de sus inventarios”. Es así como IMOLOG está preparado para responder a las necesidades de todos los clientes. “Hemos sabido marcar la diferencia en el mercado con nuestra flexibilidad de poder atender al cliente según sus necesidades sin que se vea en la obligación de modificar por completo su operación, sino que queremos sumar nuestro conocimiento y experiencia a ellos”, explicó Riquelme.

“Sabemos que la industria logística de sustancias peligrosas es pequeña en cuantos actores, pero en IMOLOG estamos convencidos de que existe un mercado oculto de clientes que fueron empujados por la entrada en vigencia de la normativa legal a buscar una solución para trabajar con sus cargas y es ahí donde estamos para ayudarlos a solucionar sus problemas sin afectar su forma de trabajar y para eso nos adaptamos a lo que tienen”, afirmó Juan Miguel Riquelme.

SOLUCIONES INTEGRALES

Para responder con a las necesidades de sus clientes, la compañía ha puesto a disposición del mercado distintos servicios, los cuales se clasifican en:



Almacenaje: IMOLOG presta un servicio seguro, confiable y especializado en el almacenamiento de sustancias peligrosas. Cuenta con un Centro emplazado en un terreno de 10 hectáreas de las cuales 7 es-

tán construidas y además dispone de un terreno anexo de 10 hectáreas que permiten a la empresa proyectar su crecimiento en el tiempo.

Actualmente dispone de 4 naves para químicos clase 6 - 8 y 9 con una capacidad para 6.200 posiciones de pallets cada una. Otras 4 naves para inflamables clase 3 - 4,1 y 4,2 con capacidad para 1700 posiciones de pallets cada una y tres jaulas para clase 2,1 -2,2 y 2,3 con 50 posiciones pallets cada una.

Logística: Brinda un servicio integral que se inicia con la recepción de productos, los que son clasificados por categoría para su almacenamiento. Realiza carga, descarga y picking, desconsolidación de contenedores, preparación de pedidos, emisión de documentos, entre otros servicios. Además, el monitoreo de todas las etapas del proceso a través de un WMS y Radio Frecuencia.

Valor agregado y personalizado: Ofrece otros servicios de valor agregado, tales como desconsolidación de contenedores, control de calidad, etiquetado, repalletizado, enzunchado, preparación de carga para exportación, agendamiento, emisión de documentos, entre otros.

Otro factor que destaca en la empresa es su compromiso con la seguridad. Por eso, IMOLOG cuenta con sistemas de detección y extinción de incendios, detección de intrusión y guardias de seguridad. En esta línea, Riquelme destacó su relación que la empresa mantiene con Suatrans Chile, empresa que presta servicios de respuesta integral a emergencias, capacitación para el control de emergencias ambientales.

Finalmente, con fuerza y convicción IMOLOG da hoy a conocer su compromiso con la industria, el cual está basado en la calidad y flexibilidad del servicio que ofrecen, enfocado en la excelencia operativa y en el compromiso con la seguridad de sus empleados, sus clientes y el medio ambiente. **LGI**

A pesar de llevar poco tiempo, el Gerente Comercial aseguró que han alcanzado un buen nivel de ocupación con un crecimiento sostenido desde que iniciaron operaciones. “Comenzamos con 3 clientes hace 7 meses y hoy ya contamos con 35 y cerca de 15 mil pallet de almacenamiento”, recalcó.

UN PARTNER QUE SUMA A LA OPERACIÓN

Dado que el mercado de las sustancias peligrosas es muy amplio, IMOLOG cuenta entre su clientes con actores de los rubros: Agro industrial, Minería, Químico, Retail, entre otros sectores y “para todos ellos significamos algo distintos. Para algunos somos su bodega pulmón, para otros somos su almacén general donde se preparan los productos y salen hacia sus clientes finales; y también tenemos clientes que en nosotros encuentran su único lugar



Líder:
José Luis Contreras
Zamudio, Gerente
Supply Chain
Representaciones
Canontex Ltda.

GESTIÓN

EL PERFIL VOLUMÉTRICO COMO FACTOR CRÍTICO EN LA GESTIÓN DE UNA EMPRESA. EN EL MUNDO DEL RETAIL ES USUAL HABLAR DE UNIDADES VENDIDAS. Y POR QUÉ NO HACERLO SI ES RELEVANTE A LA HORA DE DEFINIR ENTRE OTRAS COSAS, LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE UN PRODUCTO O EL TAMAÑO DE OPERACIÓN DE UNA EMPRESA.

¿Pero qué sucede cuando los productos que se comercializan fluctúan en volumen y valor en forma considerable? ¿Es correcto seguir hablando solo de unidades? Cuando se presentan escenarios como estos lo que corresponde es incorporar al análisis las variables antes mencionadas para así entender cuál es el impacto que tienen en la gestión de la operación.

Para esto utilizaremos aquella métrica que es transversal a cualquier tipo y tamaño de producto, que combina tanto el volumen como el valor. Me refiero al metro cúbico. Este es utilizado por ejemplo para definir la capacidad de almacenaje de un centro de distribución; estandarizar cortes de rutas de picking de un wms o conocer el porcentaje de utilización de carga en equipos de transportes. De ahí la importancia de mantener los datos logísticos actualizados de los sku's que se encuentran activos. De la combinación volumen y valor deriva el perfil volumétrico de un producto del cual se pueden distinguir 2 tipos: el tipo A, cuyo metro cúbico valorizado es alto y el tipo B, de bajo valor comercial. El ejemplo a continuación ayudará a entender lo antes expuesto. Una empresa que se dedica a comercializar 2 tipos de productos realiza una venta equivalente a 2 ramplas de capacidad 28 pallets. Los datos se muestran a continuación:

	UNID	VOL (M3)	VN (\$)
Producto IMP	5.600	28	700
Producto PRO	280	28	40

De la tabla se desprende que una unidad de producto IMP es de alto volumen y de bajo valor comer-

cial (A), situación diametralmente opuesta para el producto PRO (B). De un simple análisis respecto al desempeño considerando un costo de operación referencial similar para ambos productos (transporte, almacenaje y preparación) se obtiene:

$$\blacksquare \% \text{ Gasto/VNeta (PA)} = (\text{G transporte} + \text{G operación}) / 700$$

$$\blacksquare \% \text{ Gasto/VNeta (PB)} = (\text{G transporte} + \text{G operación}) / 40$$

$$\blacksquare \text{ Dónde } \% \text{ Gasto/VNeta (PB)} > \% \text{ Gasto/VNeta (PA)}$$

Más allá de la fórmula matemática, el desempeño de los productos finalmente es distinto ya que uno de ellos acaparó más venta con el mismo gasto e igual volumen trasladado en metros cúbicos. Aun cuando lo planteado puede parecer evidente todavía existen empresas que realizan estos análisis a nivel de unidades, sin considerar el volumen y valor de sus productos.

Aunque en términos de margen bruto es probable que no se observen mayores efectos la situación cambia cuando se revisan los gastos operacionales. Por ejemplo, para un mismo cierre de ventas en valor, los resultados a nivel de última línea pueden ser muy disímiles.

La clave se encuentra en el análisis del mix y volumen asociado a la venta. Una mayor concentración de productos B representará un gasto porcentualmente sobre la venta más alto que no implica necesariamente ineficiencias en la gestión. De ahí la importancia de entender esta perspectiva y trabajar en el apalancamiento de resultados.

Entre las medidas tendientes a mejorar la gestión del perfil volumétrico de los productos se encuentran el generar despachos a capacidad máxima ya sea como carga a piso o pallets, así como también el mantener almacenadas cantidades óptimas de inventario. Para ambos casos el compactado surge como una excelente alternativa aumentando el valor agregado de los productos.

Generalmente los grandes centros de distribución no incluyen productos B (metro cúbico de bajo valor comercial) pero si lo hacen, los proveedores deben pagar altos porcentajes en fee logístico. La clave se encuentra en realizar una buena negociación, ya sea para modalidad centralizada o cross docking. El realizar alianzas estratégicas con proveedores para complementar carga de productos de ambos perfiles también reporta importantes beneficios por medio del prorrateo del flete.

El impacto de no aplicar en forma estricta estas buenas prácticas en productos A (metro cúbico altamente valorizado) podría ser mínimo e incluso pasar desapercibido. En algunos casos, dependiendo del monto de compra, pueden prescindir del cobro de flete. Por el contrario, tratándose de productos B, puede marcar la diferencia respecto a la rentabilidad del negocio. Hace un tiempo atrás me correspondió realizar la evaluación del servicio de transportes para un proyecto e-commerce resultando el flete para una zona extrema casi el doble del valor comercial de un producto.

Todas las soluciones en un solo lugar.



BT staxio

- ✓ Expertos en soluciones de logística
- ✓ Venta y Arriendo de Maquinarias
- ✓ Servicio Técnico y Repuestos
- ✓ Soluciones y Garantía
- ✓ 42 años apoyando a nuestros clientes

Somos Representantes exclusivos de:



RAYMOND



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

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



Líder:
Isaac Santibáñez,
docente de la
UNAB y DUOC UC

ALMACENAMIENTO

ALMACENAMIENTOS INTELIGENTES Y REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS

LOS ALMACENES HAN TENIDO UNA INTERESANTE EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS, CADA DÍA SE ENFRENTAN A DESAFÍOS Y RETOS. HOY EL FACTOR QUE EMPUJA LOS CAMBIOS NO PROVIENEN DEL INTERIOR CORPORATIVO, SINO DE FUERZAS UBICADAS MÁS ALLÁ DE SUS CUATRO PAREDES: LA NUBE, EL COMERCIO ELECTRÓNICO, LA GESTIÓN OMNICANAL, LOS MACRODATOS, LA LOGÍSTICA DE ÚLTIMA MILLA Y LA VELOCIDAD CON LA QUE CAMBIA LA OFERTA TECNOLÓGICA.

Ante tales presiones, la innovación y el manejo de materiales se han convertido en catalizadores importantes en la evolución hacia almacenes inteligentes. Pero a pesar de ser el almacén el centro tradicional de la operación logística, las empresas están ahora empujando y posicionando el producto desde innumerables puntos de contactos en la cadena de suministro, por lo que el factor "adaptación" se suma a los desafíos.

En el ámbito de la logística de almacenes los sistemas de almacenamientos inteligentes fortalecen la competitividad de las empresas y ofrecen una gran cantidad de ventajas en comparación con los sistemas convencionales.

Con los almacenes inteligentes se puede manejar una variada gama de artículos con rapidez y con menos mano de obra. Además, gracias al uso de la fuerza de gravedad se evitan costos de manipulación. Estos solo son algunos de los factores que reducen significativamente los costos operativos continuos.

Un buen diseño de almacén inteligente también reduce los espacios en comparación con las soluciones convencionales. Por lo tanto, se pueden realizar modernizaciones y ampliaciones de la capacidad, incluso sin detener su funcionamiento, en la mayoría de los casos sin invertir en construcciones nuevas.

Las inversiones iniciales se recuperan por lo general en un par de años con los ahorros en costos operativos. Otra ventaja es la fiabilidad a largo plazo gracias al diseño mecánico robusto de los almacenes modernos. Optimizar costos significa comprar de forma estratégica, aprovechar al máximo los metros disponibles para almacenamiento, los sistemas automáticos de almacenaje y recuperación (as/rs) continúan ganando terreno, ya que, entre otros beneficios, son capaces de aumentar la densidad de almacenaje.

esencial. En la última década hemos visto que el aprovechamiento de los m2 de almacenes con estanterías/racks se ha vuelto extensivo, primero aprovechando la altura disponible de los depósitos, y luego construyendo almacenes nuevos con mayor altura e implementado el uso de los sistemas de almacenamiento de alta densidad.

A su vez, se fue optimizando cada vez más el uso del espacio a través de la reducción de pasillos a partir de la utilización de apiladores eléctricos, llegando a los de doble

OPTIMIZAR COSTOS SIGNIFICA COMPRAR DE FORMA ESTRATÉGICA, APROVECHAR AL MÁXIMO LOS METROS DISPONIBLES PARA ALMACENAMIENTO, LOS SISTEMAS AUTOMÁTICOS DE ALMACENAJE Y RECUPERACIÓN (AS/RS) CONTINÚAN GANANDO TERRENO, YA QUE, ENTRE OTROS BENEFICIOS, SON CAPACES DE AUMENTAR LA DENSIDAD DE ALMACENAJE.

La manipulación de pallets constituye un elemento fundamental en los procesos de producción y distribución, y se realiza a lo largo de todo el proceso de negocio, desde la recepción de mercancías hasta la expedición de productos terminados o entregas clasificadas. Por lo tanto, una manipulación de pallets rápida, fluida y eficaz resulta

profundidad y los tri-laterales. El objetivo de hacer rendir, ya no el costo del m2 de almacenamiento, sino el m3, ha llegado a mejoras importantes. En esta carrera por el aprovechamiento del espacio y la reducción de costos logísticos, surge la automatización de almacenes como una atractiva solución. **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





Líder:
Marcia Mena
Riveros, Docente
Duoc UC sede
Plaza Vespucio,
Ingeniero Comercial
y MBA - Universidad
Técnica Federico
Santa María,
Diplomado Black
Belt Universidad de
Chile

EXCELENCIA

CAMINO A LA EXCELENCIA DE LA MANO CON LOS INDICADORES DE GESTIÓN CUANDO PIENSO EN EXCELENCIA NO PUEDO DEJAR DE PENSAR EN LA PALABRA. PERO ¿QUÉ ES LA EXCELENCIA?, ¿CÓMO SE DEFINE?, ¿CUÁNTOS DE NOSOTROS BUSCAMOS LA EXCELENCIA EN TODO LO QUE HACEMOS? LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, DEFINE EXCELENCIA COMO “SUPERIOR CALIDAD O BONDAD QUE HACE DIGNO DE SINGULAR APRECIO Y ESTIMACIÓN ALGO”. PARA MÍ LA EXCELENCIA ES UN ESTILO DE VIDA, UNA BÚSQUEDA PERMANENTE DE HACER LAS COSAS CADA VEZ MEJOR, APRENDIENDO DE LOS ERRORES.

¿Existe algún camino para llegar a ella? Probablemente sí. El presente documento entrega algunas recomendaciones para la construcción de indicadores de gestión, ya que cuando podemos medir objetivamente es más fácil evaluar si estamos mejorando.

Comencemos por recordar que un indicador es un parámetro numérico, el cual debe cumplir con ciertas características para que entregue información, en caso contrario sólo sería un dato. La palabra inglesa SMART, que significa “inteligente”, en administración es utilizada como acrónimo para plantear objetivos estratégicos e indicadores de gestión, pues resume las características que debe tener un indicador, lo que facilita su correcta formulación.

Luego, para definir un indicador asegúrate que cumpla con éstas características: Específico: Claro, conciso, tangible. Medible, que pueda verificar, en forma cuantitativa y objetiva, si el objetivo se cumple o no se cumple. Alcanzable: Ser un reto desafiante, pero posible de alcanzar. Relevante: debe estar alineado al propósito institucional/empresarial. Temporal o limitado en el tiempo: debe existir un tiempo determinado, fechas establecidas.

ESTRUCTURA DE UN INDICADOR

Construir un indicador no consiste en escribir un título bonito y colocarle un número al lado, para hacerlo es necesaria una reflexión y desarrollar una breve estructura, a fin de asegurarse que, efectivamente, el indicador ayuda a mejorar. A continuación sugiero algunas recomendaciones: Revisa el propósito, Define el indicador; Asigna responsabilidades, Valida los indicadores y Comunica e Informa.

CUANDO LOS GRÁFICOS SE ENTIENDEN POR SÍ SOLOS

Hoy en día existen aplicaciones que realizan gráficos muy bonitos, pero no basta con eso. Un gráfico ser entendido por sí mismo, sin explicación, incluso una persona que no es especialista en un tema, podría interpretar un gráfico cuando éste está bien construido. Algunas recomendaciones para hacer gráficos son las siguientes: Asegúrate que el gráfico tenga un título representativo de la información que entrega; Indica el período de tiempo que corresponde a los datos representados; Trabaja una escala adecuada, no todos los gráficos

deben comenzar en cero; Señala la meta que se desea alcanzar e Indica la fuente, esto dará credibilidad a la información que se entrega.

MIRANDO LOS RESULTADOS

Los indicadores carecen de total sentido si éstos no son analizados e interpretados para tomar decisiones. Sin duda, las herramientas tecnológicas ayudan, el análisis y la interpretación siempre es ciencia más arte y es, en este sentido, donde se marca la diferencia.

A continuación se mencionan algunas recomendaciones, en la línea de la ciencia, pues en el ámbito del arte serán la experiencia y los conocimientos de la persona que analiza e interpreta la información, lo que enriquecerá el análisis y le brindará más valor: Compara los resultados con el estándar, Establece límites de admisibilidad y alarma; Define metas desafiantes; Observa correlación y tendencia y, por último, en base a los puntos mencionados y en base a tu experiencia y conocimiento, toma las decisiones correspondientes para la generación de acciones preventivas o correctivas que te ayuden a caminar hacia la excelencia. **LGT**



PARQUE EMPRESARIAL

UN PROYECTO VALLE GRANDE

TERRENOS URBANIZADOS
PARA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN,
LOGÍSTICA Y BODEGAJE.
DESDE 5.000 m².



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

www.parqueempresarial.cl



AR Racking es una empresa proveedora de soluciones de almacenaje industrial a nivel internacional que se encuentra en pleno crecimiento con importantes proyectos realizados por todo el mundo, presencia comercial en más de 50 países y con sede central en España. En la actualidad, AR Racking cuenta con delegaciones comerciales en Reino Unido, Colombia, Francia y Chile.

50

La empresa aporta al mercado su amplia gama de soluciones con el máximo estándar de calidad, que son resultado de una constante actividad de desarrollo tecnológico, materializada en una planta de producción completamente automatizada, ubicada en Tudela (Navarra) y un centro tecnológico de I+D+i propio en el Parque Tecnológico de Bizkaia. Esto se completa con un servicio especializado que abarca todas las fases de las instalaciones.

La planta de producción de Tudela está en proceso de ampliación con un incremento de 14.000m² más de superficie que se suman a los 21.000m² de los que ya disponía hasta el momento y que permitirán

AR RACKING

REFERENTE DE CALIDAD Y SEGURIDAD EN RACKS PARA PALLETS

Posicionado como un referente de la industria, la empresa pone a disposición del mercado en Chile de un impecable servicio basado en tiempos de entrega abreviados, ofreciendo también al cliente una amplia gama de sistemas de almacenamiento para cargas pesadas en un corto periodo de tiempo. Así, la oferta de productos de AR Racking satisface todas las necesidades de almacenaje de las diferentes industrias del país y cumple con los requisitos más exigentes en el ámbito de la calidad.

incrementar notablemente la capacidad de producción de la empresa hasta 80 mi Tn al año. Esta apuesta por la inversión en la mejora y ampliación de las instalaciones responde a la voluntad de la empresa de seguir siendo un referente en el sector

del almacenaje industrial que tiene como señas de identidad la innovación, la excelencia y la calidad del servicio.

Desde la delegación en Santiago de Chile, AR Racking desarrollamos una amplia



actividad por todo el país y contamos con una dilatada trayectoria de proyectos. El almacén con stock disponible de productos estándar permite ofrecer un impecable servicio basado en tiempos de entrega abreviados, ofreciendo también al cliente una amplia gama de sistemas de almacenamiento para cargas pesadas en un corto periodo de tiempo.

El mercado chileno de almacenamiento ha evolucionado exponencialmente durante la última década. Desde AR Racking hemos presenciado un crecimiento para proyectos de gran tamaño, que implican instalaciones de almacenamiento de gran envergadura. Por otro lado, la velocidad de la instalación de los proyectos de almacenajes es cada vez más rápida, a petición del cliente, quien cada vez tiene más profesionalizada el área de compras de su empresa y es más exigente en cuanto a calidad y tiempo de entrega. Además, todas las soluciones de almacenaje de AR Racking cuentan con una garantía completa de cinco años para otorgar a nuestros clientes la mayor tranquilidad en el aprovechamiento de sus instalaciones.

La oferta de productos de AR Racking satisface todas las necesidades de almacenaje de las diferentes industrias del país y cumple con los requisitos más exigentes en el ámbito de la calidad, pero sobretodo con la normativa chilena de cálculo sísmico NCh2369, por eso AR Racking somos una de las marcas más valoradas en el sector y más requerida por las empresas nacionales, que nos ven como un referente en el ámbito del almacenamiento. El centro tecnológico de I+D+i propio permite ofrecer productos seguros bajo cualquier circunstancia, incluso en uno de los países más sísmicos del mundo.

A través de la investigación en este centro, en AR hemos desarrollado productos donde la mayoría de elementos están galvanizados, como los arriostramientos y pilares. Para la confección de nuestras estructuras, utilizamos aceros con propiedades de la más alta calidad que, junto con las secciones transversales de los elemen-

tos estructurales principalmente de pilares (puntales) y vigas (largueros), entregamos soluciones de almacenaje que cumplen la NCh2369 sin necesidad de reforzar estructuras adicionando elementos soldados, nuestros productos son conformados y sin uniones soldadas, en nuestra marca no existen costuras de soldadura para la continuidad de elementos.

Uno de los sistemas más demandado en Chile es el Rack Selectivo, un sistema versátil que permite el acceso directo a la posición que se desea cargar o descargar.

Juan Antonio Valdebenito y Juan José Álvarez son los gestores de proyectos de AR Racking en Santiago de Chile y son las personas que conocen al detalle las necesidades de almacenaje de las empresas chilenas a la vez que las características propias de un país en el que imperan unas normas determinadas en el ámbito de los movimientos sísmicos y que se ha convertido en uno de los países más exigentes en cuanto a elementos constructivos. Esto impulsó a AR Racking a lanzar una nueva gama de sistemas diseñados exclusivamente para el mercado chileno en cuya génesis se han incorporado los requisitos propios.

Juan Antonio Valdebenito, un profesional con más de 16 años de experiencia en el sector, nos comenta: "En AR Racking ofrecemos la mayor calidad, con la garantía más alta del mercado y una gran flexibilidad y adaptación al cliente".

Juan José Álvarez, por su parte, añade que "los ingenieros calculistas de nuestro equipo de AR Racking en Santiago de Chile, junto con el centro tecnológico de I+D+i ubicado en España, trabajan conjuntamente para aportar las soluciones óptimas y más adecuadas para los almacenes de las empresas de Chile. Las soluciones AR RACKING aglutinan algunos de los conceptos más valorados por las personas y empresas, diseñar cada proyecto de acuerdo a la NCh2369, servicio, calidad, presentación del producto y garantía de 5 años".

Para AR este año se ha caracterizado por la marcada preferencia de clientes que están dentro del rubro alimenticio. Los grandes proyectos en ejecución que se encuentran en proceso de entrega fueron seleccionados gracias a los beneficios que significan para este tipo de rubros donde se debe propiciar y mantener las condiciones sanitarias. Entre las características valoradas se encuentran la terminación superficial galvanizada para la mayoría de los elementos, esto permite un lavado a presión de las estructuras en caso que se requiera sin significar un daño para esas partes y piezas. También es una ganancia para los clientes el que nuestros elementos son fabricados de una sola pieza y sin refuerzos soldados, es decir, no existen uniones soldadas en pilares, esto se traduce en contar con una postventa expedita y con repuestos estándar.



AR Racking pertenece al Grupo Arania, un grupo industrial de empresas de amplia trayectoria y envergadura, con actividad multisectorial en torno a la transformación del acero desde hace más de 75 años. Este conocimiento en la transformación del acero nos permite ser referentes en la elaboración de productos de almacenaje con un alto grado de resistencia, garantizando sus estructuras por defectos de fábrica por un plazo de cinco años. **LGI**

● **5% A 20%** ⁽¹⁾ | **REDUCCIÓN DE COSTOS** \$

● **98%** | **NIVEL DE OPERACIÓN** 

● **GPS FULL TRACKING** 

● **24/7 ATENCIÓN** 

(AHORRO PROMEDIO GENERADO A NUESTROS CLIENTES DEPENDIENDO DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA)



#REVOLUCIONAMOS EL TRANSPORTE DE CARGA

Nos encontramos en un momento donde la economía colaborativa se ha posicionado como punta de lanza de un nuevo impulso comercial y empresarial en Chile. En esta línea, las tecnologías móviles e Internet han conformado una herramienta de impulso a nuevas formas de interacción comercialmente, donde la relación entre quienes ofrecen un servicio y aquellos que tienen una necesidad es directa.

En esta dinámica, la economía colaborativa es un sistema centrado en la colaboración y ayuda mutua entre las partes involucradas, cuyos beneficios y alcances son aún materia de análisis para muchos expertos. Mientras se estudia y define su penetración e impacto en el mercado, la empresa nacional SYNCRO LOGISTICS va a la vanguardia y ha puesto en marcha su exitosa plataforma de colaboración para la industria del transporte de carga.

Así, SYNCRO LOGISTICS se ha transformado en la primera empresa en Chile que mediante el uso de tecnología móvil, data análisis y una red de transportistas con estándar certificados, ofrece un servicio de transporte de carga a todo el país con importantes ahorros en costos versus un transporte tradicional. Guido Alarcón, Gerente y Fundador de la empresa, detalló que “este es un modelo colaborativo que

SYNCRO

UNA HERRAMIENTA DE COLABORACIÓN AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA DEL TRANSPORTE

“La unión hace la fuerza”. Esta frase engloba uno de los ejes que motiva a la empresa: Potenciar a las Pymes transportistas mediante la colaboración, entregándoles herramientas tecnológicas para competir en el mercado. Como un símil al servicio de UBER, SYNCRO se ha transformado en una exitosa plataforma para el transporte de carga en el país.

se entiende como la unión de dos puntas, generando beneficios para ambos. De ahí se desprende nuestro nombre, SYNCRO, que viene de sincronizar. Ofrecemos a cada cliente eficiencia para reducir sus costos de transporte, seguridad en la estandarización de los equipos, tracking y servicio; además generamos a cada transportista una utilización óptima de sus activos, disminuyendo la capacidad ociosa de su operación”.

De la mano de la tecnología, SYNCRO LOGISTICS se ha centrado en promover una logística inteligente, cuyos pilares son la

eficiencia, confianza y la sustentabilidad de su modelo de negocios. Hemos sido testigos del éxito que UBER ha tenido en Chile, basado fundamentalmente en el cruce de oferta y demanda. Un chofer, un automóvil y una persona que necesita ser transportada son las cualidades básicas para entender el éxito de dicha aplicación. Ahora bien, este modelo es el que SYNCRO extrapola al transporte de carga, donde es posible contactar a empresas de transportes pequeñas y medianas con empresas generadoras de carga que necesitan trasladar sus productos, generando ahorros de hasta un 30% más que un



proveedor tradicional. “Nuestro objetivo es reducir los costos logísticos a nuestros clientes, accediendo a una red de empresas de transporte con altos estándares de calidad, seguridad y experiencia”, agregó Alarcón.

El éxito que ha tenido la empresa, con menos de un año de presencia en el mercado, se explica gracias a las oportunidades de crecimiento que ven las empresas transportistas en la optimización de sus espacios de carga y capacidad ociosa, mejorando así la eficiencia de sus operaciones y la utilización correcta de sus activos.

Guido Alarcón
Gerente y Fundador
Syncro



“Revolucionamos el transporte de carga tradicional, utilizando retornos y capacidad ociosa de miles de transportistas de alta calidad y flexibilidad que ponemos a disposición de las empresas, añadiendo un sistema tracking por GPS en tiempo real, un ejecutivo para coordinar las operaciones y una App para cada transportista, permitiendo así agilidad y flexibilidad en cada operación”, describió el Gerente. Durante los últimos 6 meses, SYNCRO LOGISTICS ha mantenido un crecimiento sostenido, registrando más de 200 cargas mensuales con una flota de más de 400 camiones con operaciones de Arica a Coihaique.

CALIDAD DE SERVICIO

La aplicación que ha desarrollado la empresa y que ha puesto a disposición de transportistas y generadores de carga le ha permitido entregar un servicio de calidad, sustentado en la tecnología y con un eje en la información y la seguridad de la operación (datos sobre la carga, distancias, estándares y requerimientos especiales). En cuanto a los pilares que sustentan este servicio, el ejecutivo resaltó las características centrales de estos 4 factores: “Eficiencia: se genera un ahorro

de hasta 30% en el costo de su transporte terrestre. Seguridad: la flota de camiones a disposición cuenta con estándares de operación certificados; Agilidad: la aplicación pone a disposición un equipo en minutos y Tracking de Carga: el generador de carga tiene la certeza de dónde están los productos transportados.

¿Cómo funciona en la práctica este sistema? “Los transportistas se inscriben y luego pasan por un proceso de selección y estandarización para mantener un óptimo nivel de servicio, ya una vez aprobado pueden usar nuestra plataforma. Por otra parte, a cada empresa se le asigna un ejecutivo de operación quien recibe cada solicitud de carga, lo ingresa al sistema y éste se despliega a los transportistas según el estándar y ruta requerida en el servicio; una vez que los transportistas acepta la carga el ejecutivo de SYNCRO confirma que los equipos estén disponibles para el requerimiento del cliente y con esta confirmación se envían los datos a cada empresa manteniendo un control hasta la entrega de los productos en destino”, detalló el ejecutivo.

CONFIANZA: CLAVE PARA LA COLABORACIÓN

La confianza es el pilar fundamental de este servicio, donde la asignación de un ejecutivo de operaciones que programa, apoya y gestiona cada servicio desde el punto de carga hasta la entrega a destino es reflejo del compromiso de SYNCRO con sus clientes y sus operaciones. “Las partes involucradas en cada proceso confían en nosotros y eso nos da la seguridad para operar”, agregó el Gerente y Fundador.

Otro factor destacado del servicio de la empresa es su carácter sustentable, ya que gracias a la utilización del sistema de optimización de rutas y retornos se evita la incorporación de miles de toneladas de

CO2 a la atmósfera. Igualmente, “generamos la oportunidad de carga a cientos de pequeños transportistas de primer nivel, aumentando sus márgenes y rentabilidad”, enfatizó Alarcón.



Con la confianza que entregan los buenos resultados, la empresa se proyecta de cara al segundo semestre de 2017, llegar a los 1.000 equipos disponibles en operación, contar con la certificación del servicio bajo Norma ISO 9001, y comenzar operaciones en Argentina y Brasil para fortalecer el transporte internacional de productos.

“Nuestra visión es ser reconocidos por un nivel operacional de excelencia. El foco nuestro no es generar ingresos a partir del modelo operacional de retorno, sino que nuestra propuesta es generar oportunidades a los transportistas, potenciando a las Pymes para que puedan competir con las grandes empresas en igualdad de condiciones, por ejemplo, con la incorporación de tecnología a sus procesos”, comentó el ejecutivo. Así, la clave de este sistema de colaboración está en crear nuevas oportunidades de crecimientos a la red de transportistas, optimizando el espacio de carga y capacidad ociosa, mejorando la eficiencia de sus operaciones y utilización de activos. “Estamos convencidos de que la unión hace la fuerza”, concluyó Guido Alarcón. **LGI**

AUTOMATIZACIÓN EN LA LOGÍSTICA DE HOY

54

SON LAS 7:00, EL OPERARIO HACE INGRESO A SUS LABORES, SE LE IMPRIME SU TAREA DE PICKING. CAMINA EN BÚSQUEDA DE LA TRANSPALETA E INICIA SU RECORRIDO A LAS DIFERENTES UBICACIONES SEÑALADAS POR EL LISTADO. ENCUENTRA ALGUNOS PRODUCTOS DIFÍCILES DE ACCEDER, DEBE BUSCAR UN GRUERO QUE LO AYUDE EN ESTA LABOR. SU BANDEJA DE PICKING SE COMPLETA NO ASÍ SU PEDIDO; DEBE IR EN BÚSQUEDA DE UNA BANDEJA ADICIONAL. FINALMENTE, TRAS VARIAS VUELTAS, COMPLETA LA TAREAS ASIGNADA DEJANDO LAS BANDEJAS EN LA ESTACIÓN DE VAS. YA HA RECORRIDO MÁS DE UN PAR DE KILÓMETROS - UN PICKEADOR PUEDE LLEGAR A RECORRER 10 KILÓMETROS DURANTE SU TURNO DE TRABAJO.



Por: Carolina Vera (Directora Senior Miebach Consulting)
y Juan Pablo Aboitiz (Director Miebach Consulting)

Tras algunas horas, el operario está cansado, aburrido, incrementando sus horas ociosas y, posiblemente, pensando en renunciar a su trabajo. Esta es la realidad de muchas empresas, que los lleva a tener un alto nivel de rotación de personal.

Dado lo anterior, es cada día más común que las áreas de logística cuestionan la posibilidad de automatizar algunos de sus procesos. Advirtiendo otras grandes ventajas como son el aumento en la precisión de preparación de pedidos, la velocidad (productividad) y el cumplimiento del nivel servicio, lo cual se traduce en ahorros en los costos de operación. Un proceso que incluye cierto grado de automatización puede mejorar las productividades promedio en alrededor de un 20 - 30% .

Según un estudio de St. Onge Company, en la actualidad un 80% de los centros de distribución opera de manera completamente manual, un 15% con algún apoyo de automatización (orientado básicamente al traslado de mercadería) y sólo un 5% ha logrado incorporar la automatización a sus operaciones.

Diversas son las opciones de automatización que están disponibles en el mercado. La gran mayoría de ellas están orientadas al trabajo colaborativo con los seres humanos (goods-to-person) y no al reemplazo de sus funciones. Simplemente como una búsqueda de facilitar y precisar sus trabajos.

ANALICEMOS QUE ALTERNATIVAS PODEMOS ENCONTRAR EN NUESTRO MERCADO:

Alternativas simples, de baja inversión y que permiten dar los primeros pasos al mundo de la automatización. Son aquellas herramientas de apoyo al proceso de picking manual, tales como voi-

ce picking, pick/put to light o carruseles verticales.

Las opciones más comunes hoy en día implementadas, que pueden requerir una mayor inversión, están orientadas al traslado de cajas: cintas transportadoras o clasificadores automáticos. En el caso de las líneas productivas encontramos paletizadores y enfiladores.

Empresas que están iniciando sus acercamientos a las automatización pueden mejorar significativamente sus productividades de preparación de pedidos con sistemas simples como un put to light. Extraer mercadería batch permite una mejor administración del almacén al pickear un mayor número de cajas completas, pero el proceso de clasificación manual es un proceso lento y con un importante número de errores. La ayuda de un sistema que guía con luces y cantidades al operario permite reducir los errores y mejorar las productividades en hasta un atractivo 50% (dependiendo de la operación) ¡Hay casos en que la mejora ha superado el 100%!

A su vez, la tecnología del voice picking ya ha dado buenos resultados. Esta técnica consiste en que un sistema de voz guía al operario a la ubicación donde debe extraer el producto. Sólo con el uso de su voz confirma el código de la ubicación, del producto y la cantidad. Con sus manos libres puede realizar más cómodamente sus tareas de manipulación. Si bien requiere de un período de aprendizaje y ecualización, una vez en operación es posible alcanzar tasas sobre el 99% de precisión en la preparación de los pedidos .

Otro tipo de equipo que se ofrece a precios bastante competitivos son los almacenes verticales (carruseles o tipo shuttle) que permiten administrar en forma compacta un gran número de sku de mediana a baja rotación. Estas herramientas permiten preparar líneas en forma más eficiente, confiable, además de ofrecer un mayor control sobre

artículos considerados sensibles. Sistémicamente se puede confiar en los software ofrecidos por los proveedores de estos equipos, que ya han desarrollado algoritmos muy eficientes. Lo importante es saber seleccionar adecuadamente los productos que se deben trabajar de esta forma, pues es la reposición de cajas o unidades la ineficiente.

¿QUIÉNES HAN SIDO LOS PRINCIPALES PRECURSORES DE LA AUTOMATIZACIÓN EN SUS OPERACIONES LOGÍSTICAS?

Mayoritariamente empresas de los rubros de retail, consumo masivo y farmacéutico se han concentrado en los procesos de almacenaje y picking. Para el caso del retail, en particular aquellas que proyectan sus crecimientos en el negocio de internet (mercados estables como Europa y USA estiman crecimientos del 10% anual en ventas e-commerce según Forrester Research, mercados emergentes como el nuestro pueden esperar tasas aún mayores), lo que implica un elevado número de pedidos que deben ser preparados a nivel unitario y cuyas operaciones no han estado acostumbradas a este tipo de movimiento. Los conceptos de omnicanalidad, los limitados espacios de almacenaje en las trastiendas, el mejor control de stock (suministrando a la tienda sólo lo que requiere y no perdiendo posibles ventas de esas unidades en tiendas alternativas) implica mutar las operaciones diseñadas para el movimiento de cajas a un concepto de unidades (talla/color para el caso de moda).

La dificultad de contar con mano de obra, los altos índices de rotación (y su asociado requerimiento de aprendizaje), las nuevas regulaciones laborales y el permanente crecimiento del costo de hora hombre han permitido a las empresas chilenas incorporar tecnología idónea dentro de sus operaciones logís-

ticas. Un ejemplo de ello son los mini-shuttles, robots de alta tecnología que almacenan y movilizan cajas o cubetas con productos a estaciones de picking. Estos equipos pueden lograr entre 400-700 ciclos por pasillo/hora, lo que permite eficientar la tarea de picking. Los operarios, ubicados en estaciones de preparación de pedidos, sólo extraen las unidades señaladas por el equipo, ubicándolas en las cajas de los pedidos también señaladas por la máquina. De esta forma, preparar pedidos de gran diversidad de productos y pocas unidades se transforma en una tarea eficaz y eficiente y nos olvidamos de caminar varios kilómetros al día.

EL CLARO PRECURSOR EN ESTOS TEMAS ES AMAZON, QUIEN AL COMPRAR KIVA EL AÑO 2013, LOGRA IMPLEMENTAR MÁS DE 30.000 ROBOTS EN 13 DE SUS FULFILLMENT CENTERS. CHILE NO HA QUEDADO ATRÁS, YA HAY EMPRESAS QUE HAN IMPLEMENTADO EQUIPOS GUIADOS EN FORMA AUTOMÁTICA (AGV) O SISTEMAS AUTOMATIZADOS COMO EL MINISHUTTLE.

Si bien estamos hablando de inversiones de a lo menos 4 millones de dólares, sus eficiencias permiten mejorar significativamente el OTIF y el fill rate de la empresa con menos personal al actual, además de una mejor utilización del espacio disponible.

El claro precursor en estos temas es Amazon, quien al comprar Kiva el año 2013, logra implementar más de 30.000 robots en 13 de sus Fulfillment Centers. Chile no ha quedado atrás, ya hay empresas que han implementado equipos guiados en forma automática (AGV) o sistemas automatizados como el minishuttle.

Por otro lado, empresas de consumo masivo han logrado incorporar la automatización en operaciones de grandes volúmenes. Ya en varios centros de distribución de Latinoamérica se pueden encontrar almacenes automáticos de pallets, los que han sido complementados con robots pickeadores de camadas y trasportadores de mercadería (cajas y

pallets). En estas industrias, el picking unitario sigue siendo una labor exclusivamente humana, donde la precisión y velocidad humana para ese tipo de operaciones es aún más rentable desde el punto de vista económico. En Chile ya existen empresas de la industria que han invertido de manera exitosa en este tipo de tecnología.

Para el caso de las cadenas farmacéuticas, la automatización está orientada tanto a la preparación de pedidos como el almacenamiento de productos. Para lograr la gran cantidad de líneas de pedidos a nivel unitario que procesa esta industria, junto con la rapidez de repo-

sición que se necesita para las farmacias y la exactitud que deben cumplir los pedidos, se pueden ver típicamente automatizaciones tipo A-frame y sistemas "goods-to-person" con pick to light para la preparación de pedidos.

En lo que respecta al almacenaje, podemos encontrar los carruseles, los cuales permiten densificar el almacenaje de productos sensibles y obtener una alta productividad de picking a un costo razonable. También encontramos aquí los sistemas miniloads, sistema de almacenaje automatizado de productos pequeños en cubetas con un transelevador por cada pasillo, que si bien requiere de inversiones mayores permite tener una gran capacidad de almacenaje con bajos requerimientos de superficie. Igualmente de aplicable a esta industria son los mini-shuttle que permiten el almacenamiento y salida automática de productos. En industrias donde es vital contar con seguridad en las instalaciones, mantener la calidad en los productos y contar con trazabi-

lidad de stock y pedidos preparados, justifica aún más la automatización en sus procesos.

¿QUÉ EMPRESAS PUEDEN CONSIDERAR ESTE TIPO DE INVERSIONES?

Aquellas que ya trabajan en a lo menos 2 turnos (un robot trabaja 24/7), con carga de trabajo pareja durante el día. La reducción de personal producto de la automatización se puede pensar en un 20-25%, liberando al personal de tareas repetitivas, tediosas y difíciles, focalizándolos en acciones de valor agregado.

Es importante mencionar que, para poder implementar nuevas tecnologías en el centro de distribución, es necesario contar con una planificación detallada de todos los procesos que ocurren en el Centro. No basta con pensar en automatizar un proceso, hay que tener en cuenta cómo la automatización afectará el resto de los procesos que ocurren dentro de la bodega, considerando las ventajas y desventajas que pudiese haber.

Si bien comúnmente la automatización se asocia a mayores productividades, mejor calidad de servicio y una serie de beneficios en general, una mala planificación que no considere puntos clave puede llevar a una implementación al fracaso. La correcta selección de los equipos a implementar es vital para no realizar una mala inversión. No todos los equipos se acomodan a todo tipo de operación o artículo. Por ejemplo, aun cuando una empresa mueve sólo cajas, si trabaja en un turno, con mala calidad de embalaje y productos frágiles, no se verá beneficiada con un clasificador automático de cajas. Por lo tanto, es importante entender las características de los pedidos por canal de venta, las proyecciones, estacionalidades y peaks. Con esta información se deben evaluar

las distintas metodologías operativas que pueden ser implementadas y determinar qué equipo es el conveniente a implementar.

Se suele hablar mucho de las bondades de la automatización, que ciertamente existen, pero hay que tener en cuenta también cuáles son los factores que influyen en la decisión de automatizar los procesos dentro de un Centro de Distribución.

Para identificar las necesidades de automatización, primero es necesario entender los procesos dentro de la bodega susceptibles a automatizar y saber cuantificar cuáles serían los beneficios. Pero además se necesita conocer qué clase de tecnologías existen en el mercado, cuáles son los principales proveedores, los valores de inversión y su factibilidad de implementarse. La implementación de nuevas tecnologías conlleva a un cambio sustancial en el funcionamiento de un centro que afectará a toda la cadena de suministro, por lo

cual se necesitará de un equipo altamente capacitado que pueda llevar a cabo todas las medidas necesarias para tener una implementación exitosa.

A su vez, es clave controlar que la implementación se lleve a cabo en base a los óptimos requerimientos del cliente y no de acuerdo a la comodidad de implementación por parte del proveedor. La participación de la alta gerencia es sumamente importante en este tipo de proyectos para que toda la organización vea la relevancia que tiene esto para la compañía y se genere un compromiso más allá de las responsabilidades de cada uno de llevar adelante esta modernización. Un aspecto muy relevante, y que no hay que dejar de lado, es el cambio cultural que sufre una compañía cuando se implementa una automatización importante. Es necesario comunicar de manera adecuada a toda la organización de los cambios que se vendrán, e incorporar a todo el personal a participar de este nuevo proceso desde

sus inicios para que se familiaricen con los nuevos procesos de los cuales serán parte. Mientras más transparente e inclusiva sea la compañía en todo este proceso, mayor será la rapidez con que todo el personal se adapte a las nuevas formas de operación.

Son las 11 de la noche, los andenes están limpios, no quedan cajas pendientes de procesar. El operario ha cumplido sus metas del día y sabe que mañana cerrará de la misma forma. La empresa ha cumplido con el OTIF propuesto. Finalmente, el supervisor apaga el sistema automatizado. **LGI**

1. <http://www.businessinsider.com/working-conditions-at-an-amazon-warehouse-2013-2?IR=T>
2. <http://www.inboundlogistics.com/cms/article/warehouse-automation-the-next-generation/>
3. <http://www.inboundlogistics.com/cms/article/warehouse-automation-the-next-generation/>
4. <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>
5. <https://www.forrester.com/Forrester+Research+Online+Retail+Forecast+2015+To+2020+US/fulltext/-/E-RES125161>
6. <http://money.cnn.com/2012/03/20/technology/amazon-kiva-robots/>

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



CUANDO VEMOS QUE LA INDUSTRIA DE LA SALUD Y LOS MEDICAMENTOS EVOLUCIONA CONSTANTEMENTE Y SE DESARROLLA BAJO UN MANTO DE ESTRICTA CALIDAD, LAS TECNOLOGÍAS ASOMAN COMO UNA ALTERNATIVA DE AYUDA A LA OPERACIÓN DE ESTA COMPLEJA INDUSTRIA. EN MOMENTO EN QUE LA PRODUCCIÓN DE MEDICAMENTOS Y LA GESTIÓN HOSPITALARIA TIENEN POCO CONTROL SOBRE LOS COSTOS, LA LOGÍSTICA ASOMA COMO UNA OPCIÓN PARA, A TRAVÉS DE LA EFICIENCIA, REDUCIR COSTOS Y RENTABILIZAR LA INDUSTRIA

EL ROL DE LA TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y DE SALUD

58

El mundo farma y la industria de la salud, en general, es una de las más sofisticadas y tecnologizadas del mundo. El que sea considerado uno de los mercados más caros, fundamentalmente por la sensibilidad de los productos y su naturaleza, obliga a los actores involucrados a operar bajo los más altos estándares de calidad y eficiencia.

Hoy los productos farmacéuticos son las mercancías más reglamentadas, caras y frágiles que existen en el mundo, lo que obliga a una manipulación cuidadosa, condiciones específicas (traza-

bilidad-temperatura), en otras palabras, requiere de una logística de excelencia. De acuerdo a un estudio presentado en el blog estadounidense Business Pundit, la industria farmacéutica asoma entre las que mayor cantidad de dinero mueve en el mundo. Se calcula que este mercado mueve unos 700 mil millones de dólares anuales. Con un negocio en constante desarrollo se destacó a las 10 empresas con mayores ventas el año 2016, entre las que asoman: Pfizer, Bayer AG, Novartis AG, Merck&Company Inc, Sinopharm Group Co Ltd, Sonafi SA, GlaxoSmithkline PLC, Gilead Sciences Inc, Roche Holding AG y AstraZeneca.

Las dimensiones de este mercado nos permiten dilucidar sus principales características. La industria farmacéutica y la logística propiamente tal tiene dos grupos de características definidas y centrales: de Calidad y de Servicio; ambas engloban las principales preocupaciones y desafíos que tienen los actores. La primera de ella (características de calidad) agrupa, por ejemplo, el control de lotes y de caducidades, la trazabilidad, las normativas vigentes a nivel mundial y locales, elevado costo de la no calidad, el tratamiento específico por productos (temperatura controlada, psicotrópicos, incompatibles, etc.). En el segundo grupo (características del

servicio) asoman la prontitud y urgencia del suministro, tamaño de lote, servicio por tipo de clientes (laboratorios, canal farmacéutico, hospitales, clínicas, etc.), estacionalidad, elevados niveles de stock para asegurar el abastecimiento, obsolescencia y devoluciones y elevado costo del error y las mermas.

Es ante esta 'obligación' de calidad de servicio y eficiencia, es que el mercado farma y la salud han puesto su mirada en las soluciones tecnológicas, las que asoman como una aliada para enfrentar los desafíos que la operación del día a día les impone. El paciente, la consulta, el procedimiento y el medicamento son sólo algunos de los actores que entran en juego en este mundo; un mundo con una operación de sumo cuidado por lo sensible que es su factor en juego: La vida humana.

TRAZABILIDAD Y TEMPERATURA

Lo que comenzó como un valor agregado o un sello diferenciador es hoy un factor clave para el desarrollo y éxito de este mercado, dado que se ha transformado en una cualidad de confianza y calidad. Así, la trazabilidad se ha convertido en un elemento central para la industria farmacéutica.

Las características de los productos y en muchos casos su delicadeza hacen que la operación logística que los rodea sean rigurosa. Bajo esa lógica, conocer cada uno de los pasos que se da con los medicamentos e insumos, por ejemplo, es fundamental y ya de perogrullo.

Con la entrada en vigencia de la Norma Técnica 147 de "Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución de Productos Farmacéuticos de uso Humano", en septiembre de 2013, tanto productores como los diferentes actores de la cadena de abastecimiento se vieron obligados a redirigir el foco de su operación, desde la rapidez de entrega y el control de los costos (eficiencia) operativos, hacia el principio del resguardo de la calidad y

seguridad del producto, en toda instancia y hasta su uso final. Este factor afectó el diseño de almacenamiento y distribución propiamente tal, debido a características como la humedad, la luz y, especialmente, la temperatura se transformaron en una preocupación para la industria.

La Temperatura es otro de los pilares de esta industria en cuanto a su operación logística, el cual está directamente relacionado de variables, tales como las zonas geográficas y condiciones climáticas a las que se ven expuestos los productos, desde su fabricación hasta su distribución al destino final (paciente).

En tanto, estos requerimientos de temperatura pueden variar desde la condición de refrigeración hasta la de temperatura controlada, dentro de los siguientes parámetros: Condiciones normales de almacenamiento: en locales secos, bien ventilados, a una temperatura entre 15 y 25°C (en determinadas condiciones climáticas hasta 30°C). Condiciones de refrigeración sin congelar entre 2 y 8°C. Condiciones de refrigeración por debajo de 8°C. Condiciones de congelación entre -5° y -20°C. Condiciones de Congelación potente por debajo de -18°C.

Para reducir el riesgo de pérdida de la calidad de los productos por exposición a temperaturas no permitidas se ha debido realizar evaluaciones de riesgo y determinar las mejores alternativas de rutas de transporte, así como la utilización de medidas de control y soluciones de protección térmica; ambas soluciones que la industria en su mayoría contempla.

La función de estos factores, trazabilidad y control de temperatura, no es más ni menos que asegurar que un producto cuente con la calidad requerida, o determinar que ésta se vio afectada y su efecto terapéutico no está garantizado, lo que determina que no puede ser distribuido para ser utilizado en pacientes.

Como conclusión, a este respecto, se puede extraer que un sistema de trazabilidad

bien definido y desarrollado puede servir para combatir muchas de las amenazas que actualmente se ciernen sobre el mercado del medicamento para uso humano.

TECNOLOGÍA: UNA MIRADA AL FUTURO

En tiempos en que la transformación digital en las empresas ha dejado de ser una opción, las empresas de la Salud se han sumado a esta tendencia que dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad para mirar hacia el futuro.

Frente a este escenario de digitalización, según Mónica Moro, médico y master en dirección de comunicación, en su artículo "Radiografía: Grado de digitalización del sector farmacéutico 2017" hay que atraer a las empresas farmacéuticas "para ser parte activa de la salud digital (eHealth). "Los esfuerzos en 2016 se enfocaron principalmente hacia el paciente para la monitorización y control personalizados de su salud. Estos esfuerzos se han dirigido fundamentalmente a la sanidad móvil, la mHealth en la que se incluyen la historia clínica electrónica, el sistema de receta electrónica y la telemedicina que continúan creciendo en implantación", afirmó Moro.

En esta dinámica, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) asoman como una alternativa beneficiosa para la industria, gracias a sus 'beneficios' o ventajas, los cuales podrían agruparse en tres aspectos. Visibilidad de la cadena de principio a fin y monitorización global de los procesos y de las operaciones, Flexibilidad y Aplicación de cambios tácticos y estratégicos, sin necesidad de grandes inversiones en tiempo y recursos; y Conocimiento.

En paralelo con la gestión física de materiales, la gestión de la información es fundamental para los proyectos de reducción de costos y mejora de la rentabilidad.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Tecnología

FARMA

TRANSPORTE DE CARGA TERRESTRE PARA LA INDUSTRIA FARMA... COMPETIR EN IGUALDAD E INVERTIR PARA SER MEJORES, SON ALGUNAS DE LAS CLAVES

60

Cadena de frío, tecnologías de trazabilidad, distribución urbana y de difícil acceso son sólo algunos de los retos que los Operadores Logísticos de la Industria Farma enfrentan día a día. ¿Cuáles son los desafíos de su operación? y ¿cuáles son los retos a enfrentar de cara al futuro?, son algunas de las interrogantes que dilucidaremos.

Hoy la industria farmacéutica nacional enfrenta importantes desafíos en el plano logístico y de distribución, siendo uno de los principales retos: dar cumplimiento a la Norma Técnica 147, "De Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución de Productos Farmacéuticos de uso Humano", que enfatiza la importancia del resguardo de la calidad (efecto terapéutico) de los productos durante su almacenamiento y distribución, dado que las consecuencias de su deterioro pueden ser graves y, en algunos casos, letales para la salud humana.

A partir de ello, es importante analizar cómo ha evolucionado el transporte terrestre de este frágil producto, considerando que –en la actualidad– existen importantes factores que determinan la elección por uno u otro Operador Logístico por parte de los sujetos mandantes, entre los que destacan: la trazabilidad completa del producto y la experiencia de los OL en esta compleja industria. En este cometido, Revista Logistec contactó a tres importantes Operadores Logísticos del mercado nacional, con destacada experiencia en el mercado del almacenamiento y distribución de productos Farma a nivel nacional. A partir del análisis de sus voceros conoceremos la actualidad y los desafíos que enfrenta este sector en el plano del transporte terrestre, específicamente.

LA NORMA QUE LES CONVOCA

Cuando nos referimos al manejo de productos Farma, es importante establecer que a nivel

nacional éste está regulado por la Norma Técnica N°147, publicada por el Instituto de Salud Pública en 2013; la que sirve de base para el diseño de toda la operativa que los OL ponen en marcha. Así, con la entrada en vigencia de la Norma, en septiembre de 2013, tanto productores como los diferentes actores de la cadena de abastecimiento han debido redirigir el foco de su operación, desde la rapidez de entrega y el control de los costos (eficiencia) operativos, hacia el principio del resguardo de la calidad y seguridad del producto, en toda instancia y hasta su uso final.

Según comentó, Raúl Sánchez, Gerente General de Perilogistics, entre las muchas exigencias que contiene la Norma, el hecho de mantener la cadena de temperatura de todos los productos farmacéuticos es primordial y en materia de transporte terrestre un factor que va estrechamente ligado a la inversión y los costos. "En nuestro caso, contamos con una amplia gama de oferta de alternativas para distribuir estos productos, desde transporte en vehículo climatizado hasta el uso de embalaje calificado y validado. Pero para los productos de ambiente, la norma es clara en indicar que debemos mantenerlos a temperatura entre los 15 y 25 grados en todo momento. ¿Cómo hacemos para cumplir, cuando tenemos que llegar a lugares alejados, en pleno verano o pleno invierno? Soluciones hay; transporte climatizado o embalaje validado; pero los costos de ello son elevados, y en general, para productos de bajo valor no hay disposición a pagar por estos costos", estimó Sánchez al respecto.

Consecuentemente, Diego Undurraga, Gerente Comercial de Goldenfrost, también estimó que la inversión es un factor determinante para dar cumplimiento a la Norma, siendo la implementación de tecnologías de trazabilidad y control la temperatura y la humedad, por ejemplo, un factor determinante.

La tecnología sin duda hace el proceso de almacenamiento y distribución más fácil, con sistemas que te permiten tener la trazabilidad del producto y saber todo lo que vivió hasta ser entregado. Pero, al mismo tiempo, te permiten reaccionar antes de que algo pase y no encontrarte con la sorpresa de que existió un quiebre en la cadena de frío y que el medicamento fue entregado. En nuestro caso, ese aspecto está muy bien medido, con un sistema de alarmas que nos indican si algo pasa para

poder actuar, retornar dicho medicamento, reemplazarlo por un medicamento nuevo y entregar en tiempo y forma".

Siempre en torno al factor de la inversión, Felipe Barriga Phillips Director de Ventas TNT, consideró importante destacar la necesidad de "la inversión permanente en flota para que tenga una antigüedad no superior a los 5 años", agregando además que la compañía ha considerado pertinente la inversión en capacitación del personal de transporte y adicionar a su oferta de distribución tecnologías de trazabilidad y termotrazabilidad, "para el seguimiento de la totalidad de nuestra flota, a través de dispositivos GPS y de nuestra carga en el segmento troncal de la distribución, respectivamente", indicó Barriga.

No obstante, para alcanzar los estándares que la Norma impone, es preciso que los diferentes actores de la cadena de suministro identifiquen aquellos aspectos que ponen en jaque su ejecución. En este plano, Raúl Sánchez enfatizó en que uno de los principales retos en materia de transporte terrestre de Farma tiene relación con la dificultad, y por ello, elevados costos, de llegar con escasos volúmenes de productos a lugares de difícil acceso.

"En Chile tenemos patologías que las padecen menos de 100 pacientes; incluso menos de 10 pacientes, al menos los diagnosticados. Es un reto que, por supuesto lo cumplimos, el llegar a su localidad que puede ser incluso una Isla en Chiloé o en Aysén, Palena, Magallanes, en tiempo, y con un estricto control de temperatura. Y debemos en-

tender que ese medicamento, y cualquier otro, no pueden viajar en el mismo compartimento que las verduras o la comida congelada. El desafío final, es cómo podemos ir disminuyendo estos costos que, sin duda, encarecen aún más los costos finales de los medicamentos”, expresó el ejecutivo.

DE LOS RIESGOS Y LA OPERACIÓN

Consultados acerca de las principales condiciones operativas y tecnológicas que el ‘mandante’ exige al Operador Logístico, el Gerente de Perilogistics, explicó que “en general la industria farmacéutica es de alta exigencia. Lo habitual, como requisito formal, es el ser aprobado por el área de Aseguramiento de la Calidad del cliente. Ello implica tener un sistema documental robusto, procedimientos para toda la operación, registros de todo tipo, contar con la infraestructura necesaria y por sobre todo tener planes de contingencia ante posibles eventos de fuerza mayor.

También la revisión de estadísticas de servicio”. En esta línea, por su parte, Felipe Barriga consideró que “actualmente el mandante se orienta más a las variables de precio y de tiempos de tránsito, y el elemento decisor final dice relación con la confiabilidad de la empresa en cuanto al cumplimiento de dichos tiempos de tránsito y a los estándares que dicha empresa tiene en su proceso operativo. Sin embargo, en el último tiempo hemos visto la saludable tendencia de exigir más y mejores estándares de seguridad y de calidad por ejemplo a través de la exigencia del cumplimiento de los estándares

de la norma 147”. Sumado a lo expresado, Diego Undurruga, agregó que otro aspecto importante a evaluar –por parte del mandante– para la contratación del Operador, tiene relación con la implementación de tecnologías que le permitan al cliente visibilidad del proceso en tiempo real. “En el rubro de los alimentos, por ejemplo, se ve cada vez con más normalidad el que el cliente pueda disponer de la información de tránsito de sus productos de forma inmediata. Si consideramos eso, tenemos que hoy los Operadores Logísticos de la industria pueden poner a disposición del cliente la información de todo lo que pasó con su producto, pero tras finalizar el proceso. No obstante ellos, demandan que esa información salga hacia a ellos y ese es un desafío a asumir”.

Ahora bien, en torno al transporte terrestre ¿Cuáles son las etapas más críticas o riesgosas de la distribución Farma? A este respecto, Sánchez sostuvo que los principales riesgos tienen que ver con las fallas humanas y fallas de maquinaria. “Hay que tener claro que éstas pueden ocurrir, frente a lo cual debemos contar con un sólido plan de mantenimientos preventivos tanto del vehículo como de su compartimento de carga, su equipo de temperatura y la capacitación del Recurso Humano”, agregó.

Consultado respecto al factor delictual, como riesgo del transporte terrestre, Diego Undurruga sostuvo que “si bien es un riesgo latente existen métodos (aplicados por nuestra compañía) que vienen a evitar la ocurrencia de los mismos. Entre los cuales destacan, por ejemplo, el uso de camiones sin marca (Branding) para no alertar acerca de su contenido o la escolta para productos de alto valor o complejidad”.

¿SALUDABLES O NO?

Finalmente, consultados respecto al estado actual de la industria farmacéutica en Chile en materia logística y distribución, los ejecutivos destacaron que “siguiendo las tendencias internacionales ha ido aumentando sus niveles de control y exigencias. Trazabilidad cada vez más profunda y detallada, estrictos controles de temperatura, calificación y validación de instalaciones, de equipos de clima, de las carrocerías de carga de los transportes, del material de embalaje para los traslados son solo una punta de iceberg de los aspectos que se han fortalecido los últimos años”, destacó el Gerente

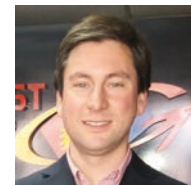
General de Perilogistics. Agregando que aún quedan muchos retos, entre ellos el que “como OL nos vemos enfrentados en casos específicos de los bienes o servicios que debemos subcontratar, donde nos encontramos con nichos monopólicos. Para un mercado pequeño como el Farma (en relación al retail, por ejemplo), hace que resulte más costosa la logística”.



Felipe Barriga
Director de Ventas
TNT



Raúl Sánchez
Gerente General
Perilogistics



Diego Undurruga
Gerente Comercial
Goldenfrost

Por su parte, Felipe Barriga enfatizó en la necesidad de que los clientes entiendan la complejidad que tiene la distribución de sus productos. “Muchas veces vemos que se enfocan más en el cumplimiento de la norma en sus bodegas pero desatienden la distribución. Una buena distribución evita problemas, disminuye inventarios y asegura la calidad de los productos.

Al contrario, una distribución deficiente tiene una serie de costos ocultos que a veces no se consideran como son pérdidas de ventas por falta de inventarios,



MEGA CONSULTING
ESPECIALISTAS EN LOGÍSTICA
RED MEGACENTRO

Diseño e implementación de Centros de Distribución **Asesoría** en procesos de **SUPPLY CHAIN**



CONECTADOS CON
EL MUNDO LOGÍSTICO



CONSULTORES
CON AMPLIA EXPERIENCIA
EN TERRENO



ROBUSTA METODOLOGÍA
DE PROYECTOS

Diagnóstico, entrenamiento y estrategias de implementación de
Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP)



Proyectos de **eficiencia** y mejora continua
en **operaciones logísticas.**

Diagnóstico y mejoras en sistemas de
transporte y distribución.

Evaluación y selección de **Warehouse
Management Systems (WMS)**

Evaluación y selección de tecnologías de
Storage and Material Handling.

comercialización en ferias de productos que son robados en la distribución o simplemente el que productos se deterioren por no contar con una distribución óptima. La forma de asegurar esto es trabajar con empresas que estén a la vanguardia en la distribución y que cuenten con las certificaciones requeridas por la autoridad", estimó.

Por su parte, el ejecutivo de Goldenfrost estimó como una de las principales falencias del sistema en general: la poca fiscalización de los actores logísticos en materia de transporte y almacenamiento. A este respecto, Undurruga sostuvo que: "La fiscalización, si bien existe, nunca es suficiente y todavía hay empresas que operan en el mundo Farma al borde de lo que dice la Norma. Esto no sólo representa un riesgo a nivel sanitario, considerando que se trata de la salud de las personas, sino también implica una competencia desigual para los actores que sí invertimos en estos procesos".

Considerando lo dicho, la ecuación: inversión-costo-competencia es un reto preponderante para el sector y sus actores. En esta línea, Undurruga puntualizó que "lamentablemente aún hay empresas que optan por lo más barato", lo que, sin duda, es un tema a reflexionar por parte de los sujetos mandantes, sobre todo cuando hablamos de una industria que vela por el bienestar de las personas y de un tema tan primordial como es su salud. Con todo, la extensión territorial y las características geográficas chilenas, sumado a la sensibilidad que tiene en la población el tema farma y el de la salud, en general, hace que este mercado sea una industria que requiere



de actores comprometidos y conscientes de su rol y de su operación en esta cadena.

¿Quieres ingresar a este mundo? Quienes proyectan convertirse en un aliado de la industria farmacéutica deben estar conscientes de que este mercado es una industria de constantes desafíos, donde la inversión tecnológica en función del cuidado de los productos (fármacos e insumos de salud) es constante y se ha transformado ya en un 'commodity' para este mercado.

La trazabilidad y el control de temperaturas son dos cualidades que ya están inmersas en la logística de estos productos; sin embargo, hoy los desafíos también están en mantener el control de la calidad de los medicamentos desde su producción hasta el cliente final, abriendo así una ventana de oportunidad para quienes quieren invertir y transformarse en un partner.

Los clientes farma son exigentes y esa es una realidad con la que los proveedores logísticos deben tratar, ya que aquí cada error puede significar poner en juego la vida y la salud de las personas.

¿Estás dispuesto a asumir este reto? Si el servicio, producto u operación que ofrece tu empresa cumple con estas cualidades puede ingresar a este mercado atractivo y competitivo, desde el punto de vista económico, y desafiante, desde el punto de vista logístico.

En este caso TNT, Goldenfrost y Perilogistic, asumieron su rol y se han desempeñado como actores relevante en el transporte y distribución de la industria farma, gracias a la mezcla de calidad de servicio, tecnología, flexibilidad operativa y recurso humano capacitado. **LGI**



Almacenamiento Seguro y Confiable de Sustancias Peligrosas



Seguridad



Control



Sustentabilidad

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.

¿Cómo han avanzado los proyectos de conectividad portuaria que se han hecho parte de las discusiones de los principales actores públicos y privados del sector? La interrogante anterior encuentra respuestas a partir del Informe emanado por el Ministerio de Transporte y el Ministerio de Obras públicas que liberaron un completo informe acerca de los avances en esta materia a nivel nacional. A continuación presentamos la primera parte del mismo, correspondiente a los puertos estatales de la zona norte.

ACCESIBILIDAD

INFORME ACCESIBILIDAD VIAL PORTUARIA 2017. ZONA NORTE -PARTE I

La competitividad futura de los puertos chilenos estará determinada por la fluidez de las conexiones a sus hinterlands o áreas de influencia". La cita anterior, extraída del documento "Ports Policy Review of Chile" (2016), pone de manifiesto la importancia que la accesibilidad portuaria tiene para el eficiente desempeño de la actividad de carga marítima; un componente clave para el desarrollo portuario chileno y su competitividad.

Considerando lo anterior, es imprescindible que la planificación de los sistemas Portuarios-Logísticos se realicen bajo una mirada sistémica y coherente, especialmente si se trata de terminales estatales, cuyo servicio de transferencia, además de su conectividad vial y ferroviaria son de interés general para la nación. Con ello en mente, en 2013 se publicó el Plan Nacional de Desarrollo Portuario (PNDP), documento que constituyó una propuesta argumentada técni-

camente para el desarrollo de infraestructura portuaria de servicio público y de su conectividad vial y férrea hasta el año 2030. Bajo este concepto se daría un proceso de discusión amplia de las propuestas de los actores del sector en las materias referidas, lo que derivaría en el compromiso de las organizaciones públicas y privadas necesarias para la concreción oportuna y exitosa de los proyectos más viables.

Considerando lo expuesto, surge la interrogante acerca de ¿cuáles han sido los avances en la discusión emprendida por los actores del sector en los últimos 4 años? pregunta que tanto los ministerios de Obras Públicas (MOP) y Transporte y Telecomunicaciones (MTT) como las empresas portuarias estatales han querido dilucidar a partir de la publicación del documento "Accesibilidad Vial Portuaria 2017" que aborda la componente de accesibilidad vial del PNDP, a partir de una actualización del inventario de proyectos en análisis y discusión a febrero de 2017, descartando aquellas propuestas que quedaron obsoletas (en el transcurso del tiempo) y agregando aquellas que han surgido en el intertanto.

DE LOS PROYECTOS Y SUS AVANCES POR PUERTO

Específicamente, el documento publicado por el Plan de Desarrollo Portuario (PNDP) presenta el estado actual de cada proyecto discutido y acep-

tado como viable entre 2013 y 2017, en la modalidad de fichas que establecen su estado de avance, financiamiento y problemática a solucionar. La distribución de cada ficha, desarrollada en el texto se presenta en orden geográfico y descriptivo.

A continuación, presentaremos el estado de avance de los proyectos propuestos para cada puerto estatal, a partir de los datos presentados en el Informe desarrollado por el PNDP.

PUERTO DE ARICA

Actualmente, la Terminal Portuaria de Arica tiene en inventario dos proyectos en evolución denominados: "Mejoramiento Acceso Puerto de Arica" y "Mejoramiento Accesibilidad y Conectividad al Puerto de Arica".

El primero de ellos: "Mejoramiento Acceso Puerto de Arica", tiene como objetivo solucionar la problemática derivada de la congestión vehicular, que dificulta el acceso a dicha terminal,

y que afecta tanto a la comunidad como al tráfico de camiones de carga que ingresan al puerto.

La solución propuesta para enfrentar dicha problemática se traduciría en el aumento de capacidad de ingreso al puerto tras la implementación de un mayor número de garitas de acceso, la construcción de un ramal exclusivo de doble pista y sentido único de entrada, semaforización, señalización y demarcación del enlace, lo que permitiría además, solucionar las demoras en el egreso.

En lo relacionado al estado de avance de dicho proyecto, el Informe indica que éste se encuentra en etapa de Estudio, iniciado en marzo de 2017 con una fecha estimada de término para diciembre del año en curso, siendo su ejecutor la Empresa Portuaria Arica. Según planificación tentativa para la concreción de las etapas subsecuentes se establece como plazo para la ejecución de obras el año 2021.

En torno al segundo proyecto definido para Puerto de Arica, denominado: "Mejoramiento Accesibilidad y Conectividad al Puerto de Arica", el documento describe como problemática a solucionar el hecho de que "los camiones con destino al Puerto de Arica utilizan vías estructurantes de la trama urbana de la ciudad, las cuales se encuentran con altos niveles de congestión. Lo anterior dificulta la operación de los camiones asociados al puerto y a los recintos vinculados a la actividad portuaria".

El proyecto desarrollado para dar solución a la problemática expuesta, en tanto, vendría a "aumentar la capacidad y el estándar de los tramos viales urbanos de la ciudad de Arica, que son utilizados por el transporte de carga que proviene de las Rutas 11 CH, Ruta 5 y Ruta A-27 con destino al Puerto de Arica", describe el texto. En particular, el proyecto propone: el ensanche de la calzada poniente del eje Máximo Lira - Av. Chile, a tres pistas, con el fin de aumentar la capacidad del

eje entre Av. Diego Portales y el acceso al puerto. Uniformando de este modo el perfil de la calzada poniente a tres pistas a lo largo del tramo entre el Acceso al Puerto de Arica y Av. Santiago Arata Gandolfo, lo que permitiría mejorar la conectividad al puerto de los camiones y depósitos de contenedores localizados en el sector norte de la ciudad.

En lo relacionado al estado de avance de dicho proyecto, el Informe indica que éste se encuentra en etapa de Búsqueda de Financiamiento de estudio de prefactibilidad, proceso que debería finalizarse –según la planificación tentativa, a fines de 2017. Según dicha planificación, tras la concreción de las etapas subsecuentes, se estima un periodo de construcción de 2 años que debería hacerse efectivo entre los años 2026 y 2027.

PUERTO DE IQUIQUE

Cinco son los proyectos en inventario para la Terminal Portuaria de Iquique, según lo descrito en el Informe del PNDP, cuyos estados de avances se pasan a detallar.

El primero proyecto, denominado: "Gestión de Tráfico en Acceso al Puerto", busca solucionar la congestión vial en la Avenida Arturo Prat Chacón ocasionada por el flujo de vehículos pesados en dirección desde/hacia al puerto, generando propuestas de gestión de tráfico en el corto plazo para el acceso actual al puerto, impulsando luego, su implementación por parte de los actores locales.

Según detalla el Informe, el avance de dicho proyecto, cuyo ejecutor es la Empresa Portuaria Iquique, se encuentra es estado de Estudio, cuya concreción se espera para Agosto de 2017. Según la planificación tentativa propuesta, la ejecución de las obras debería finalizar el primer semestre de 2020.

En torno al segundo proyecto, denominado: "Construcción Conexión Vial Acceso Norte a Iquique", que busca dar solución

miebach 
the supply chain engineers

LÍDER EN
CONSULTORIA INTEGRAL
EN LOGÍSTICA



S&OP

Automatizaciones

Optimización de inventarios y servicio

Layout planning

Diseño red de distribución

Diseño de CD



Avenida Suecia 0155, Of. 301,

Providencia, Santiago

+56-2-2-2795 1900

santiago@miebach.com

www.miebach.com

a la congestión vial en la única ruta que conecta Alto Hospicio con la ciudad de Iquique (Ruta 16); derivada del tráfico de camiones vinculados a la operación portuaria y/o a la Zona Franca de esa ciudad a la Ruta 5; el estudio estableció que dicho proyecto se encuentra en Estudio de factibilidad desde marzo de 2016, con plazo de finalización en diciembre de 2018 para iniciar la ejecución de obras en 2023 y finalizar en 2025, según la planificación tentativa.

Más avanzado se presenta el tercer proyecto, denominado: "Mejoramiento Conexión Puerto de Iquique, Avda. Circunvalación". Según establece el Informe, "en la actualidad no existe una conexión entre la Av. Las Cabras con Av. Circunvalación, por lo que los movimientos vehiculares se concentran en la intersección de Luis Jaspard con Av. Circunvalación, generando altos niveles de congestión. En esta zona existen, además, altos flujos de camiones asociados a la actividad de la Zona Franca de Iquique y a la operación portuaria". Expuesta la problemática, el proyecto se aboca a construir un paso bajo nivel que permita la conectividad desde Av. Circunvalación hacia Av. Las Cabras y mejorar el diseño de la intersección de la calle Luis Jaspard con la Av. Circunvalación.

Ubicado en la etapa de Coordinación, con fecha de término estimada para el segundo semestre de 2017, se determinó como plazo para la ejecución de obras el segundo semestre de 2020, según la planificación tentativa. Ya en estado de Ejecución de Obras, se ubica el cuarto proyecto, denominado: "Mejoramiento Accesibilidad y Conectividad en

la Ciudad de Iquique", que mediante la construcción de una nueva vía estructurante de circunvalación a Iquique y acceso a Alto Hospicio, permita mejorar las condiciones de accesibilidad y conectividad vial entre ambas ciudades que; condición que en la actualidad es adversa para el acceso de los camiones a Zona Franca y el Puerto de Iquique. Con todo, la ejecución de las obras debería finalizar para el primer semestre de 2019.

En tanto, el quinto proyecto previsto para Iquique, denominado: "Mejoramiento Rotonda Pampino", que implica la construcción de un paso desnivelado que mejore el nivel de servicio de dicha rotonda, reduciendo los tiempos de espera asociados a la congestión producida en los accesos de entrada y salida, también se encuentra en etapa de Ejecución de Obras, estimadas para finalizar el segundo semestre de 2019.

PUERTO DE ANTOFAGASTA

Para el terminal portuario de la II Región de Antofagasta, actualmente existe sólo un proyecto en inventario, denominado: "Gestión de Tráfico en Acceso al Puerto de Antofagasta", que se encuentra en estado de Coordinación a partir de marzo de 2017 y espera finalización el primer semestre de 2018, según la planificación tentativa.

PUERTO DE COQUIMBO

Para la IV región, que actualmente ostenta el mayor volumen de transferencia de carga del sector, existen vigentes en inventario un total de 3 proyectos; dos en Estudio y uno Ejecutado, lo representa un resultado positivo.

El primero de sus proyectos en inventario, denominado: "Concesión de Ruta 5 Norte - Conurbación la Serena Coquimbo, en estado de Estudio de Diseño que según la planificación debe finalizar el segundo semestre del año en curso, espera resolver la problemática de congestión vehicular que se presenta en el tramo urbano comprendido entre las ciudades de Coquimbo y La Serena y que dificulta el acceso de los camiones al puerto.

El proyecto implica la concesión del tramo urbano de la Ruta 5 Norte, entre las ciudades de Coquimbo y La Serena, en una extensión de 17 kms. aproximadamente, desde el acceso al vertedero municipal de Coquimbo hasta la pasarela Brasil en

La Serena. El proyecto considera calzadas expresas de 3 pistas por sentido, sin cruces a nivel (construcción de enlaces desnivelados para dejar semaforizada sólo las calles locales). Se plantea además, calles locales en la mayor parte del tramo, por lo general de 2 pistas por sentido (una oriente y otra poniente, además a las calzadas expresas). Con todo, el proyecto debería ver la luz a partir del 2023.

El segundo proyecto en inventario, denominado: "Acceso al Puerto de Coquimbo desde Ruta 5", también es estado de Estudio a nivel de perfil hasta el segundo semestre de 2017, según la planificación tentativa; pretende evaluar socialmente nuevas alternativas de acceso al Puerto de Coquimbo, pasando por el tramo urbano de dicha ciudad, ello considerando que el Puerto de Coquimbo está inserto dentro de una zona eminentemente urbana y patrimonial, lo que genera que los camiones en dirección al Puerto experimenten importantes roces con flujos urbanos y peatonales en el tramo Puerto - Ruta 5 Norte.

Según lo establecido en el ítem: Planificación Tentativa, la realización del Estudio de Diseño debería concretarse el segundo semestre de 2019. Finalmente, el tercer proyecto en inventario, denominado: "Construcción Enlace Juan Antonio Ríos en Ruta 5, Coquimbo", que ya está Ejecutado, espera mejorar el estándar de la Ruta 5 Norte en su enlace con la Av. Juan Antonio Ríos, ello mediante la construcción de un paso sobre nivel de una longitud de 530 m y la construcción de una nueva vía local o caletera. **LGI**



Linde High Lift Chile S.A.

Linde

Nueva generación de equipos Linde-ION



Linde High Lift Chile S.A.
Av. El Retiro 1251, Renca, Santiago
www.linde-hl.cl info@linde-hl.cl

Al cierre del primer semestre de 2017, los principales puertos del país presentaron sus resultados operativos, proyectos activos y proyecciones para los próximos 6 meses. Veamos cómo quedó el panorama portuario al cierre del primer periodo.

COMPETITIVIDAD

PUERTO A PUERTO, LOS QUE SUBEN Y BAJAN EN EL COMPETITIVO MERCADO DE LA CARGA POR VÍA MARÍTIMA

La economía chilena permanece en estado de alerta, tras el último reporte publicado por el Banco Central (BC), en agosto pasado, que expuso un registro de crecimiento para el Producto Interno Bruto (PIB) del país en un 0,5% por ciento durante el primer semestre de 2017, resultado que representa el peor desempeño semestral de la economía chilena desde 2009.

El informe añadió que durante el segundo trimestre del 2017, la actividad económica registró una variación de 0,9 por ciento con respecto al mismo período del año anterior.

Según lo descrito por el BC, el resultado para el primer semestre de 2017 fue liderado por el crecimiento de servicios personales y comercio, que fueron los sectores de mayor contribución. Por el contrario, las principales incidencias negativas provinieron de las actividades construcción, minería y servicios empresariales.

Considerando lo expuesto, resulta interesante resumir el desempeño del sector portuario, principal contribuyente en el desempeño del comercio exterior nacional y de la economía chilena a nivel global. En esta lógica, según lo reportado por las principales empresas portuarias a lo largo del país, se evidencian aumentos históricos en las transferencias de carga para ciertos terminales, mientras otras presentan un resultado a la baja para el periodo descrito. Dicho esto, el comportamiento de transferencia de carga para el sector portuario, de norte a sur, se comportó de la siguiente manera:

ARICA, EL ALZA GRACIAS AL COMERCIO BOLIVIANO

Un 7% de aumento registró la transferencia de carga en el puerto de Arica el primer semestre del 2017, esto en relación a similar periodo del año 2016, resultado que se fundamentaría en la preferencia de las empresas bolivianas respecto a los servicios que ofrece el terminal portuario norteño. En esta línea, según lo publicado por la EPA, para el periodo enero-junio del presente año, se movilizaron por el puerto 1 millón 556 mil toneladas, de las cuales el 78% representan cargas en tránsito boliviana con un crecimiento del 2,6% en relación con el periodo anterior.

De acuerdo a lo señalado por el Gerente General de Empresa Portuaria Arica, Iván Silva Focacci, al analizar las cifras, se concluye que se sigue observando un crecimiento permanente y sostenido del

movimiento portuario en el terminal, lo que va de la mano, sostiene el ejecutivo, con la seguridad, eficiencia y competitividad de la misma.

Respecto a los resultados, Silva sostuvo que "un hito importante es la carga regional que creció en un 41%, por sobre las 200 mil toneladas, principalmente por las exportaciones de harina de pescado, kieselgur y bórax, entre otros productos". En tanto, las cargas en tránsito peruanas presentan un crecimiento del 17% entre importación y exportación, destacándose materias primas y productos agrícolas.

Cabe destacar, que la principal carga que transfiere el terminal son los contenedores, representando el 73% del total de la carga transferida, con un 11% de crecimiento en relación al anterior periodo, el resto del movimiento, lo conforman las cargas a granel y fraccionada con 18% y 9% de representación respectivamente. Por otra parte, según destacó Iván Silva, el trabajo permanente de difusión en tecnología y nue-

vos proyectos que realizan, tanto Empresa Portuaria Arica y el concesionario Terminal Puerto Arica, han sido artífices de los positivos resultados obtenidos. En esta línea, el Gerente General de EPA sostuvo que "estamos trabajando desde hace varios años en distintos proyectos para disminuir el impacto que genera, especialmente en la comunidad, el crecimiento del puerto. Por ello, estamos trabajando en un nuevo acceso al puerto y en una segunda etapa del Antepuerto. Las expectativas indican que vamos a seguir creciendo en movimiento de carga, lo que sin duda se convierte en un desafío para todos quienes formamos parte del sector marítimo portuario".

Al terminar el recuento semestral oficial, el Gerente General puntualizó que las inversiones realizadas por el Concesionario TPA que permiten ofrecer servicios de continuidad operativa, e incluso, atender naves en casos de marejadas, "da cuenta del interés de la empresa por continuar siendo un puerto competitivo y líder en la macro región andina como lo ha sido hasta ahora".

COQUIMBO, CRECE Y SE PROYECTA

Confirmando la positiva proyección de inicios de año, Terminal Puerto Coquimbo (TPC) informó en agosto pasado que durante los primeros 7 meses de 2017 se transfirieron 536.818 toneladas de carga, cifra superior a las 458.593 toneladas movilizadas en igual período del año 2016.

Lo anterior representa un aumento de 17% en la operación portuaria de dicha terminal; registro que cifra las proyecciones

anuales para 2017 en la transferencia de más de 900.000 toneladas, todo un record considerando que ya el año 2016 TPC transfirió 824 mil toneladas.

En torno a los resultados expuestos, el Gerente General de TPC, Gonzalo Fuentes, sostuvo que el aumento en la transferencia de carga confirma que el puerto retomó su operación con total normalidad después de un año 2016 marcado por las reparaciones de la infraestructura portuaria dañada por el terremoto de septiembre de 2015. "Sin duda que el aumento en la transferencia de carga es una buena noticia porque confirma que vamos por el camino correcto, trabajando con el mejor equipo humano, orientados a satisfacer las demandas de nuestros clientes y comprometidos con el desarrollo de la ciudad y la región", sostuvo.

Otro punto destacado por la vocería de TPC fue el hecho que durante agosto, la terminal mantuvo dos operaciones de descarga de manera simultánea, una operación inédita que requirió del trabajo de más de 250 personas en cada turno. "Nos llena de orgullo poder dar empleo a la gente local, y con mayor satisfacción si este empleo se realiza de forma segura, como empresa estamos sumamente comprometidos con llevar una operación segura de modo que todos puedan volver a su casa sanos", destacó Fuentes.

En torno a los proyectos que TPC espera concretar para los próximos periodos, la vocería del puerto sostuvo que el TPC continua trabajando en el desarrollo de una propuesta de Modernización del Terminal Portuario, de manera de poder transferir la carga que actualmente no se transfiere por el Puerto de Coquimbo. A este respecto, el Gerente General sostuvo que "esperamos poder estar a la altura de los grandes terminales de Chile, y poner a disposición a los coquimbanos de una plataforma de desarrollo que pueda impulsar la economía local, conectando a Coquimbo con el mundo".

Con ello en mente, TPC tiene como objetivo próximo ingresar, mediante un Estudio de Impacto Ambiental (EIA), el proyecto de ampliación del puerto, documento que según la programación definida debería ingresar al sistema de evaluación ambiental en los próximos meses, confirmando de esta manera el compromiso de la empresa por impulsar el crecimiento y modernización portuaria que la región requiere. "Esta iniciativa ha sido sensibili-

zada dentro de un sin número de actores locales, esperamos recoger sus impresiones, de manera de construir juntos el mejor proyecto para la ciudad puerto", destacó al respecto Gonzalo Fuentes.

VALPARAÍSO, INCREMENTA SU TRANSFERENCIA Y BATE RECORDS

6.000.767 toneladas de carga general (exportaciones e importaciones), transfirió el Puerto de Valparaíso durante el primer semestre de 2017, cifra que representa un aumento de 19,5% respecto de las 5.021.670 toneladas alcanzadas en igual período de 2016.

Según datos publicados por la entidad, los meses de marzo y junio fueron los más prolíferos en actividad, registrándose la transferencia de 969.961 Tons., de carga contenedorizada y 225.343 Tons., de carga fraccionada para el mes de marzo y 912.230 Tons., de carga contenedorizada y 170.986 Tons., de carga fraccionada para el mes de junio.

Según lo declarado por la gerencia logística de la Empresa Portuaria de Valparaíso (EPV), el avance en la transferencia de carga está asociado, principalmente, a los embarques contenedorizados, que anotaron un aumento de 22% respecto del mismo período del año pasado. Dicho incremento fue impulsado, específicamente, por los envíos de fruta, que crecieron un 38,1% a junio; las exportaciones de productos comestibles, que aumentaron 40,9%; los embarques de cobre, que se incrementaron 405% por este puerto, y

las importaciones de productos industriales, que tuvieron un alza de 18,7%.

Así, durante el primer semestre de 2017, a través del Puerto de Valparaíso se exportaron 1.189.173 toneladas de frutas; 704.427 toneladas de productos comestibles, y 150.729 toneladas de cobre. Por su parte, se importaron 1.756.128 toneladas de productos industriales.

En tanto, la carga conteneinarizada en puerto Valparaíso, durante el período enero-junio, alcanzó una participación del 83% (4.985.963 toneladas), mientras que la carga fraccionada obtuvo el 17% restante (1.014.804 toneladas).

En lo referido al desempeño privado del Puerto de Valparaíso, cabe destacar lo alcanzado por la empresa Terminal Pacífico Sur Valparaíso (TPS), concesionario de su Terminal 1, que presentó cifras record para el período Enero-Junio de 2017.

A este respecto, el concesionario movilizó 521.664 TEUs durante el periodo descrito, la cifra más alta alcanzada en los 17 años que ha operado el terminal. En comparación, en igual período de 2016 se movieron 422.701 TEUs, lo que arroja un incremento de 23,41% en los primeros seis meses del presente año.

Los buenos resultados obtenidos por TPS se explican por el plan integral de inversiones por más de USD 100 millones que desarrolló el concesionario y el ingreso y reestructuración de servicios navieros. En esta línea, Oliver Weinreich, Gerente General de TPS, explicó que "las inversiones que hemos realizado en los últimos años nos han per-

mitido elevar significativamente la competitividad de Valparaíso y ofrecer mejores servicios. A ello se suma el profesionalismo y compromiso de todos nuestros colaboradores, que nos permite ofrecer la estabilidad que el mercado necesita."

Además, Weinreich destacó que "estos resultados nos tienen muy satisfechos, pero aumentar la transferencia de carga no es nuestro único objetivo, ya que con la misma convicción estamos trabajando constantemente en el objetivo de mantener los más altos estándares de seguridad de nuestro terminal".

SAN ANTONIO, BAJA PERO MANTIENE EL LIDERAZGO

El Puerto San Antonio, en tanto, registró en movimiento de carga general una caída de 4,8%, en comparación con los primeros seis meses de 2016, según los datos publicados por la entidad. No obstante, cabe recalcar que en este periodo alcanzó las 8.594.769 toneladas transferidas, cifra que superó en 2.594.002 toneladas el volumen total transferido por puerto Valparaíso en el mismo período de este año.

Según expertos de la industria marítima la baja experimentada por el puerto de San Antonio se debe a la situación económica del país. No obstante, las toneladas totales transferidas durante el primer semestre están dentro de las proyecciones y superan las estimativas.

Así, la carga conteneinarizada en el Puerto San Antonio, durante los primeros seis meses del año, sumó 5.897.125 toneladas métricas, un 10,6% menos que las 6.597.712 Tons. métricas registradas en igual período de 2016. En tanto, La carga fraccionada llegó a las 562.120 Tons. métricas, un 21,8% más en comparación con las 461.675 toneladas métricas del año anterior.

Otro aspecto importante a resaltar en torno al desempeño del Puerto de San Antonio se refiere a su posicionamiento a nivel latinoamericano. Según el ranking de puertos 2016 elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), San Antonio subió dos puestos respecto al año 2015, quedando décimo en la estadística general de los 100 puertos de América Latina. Así, San Antonio es el mejor posicionado entre los puertos chilenos, ya que Valparaíso, con 884.030 TEU

transferidos en 2016, se ubicó en el lugar número 18 del ranking Cepal, lo que es un puesto más bajo que su posición 17 del año 2015.

A qué se debe el liderazgo de San Antonio frente a sus pares, según expertos, dicho puerto tiene ventajas en conectividad y costos logísticos más bajos. A ello se suma el nivel de infraestructura y tecnología que integra, en el cual destaca la incorporación de 15 grúas Gantry STS, frentes de atraques con la capacidad de recibir diferentes tipos de naves y un enfoque en seguridad y eficiencia en sus procesos.

SAN VICENTE, EL TERCERO A NIVEL NACIONAL

Respecto del desempeño de los puertos ubicados en la zona centro-sur del país, cabe destacar lo hecho por las terminales de la Portuaria Talcahuano-San Vicente; que aparece como el tercer complejo con más actividad con 2 millones 983 mil 759 toneladas canalizadas y un incremento de 0,02%.

Por su parte, el Puerto Montt sigue evidenciando una firme recuperación con un aumento de 25,47% y 504.028 toneladas transferidas a través de los muelles de Empormontt; mientras que en la zona sur-austral, Puerto Chacabuco movió 267.164 toneladas con un crecimiento de 5,58% y la EPAustral transfirió 257 mil 465 con una variación positiva de 4,40%. **LGI**



**CENTRAL
BODEGAS**

Soluciones a la medida de cada empresa.

ESPACIOS PARA BODEGAJE



3° ETAPA EN CONSTRUCCIÓN



ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



11 AÑOS DE EXPERIENCIA · 120.000 M2 EN ARRIENDO

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



RoutingUC



Dicho evento corresponde al XVI Congreso Internacional organizado por nuestro medio y que contó con la asistencia de más de 250 profesionales. La ocasión se transformó en una plataforma de encuentro de la industria y una oportunidad para ahondar sobre los desafíos que tiene el mercado logístico para responder al boom del comercio electrónico y las características de los nuevos consumidores.

74

LOGISTEC REALIZA EXITOSO CONGRESO INTERNACIONAL "E-LOGISTICS DAY"

Un éxito resultó el XVI Congreso Internacional organizado por Revista Logistec con el apoyo de Acceleron. El evento "e-Logistics Day" que se realizó el pasado 24 agosto en el centro de eventos, Centro Parque, se transformó en la instancia perfecta para reunir a la industria logística en torno al análisis sobre el crecimiento y los desafíos que plantea el comercio electrónico en el país.

Más de 250 profesionales del mercado logístico y ejecutivos de importantes empresas nacionales se dieron cita en la comuna de Las Condes para ser testigos de la presentación que realizó el destacado consultor e investigador de Supply Chain John Gattorna, quien profundizó sobre el camino que tendrá el e-commerce y su estrecha relación con la logística.

Gattorna, reconocido 'líder de pensamiento' del escenario mundial de las cadenas de abastecimiento ha sido testigo del cambio en la industria logística y de las estrategias que han debido asumir las empresas para responder a este nuevo escenario y a los consumidores, en base al conocimiento que se tiene de las nuevas demandas y sus patrones.

"He abierto mi mente para tratar de entender cómo funcionan las multidisciplinas dentro de las empresas. No importa qué tipo de empresa sea, pero si quieren desempeñarse bien hay cuatro cosas que debes alinear: El mercado: hay que estar atento a sus cambios y a los movimientos, identificando qué tipo de mercado es. Estrategia de la empresa. La Cultura: hay una gran desconexión entre lo que se planea y lo que resulta y hay que estar atento a los cambios. Se debe definir qué tipo de cultura quieren desarrollar y el Liderazgo: las organizaciones que rinden mejor son aquellas en que el liderazgo está en contacto con el mercado, porque así es más probable que las estrategias y la cultura se desarrollen correctamente, ya que si el liderazgo no está conectado con el mercado es imposible que se desarrolle bien", comentó el destacado consultor al inicio de su presentación.

El énfasis de la presentación de John Gattorna estuvo en incentivar a los asistentes a asumir riesgos, ya que el principal desafío- a su juicio- está en que "hay que interpretar qué es lo que hay en las mentes de los clientes y consumidores actuales. Las cosas avanzan tan rápido que no podemos esperar sentados y tenemos que aprender a experimentar".

En cuanto a los alcances y los desafíos que plantea el comercio electrónico para las empresas y el diseño de sus cadenas logísticas, el investigador destacó en su alocución que "el e-commerce ha planteado distintas opciones. Los consumidores tienen distintas alternativas hoy en día para comprar, donde la mezcla de canales es lo importante y a eso es lo que debemos responder como industria".

En esta línea, Gattorna enfatizó en que "no se puede presumir que las rutas que tenemos se van a mantener en el tiempo. Los consumidores buscan constantemente nuevas alternativas y debemos estar atentos".

"En los últimos años hemos visto una especie de concentración en un canal donde el cliente se enfoca, lo que se ha derivado en una oportunidad para la empresa en cuanto ofrecer y conocer a su cliente", añadió.

Con el correr de su presentación Gattorna desarrolló el ciclo de vida de un negocio, la oportunidad que representa el comercio electrónico para mejorar la alineación con los clientes, las opciones de la cadena logística del comercio electrónico y cómo se diseña dicha operación para generar un e-commerce sostenible en el tiempo.

"El e-commerce no va a dominar el mundo y seguirán existiendo otros canales que deberán ir desarrollándose también. Sin embargo, debemos definir como empresa cuánto de nuestro negocio pasará por el comercio electrónico, en base a eso se debe determinar la estrategia a asumir", concluyó el profesional. Para conocer a fondo los planteamientos que realizó John Gattorna en su presentación en "e-Logistics Day", los lectores de Logistec pueden revisar la completa presentación registrada on demand en el fanpage de Revista Logistec: Logística Logistec.

"E-LOGISTICS" BAJO LA MIRADA CHILENA

Dado que el comercio electrónico se ha posicionado con fuerza, impulsando a la industria a responder a estas nuevas demandas del mercado y también de los nuevos consumidores, transformando a la logística en una pieza clave del e-commerce, el evento contó con la visión de im-





portantes ejecutivos, quienes profundizaron sobre distintas temáticas que conlleva la industria con una visión más nacional. “Desafíos y Oportunidades en la Distribución Urbana de órdenes” fue el título de la presentación que realizó el académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), Mathias Klapp. El académico, utilizó su plataforma para entregar a los asistentes lecciones conceptuales para comprender cuáles son las oportunidad que existen, teniendo en cuenta el alza que ha tenido el e-commerce versus la caída de las tiendas físicas.

76

“El despacho exprés es una herramienta que ahora está utilizando el e-Commerce para crecer con la idea es explotar la satisfacción instantánea del cliente. El producto siempre está asociado a un despacho: cuándo y dónde me lo van a entregar. ¿Cuál es el problema de todo esto? El costo de la última milla que puede representar hasta un 28% del costo de un ítem”, comentó Klapp.

El profesor de la PUC recaló lo competitivo que es el comercio electrónico, donde los costos son fundamentales y obligan a las empresas a “tener cuidado en implementar alguna determinada modalidad, como fraccionar rutas, con más despachos y más conductores”.

“Si logro reducir la preparación de las órdenes, aumento la ventana de distribución y me da posibilidades de flexibilidad y consolidación. Este punto es operativo no del cliente. Así la gestión de órdenes es la clave para la gestión y la posibilidad de consolidación para generar costos de distribución”, recaló Klapp.

¿Cómo tomar las decisiones? Para el expositor la respuesta a esta interrogante está en “tener buenos datos. Lo importante es medir y después hacer un buen análisis de datos”.

Finalmente, Mathias Klapp concluyó que “el despacho exprés es distinto a la logística tradicional, porque hay menor posibilidad de consolidación de carga, porque hay variabilidad en la información y dinamismo en los procesos a lo largo del día y para hacerlo bien uno debe tener buenos datos, hacer estadísticas automatizadas y planificar dinámicamente”. La segunda en subir al escenario fue Sandra Frugone, destacada profesional con experiencia en transformación digital, quien profundizó sobre la modalidad BOPIS (Buy online pick up in store) como una estrategia innovadora en logística de pedidos omnicanal.

“Cada empresa, mirando al cliente, debe ver cómo diseñar el negocio para respon-

der a los requerimientos de este nuevo consumidor, donde la conectividad y la tecnología asoman como una características y a su vez un desafío para las empresas”.

Según Sandra, Chile se ha posicionado bien en el ranking del uso del e-Commerce, asomando en el primer lugar a nivel latinoamericano, lista que encabeza Inglaterra. En esta lógica, BOPIS es el despacho de mercancía que ha crecido más en los últimos años, pero no ha sido un crecimiento rápido.

A juicio de la profesional, la clave para entender el comercio electrónico y sus diferentes modalidades es comprender que la tarea de las empresas es “darle más opciones al cliente en cuanto a su experiencia de compra para que sienta que tiene el control de la transacción”.

“Los retailers chilenos han desarrollado bien el retiro en tienda con lugares y equipos determinados. Otra variante, cuando no tienes locales propios, poner lockers en lugares con alto tráfico de personas puede ser una opción”, afirmó Sandra Frugone en su presentación.

EL APOYO DE LA INDUSTRIA Y A LA INDUSTRIA

En los más de 17 años de vida de Revista Logistec una de las características que lo ha posicionado como el medio especializado en Logística por excelencia en Chile ha sido el apoyo que, edición a edición, entregan las distintas empresas.

Este evento no fue la excepción de ese vínculo con la industria. Importantes compañías multinacionales y nacionales vieron en “e-Logistics Day” la posibilidad de acercar a sus clientes y prospecto en un mercado. Así el evento contó con el apoyo de las empresas Routing UC, Mecalux, Chilexpress, Bodegas San Francisco, SDI, DHL, Megacentro, Pallet Parking, Syncro, QuadMinds e Imolog. **LGI**



La logística es una de las industrias más privilegiadas en cuanto a la diversidad de colaboradores que contempla. Las áreas que componen esta cadena permiten que las empresas tengan distintos profesionales que confluyen en llevar a cabo una tarea con eficiencia. El desarrollo que ha tenido esta industria de la mano de sectores como el retail y el e-commerce ha sido un atractivo natural para los nuevos profesionales ¿cuál es el estado actual de este mercado laboral?

ANÁLISIS AL MERCADO LABORAL LOGÍSTICO

¿CÓMO SE MUEVE EL EMPLEO EN LA INDUSTRIA?

Mientras unos hablan de repunte económico, otros acusan preocupación por el mercado nacional y el desempleo. Para nadie es un misterio que la economía chilena no ha pasado, en los últimos años, por su mejor momento, debido a una clara contracción y un sentimiento de incertidumbre en población.

En los últimos días se habla de 'nuevos aires' para la economía nacional, marcado por un mayor optimismo por parte de autoridades y actores económicos. ¿Qué motiva este fenómeno? Este cambio se explicaría, a grandes rasgos, por el mayor dinamismo de mercados como Estados Unidos y Asia, y a nivel local, por los mejores precios que ha alcanzado el cobre y una positiva cifra del desempleo, puesto que cayó inesperadamente, según las últimas cifras entregadas por el INE.

Según el organismo en el último trimestre móvil, la tasa de desempleo bajó a 6,9% desde 7,0 %, registrado en igual periodo anterior. Según analistas, las cifras serían un indicio de que la recuperación de la economía chilena estaría tomando fuerza, luego de que el crecimiento se estancara en el primer trimestre. Este optimismo va en la línea de la tendencia mundial. Empresas y altos ejecutivos se declararon confiados en el repunte económico global según

el estudio "Global Business Survey report 2017" del Cornerstone International Group. El sondeo se realizó a cientos de empresas del mundo y en Chile participaron más de 30 firmas públicas y privadas, cuyos resultados arrojaron que los encuestados han recuperado su optimismo en comparación al escenario 2016.

Pero no solo la percepción con respecto a la situación económica global y local ha cambiado, sino también aumentaron las intenciones de contratar. El 59% reconoció su motivación de incrementar sus dotaciones, el 34% de mantenerse igual y sólo el 5% de reducir su actual staff; lo que significa una alentadora señal para los profesionales.

EL MERCADO LABORAL CHILENO

Demandante, ágil o lento son algunos de las clasificaciones con las cuales se han descrito los distintos momentos del mercado laboral logístico chileno. Para Javier Ovalle, Senior Associate Consultant Gerencias Transitorias- Supply Chain & Procurement de Michael Page, el mercado mostró una especie de contracción que se vio reflejada fuertemente el primer cuarto de este año. Sin embargo, a partir del segundo cuarto, "hemos visto una mayor actividad en áreas ligadas a la cadena de abastecimiento, en tareas logísticas, transporte y distribución".

Un indicio de esta reactivación del mercado laboral es –a juicio del ejecutivo- la decisión de las empresas de renovar a sus profesionales. Un factor importante a tener en cuenta y que explica en parte estos movimientos es el hecho de que por años la logística se fue desarrollando en paralelo a la preparación académica de los ejecutivos.

"Muchos de los ejecutivos que desempeñan estas tareas (logísticas) son profesionales que se fueron gestando desde la operación. Hoy en día, las compañías –si bien agradecen el trabajo de este grupo de profesionales- han iniciado un proceso de intercambio que busca profesionalizar la operación y así la logística asuma la importancia que tiene en relación a un mejor servicio al cliente y a los procesos de eficiencias", detalló Ovalle.

¿Esto abre un nuevo escenario? Al parecer esta dinámica empresarial significaría una oportunidad para los nuevos profesionales, pero un desafío también para quienes se han desempeñado por años

en las operaciones. “Hoy, los jóvenes profesionales que están dentro de los perfiles que buscan las empresas son aquellos que están en un rango de edad entre los 28 y 42 años aproximadamente. Este es el grueso de las contrataciones”.

No obstante, el ejecutivo de Michael Page reconoció que existen excepciones. “Algunos buscan para grandes cargos gerenciales en supply chain a profesionales con experiencia. Aquí la experiencia y el conocimiento adquirido en el día a día marcan la diferencia”, agregó.

EL DOMINIO DE LAS EMPRESAS

En relación a lo anterior, se abre una nueva arista. ¿Qué hacer con las generaciones que van de salida? Este es un tema poco abordado, pero que puede transformarse en una gran oportunidad para las pequeñas y medianas empresas de captar a estos profesionales con la idea de que ellos aporten con su conocimiento y experiencia al desarrollo de sus compañías.

“La cantidad de experiencia que pueden tener estos profesionales –que para algunas compañías van de salida- es su mayor riqueza al momento de enfrentarse nuevamente a la industria. Ahí se abre una oportunidad como, por ejemplos, las consultorías y asesorías que les permiten apoyar a las nuevas empresas con su experiencia”, expresó Javier Ovalle.

Si bien se proyecta una mejora en el mercado laboral logístico a nivel nacional, actualmente es un área que se ha desenvuelto lentamente, generando en los profesionales una dificultad al momento de encontrar un trabajo.

“Ser candidato es algo tremendamente difícil, ya que estamos hablando de que un profesional –hoy en día- puede estar entre 6 a 8 meses buscando trabajo. La incertidumbre está ligada al proceso en sí. Luego de estar sin empleo y encontrar uno, el profesional tiende a cuidarlo como nada, más aun considerando algunas aris-

tas como modalidad de empleo, tipo de contrato, si es o no un cargo nuevo, etc. Si se conjugan todos estos factores podemos analizar el tipo de incertidumbre que puede temer el profesional al arribar a una nueva empresa y proyectarse en el tiempo”, recalcó.

La mezcla entre menos ofertas de trabajo y mayor competencia es crucial para entender el complejo momento que viven los profesionales cuando salen en busca de un empleo. El ser candidato puede ser un momento duro y competitivo para ellos, donde la respuesta final está hoy –debido al momento económico- siempre del lado de las empresas. Ante este escenario, es necesario que los profesionales se preparen para ingresar al mundo de los procesos de selección y convertirse en el candidato perfecto.

Para lo anterior existen ciertas claves: Formación profesional adecuada; dominio de idiomas; experiencia laboral anterior y el desarrollo de habilidades personales, sociales y comunicativas, en especial en el área logística, caracterizada por su transversalidad en su manejo.

Al día de hoy, el mercado chileno en términos laborales es –a juicio del ejecutivo de Michael Page- un mercado de empresas y no un mercado de candidatos. “Esto se refleja en que como empresa yo elijo a quién contrato y por cuánto lo contrato. A diferencias de otros años, cuando estábamos cercanos al pleno empleo, que se generó la situación contraria, donde el candidato elige dónde y por qué se quería ir (motivaciones). Hoy las rentas promedio han bajado y es una realidad también”.

UN FUTURO AUSPICIOSO

El ejecutivo recalcó que “hubo un momento en que las compañías estaban con mucha incertidumbre, pero hoy existe un mejor ánimo. Hoy existe una actitud positiva y esperanzadora y eso a la vez incentiva mejor el mercado laboral”. Las empresas buscan hoy en día: cargos de supervisor y jefaturas en logística y planificación de

demanda. Por otra parte, se demandan también gerentes de supply chain, gerentes de operaciones y logísticas; siendo hoy la carrera profesional más solicitada la Ingeniería Civil Industrial, seguida por la Ingeniería en Ejecución Industrial y, en tercer lugar, la ingeniería comercial.

Sin embargo, hay un factor en el que la industria está muy al debe: el manejo del inglés. “Este es el gran dolor de cabeza para la industria logística. Considerando el desarrollo del mercado chileno, el tipo de economía que manejamos a nivel país (exportadores) es impensado que existan hoy por hoy altos ejecutivos de la industria que no hablen una palabra de inglés. Hoy las compañías requieren un nivel de inglés intermedio –avanzado”.

Finalmente, Ovalle se mostró confiado en que la logística comenzará a moverse muy fuerte. “Se vienen cosas entretenidas para el mercado y eso generará un requerimiento de profesionales. Hoy las compañías deben fijarse en su logística, en su calidad de servicio mirando a sus clientes y eso es una oportunidad para que los profesionales ingresen al mercado”. **LGI**

DE ACUERDO A LA REVISTA FORBES LAS 10 COMPETENCIAS OBLIGATORIAS PARA UN PROFESIONAL DEL SIGLO XXI SON: TRABAJO EN EQUIPO, RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS, COMUNICACIÓN EFICAZ, ORGANIZACIÓN, ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN, ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS, CONOCIMIENTOS TÉCNICOS RELACIONADOS CON EL TRABAJO, DOMINIO DE LOS PROGRAMAS DE SOFTWARE E IDIOMAS, EDICIÓN Y REDACCIÓN DE INFORMES, VENTAS Y MARKETING.

Considerando que 9 de 10 jóvenes sueña con iniciar un emprendimiento, según cifras del Injuv, el empresarial chileno busca posicionarse como un importante polo a nivel latinoamericano de emprendimiento. En esta línea, las Start-UP de han posicionado con fuerza en el país, de la mano de la innovación y de la tecnología. Por su parte, la industria logística ha sido un polo importante para el desarrollo de esta nueva realidad.

START-UP LA NUEVA REALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO EN CHILE

Los términos empresa emergente, compañía emergente, compañía de arranque o compañía incipiente puede que no le digan nada a la mayoría de la gente. Sin embargo, hoy en día existe un término que engloba todos los anteriores y que está fuertemente en boga: Start-up.

Aplicado a aquellas organizaciones que buscan iniciar un camino en el mundo de los negocios, las Startup aluden también a un concepto de innovación muchas veces apoyadas en la tecnología. Son empresas de innovan en el mercado y la industria logística, en el último tiempo, ha sido testigo de cómo han aflorado estas empresas, algunas de la mano de Universidades y otras de modo independiente; pero en su mayoría asociadas a la innovación, al desarrollo de tecnologías, al diseño web o al desarrollo web.

No es un misterio que toda innovación, en la medida que busca posicionarse en un mercado, asume riesgos que para las nuevas generaciones de profesionales parecen no temer y están constantemente enfocados en desarrollar nuevas ideas de negocios creativos, cuyo paso inmediato es agregar diferenciación a dicha idea para emprender finalmente el negocio.

Así estas empresas están teniendo un gran impacto en las personas innovando desde el por qué lo hacen hasta cómo lo hacen, donde en la práctica uno de sus sellos es la estrecha comunicación que existe



con sus clientes. Pero como todo en la vida, el éxito de estas pequeñas empresas innovadoras requiere de trabajo y esfuerzo. Sin embargo, podríamos además establecer ciertos factores que ayudarían al éxito de las start-up, tales como: experiencia previa, ideas innovadoras y brillantes, necesidades del mercado, competencias, elaboración de las parte de negocio, ejecución de la idea, venta del producto, contactos, financiamiento y gestión y porque no también suerte.

En cuanto al mercado chileno, las start up han dado impulsos necesarios para que estas se desarrollen en pos del éxito. Hoy se cuenta en el ecosistema con incubadoras, aceleradoras, patrocinadoras, coworks, etc. las cuales tienen por objetivo ser un aporte técnico como estimulante para el desarrollo de emprendimientos.

“Hoy en día, emprender es una oportunidad considerada por la población chilena y además se busca erradicar los prejuicios al respecto, por lo mismo, las universidades también están involucrando emprendimiento en sus mallas curriculares y en sus actividades diarias”, comentó Paula Valencia, Directora Ejecutiva de IncubaUdeC, organización que ha atendido a más de 2.000 emprendedores y de donde han egresado más de 55 empresas, alcanzando una tasa de sobrevivencia de ellas que supera el 50%, aumentando año a año el volumen de sus ventas. La incubadora cumplió, este año, el hito de que una empresa graduada alcanzó la meta de ventas sobre 10millUSD.

START-UP O PYMES

El objetivo de una startup es conseguir un número suficiente de seguidores o de usuarios para así poder disponer de más recursos que se puedan volver a invertir y a partir de ahí conseguir más beneficios.

En esta lógica, el trabajo es cíclico y constante. No obstante, cuando una startup alcanza un determinado posicionamiento en el mercado, un nivel de ingresos mayor o bien un número de clientes importantes, deja de ser una startup para convertirse en una empresa, propiamente tal. Esta especie de ascenso en la industria conlleva un sinfín de nuevas opciones y también de nuevos escenarios, tanto a nivel organizacional como también financiero. Para Paula Valencia, las diferencias se podrían establecer en que “el emprendedor de una startup tiene la idea de cambiar el mundo con su empresa, la visión de convertirse en referentes a nivel mundial. Una empresa piensa en un mercado local, mientras que la startup lo piensa global... para el mundo”.

Marek Fodor, co-fundador de Atrápalo, considerado un exitoso emprendedor a nivel mundial, propone los siguientes criterios para definir que una emergente ha dejado de serlo:

- La empresa ha alcanzado jornada completa
- La mayoría de personas en la empresa no trabaja más de 12,5 horas diarias
- La fuente principal de inspiración ya son las ideas lanzadas por la competencia
- Los fundadores ya tienen despachos separados del resto del equipo
- La empresa tiene más de 2 años de vida
- Los fundadores pueden no estar en la oficina durante varios días, y la empresa sigue funcionando igual (o mejor) que con ellos presentes.

Mientras que para otros, el simple posicionamiento de un modelo de negocio es la clave para pasar de una startup a una empresa. En otras palabras, cuando se encuentra un modelo de negocio que da beneficios y puede repetirse en el tiempo deja de ser una startup y ya se le considera una empresa.

No podemos olvidar, que en su momento, Facebook fue una startup, convirtiéndose hoy en día en una de las compañías más



ELEVA TU PRODUCTIVIDAD

DURABLES Y CONFIABLES, LA DIFERENCIA DE TENER UN CAT® NO SE PUEDE IGUALAR

- Diseño de control óptimo
- Visibilidad total para conducción y elevación
 - Dirección asistida
- Sistema de detección de presencia
 - Cabina total confort
- Financiamiento a tu medida

LLÁMANOS
229 277 000
FINNING.COM

VENTA DE REPUESTOS
229 286 000
ventasenlinea@finning.com



FINNING CAT

exitosas y rentables del mundo. El salto que realizó esta red social se generó cuando llegó a una masa crítica, es decir, un momento en el que tenía un número de seguidores o de usuarios suficiente para que la aplicación dejara de ser una startup, ya que empezó a aumentar sus beneficios, a disponer de más recursos, etcétera.

UNA REALIDAD PRESENTE EN CHILE

Esta tendencia que comenzó con fuerza hace unas décadas en economías como Estados Unidos o Inglaterra ha entrado con fuerza en Chile, gracias –entre otras cosas– al acceso a tecnologías, la necesidades de los mercados de marcar diferencias, la cultura educacional a nivel nacional, donde se ha incentivado el pensamiento creativo y emprendimiento en los jóvenes y también por las características que tienen los nuevos profesionales y jóvenes, quienes sin temor se lanzan al emprendimiento, en solitario o con socios. Así, decenas de estudiosos analizan a las nuevas generaciones donde la innovación, el deseo de emprender, no tener temor al riesgo y otras características laborales han pavimentado el surgimiento de estos EMPRENDEDORES.

En esta línea, surge Start-Up Chile (SUP), aceleradora de negocios creada por el Gobierno de Chile para traer un alto nivel de emprendimiento basado en la innovación con sustento en Chile. Actualmente, Start-Up Chile es considerada la aceleradora líder de Latinoamérica, entre las TOP 10 a nivel global y posee la más grande y diversa comunidad de startups en el mundo.

Desde el 2016, los nuevos objetivos de esta aceleradora de negocios son mantener a Chile como uno de los polos de emprendimiento tecnológico e innovación más importantes del mundo y que las startups impacten la economía local positivamente.

Start-Up Chile es un programa Corfo que busca convertir a Chile en el polo de in-

novación y emprendimiento de América Latina. Para ello, en su primera etapa el programa se enfoca en atraer emprendedores de alto-potencial cuyas startups están en etapas tempranas y se trabaja en el fortalecimiento de un ecosistema colaborativo y diverso, y en conectar a este ecosistema local con los grandes polos de innovación del mundo. Los programas son abierto a chilenos y extranjeros.

Cada startup aceptada como participante de Start-Up Chile se compromete a organizar y colaborar en actividades de impacto social. Este es uno de los aspectos más importantes del programa. Start-Up Chile no toma participación económica en las empresas que apoya y tampoco exige a los participantes radicarse en Chile más allá de seis meses, porque se asegura que, durante su participación en el programa, cada startup comparta sus contactos y conocimientos específicos con emprendedores locales y chilenos interesados en emprender.

¿Y POR QUÉ NO?

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de la Juventud el 2016, 9 de 10 jóvenes chilenos sueñan con lanzarse al mundo del emprendimiento. Sin embargo, muchas veces se encuentran con un obstáculo inevitable: la falta de capital.

“Hoy día las grandes dificultades se encuentran en el levantamiento de inversión privada. En Santiago existen empresas gestoras de inversiones, sin embargo, en regiones nos encontramos en un ecosistema que carece de estas posibilidades”, reconoció la Directora Ejecutiva de Incu-baUdeC.

En esta línea, un estudio realizado por GfK Adimark junto a McKay, denominado “Los sueños de los chilenos”, elaboró un ranking de cuáles son específicamente las cosas materiales y no materiales que quieren hacer realidad. En la muestra, realizada a lo largo del país, dan cuenta de que los primeros lugares se los llevan Viajar (41%), la anhelada Casa Propia (11%) y

Emprender (8%). El sondeo dio a conocer además que el 41% de los chilenos declara tener un plan de acción para concretar su sueño, mientras que el 64% declara que la principal barrera para lograrlo es la falta de dinero o de tiempo (9%).

Es así como el dinero o financiamiento asoma constantemente entre las limitantes para iniciar el sueño de emprender. Sin embargo, existen distintas alternativas, tanto públicas como privadas, para lograr el financiamiento anhelado para comenzar en este camino. Aquí destacamos algunos:

■ **BRAIN CHILE:** Otorgado por la Universidad Católica y Banco Santander. Beneficios de 60 millones de pesos para los 10 mejores proyectos ■ **CAPITAL SEMILLA:** Otorgado por Sercotec. Entre sus beneficios Cofinanciamiento de hasta 3,5 millones de pesos para acciones de gestión e inversión ■ **PROGRAMA YO EMPRENDO:** Otorgado por Fosis. Financiamiento del plan de negocios con un mínimo de 300 mil pesos y un máximo de 500 mil pesos. También brinda capacitación y asesorías ■ **CAPITAL ABEJA:** Otorgado por Sercotec. Beneficios: Cofinanciamiento de hasta 3,5 millones para acciones de gestión e inversión ■ **THE S FACTORY:** Otorgado por Corfo: Beneficios cercanos a los 12 millones de pesos para financiar hasta el 90 por ciento del proyecto. Las postulaciones se realizan dos concursos por año a través de Corfo y Start Up Chile ■ **YOUTH ACTIONNET:** Otorgado por la Universidad Andrés Bello, AIEP e International Youth Foundation. Beneficios: 10 emprendimientos recibirán 3 mil dólares más capacitación.

¿Cómo se proyecta el futuro de estos emprendimiento? Esa es la gran pregunta para la industria, en función de establecer como las start-up se posicionan como una alternativa de innovación para las industrias chilenas en los distintos rubros de la mano, por supuesto, de la tecnología.

LGT



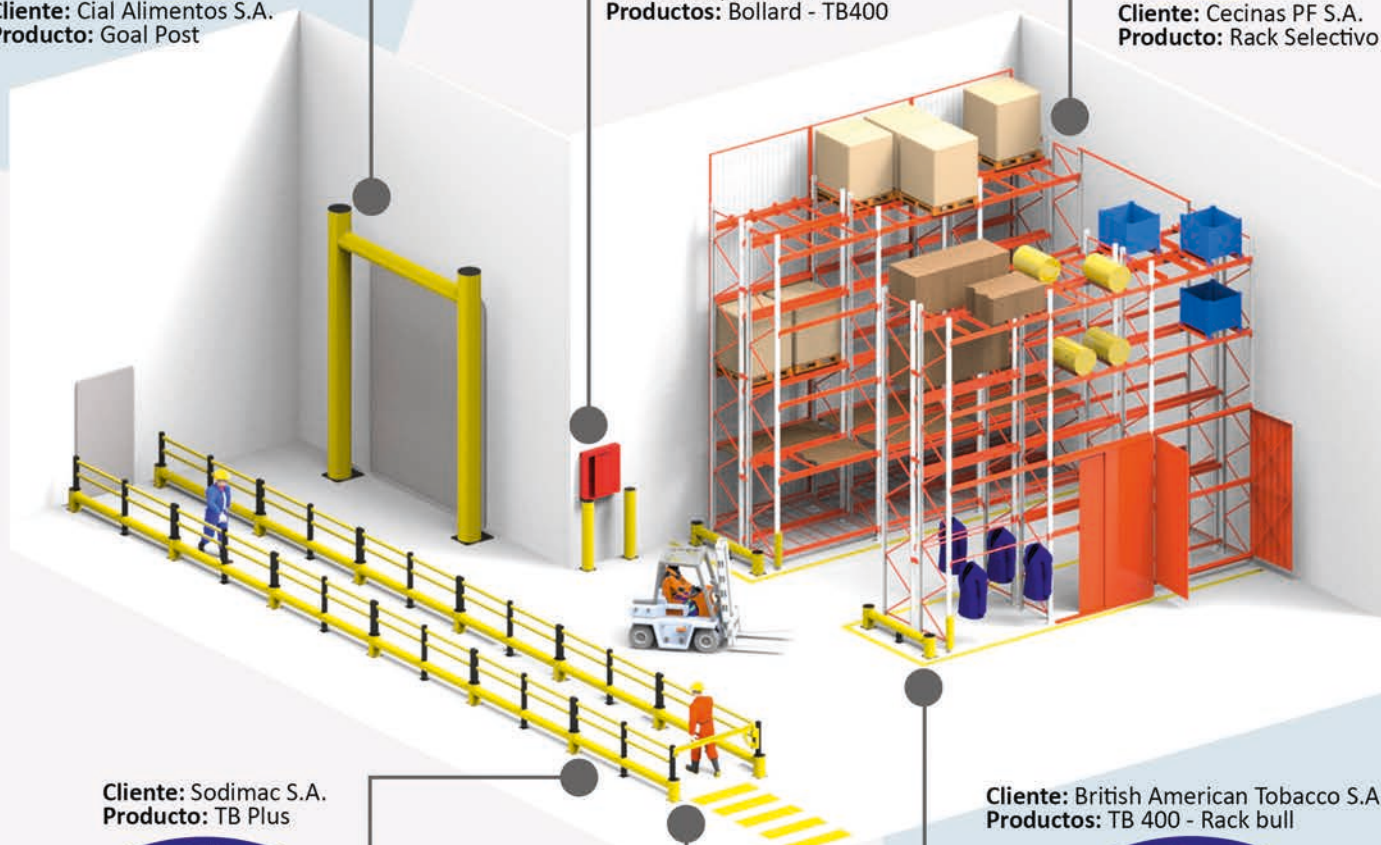
Cliente: Cial Alimentos S.A.
Producto: Goal Post



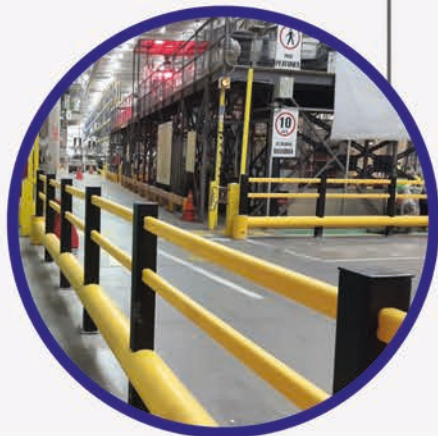
Cliente: Soprole S.A.
Productos: Bollard - TB400



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



Cliente: Sodimac S.A.
Producto: TB Plus



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



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





Patricio Berstein es uno de los profesionales más destacado y con mayor experiencia en la industria logística. Entre sus mayores logros estuvo el construir una organización regional de clase mundial capaz de suministrar soluciones completas de cadena de suministro en cualquier país de América del Sur.

Hoy, basado es sus conocimientos sobre soluciones completas para la cadena de suministro, desde servicios de consultoría, diseño de centros de distribución y diseño de equipos de manipulación de materiales, fabricación, suministro e instalación, software RFID y equipos RF RFID, Patricio conversa con Revista Logistec sobre el pasado, presente y futuro de la industria logística chilena.

¿Cuáles eran los puntos de interés o los temas que preocupaban a la industria logística hace 10 años? PB. Hace 10 años la principal preocupación de la industria logística era, con diferente grado de relevancia según el rubro: mayor eficiencia y reducción de costos operacionales, mejorar integración con proveedores, reducción de merma y obsolescencia, optimización del uso del espacio, mejoramiento de las condiciones de trabajo para el personal, reducción de inventarios, precisión y visibilidad de inventarios en tiempo real, precisión y velocidad de preparación de pedidos, reducción de costos de transporte.

¿Quién es, hoy por hoy, el profesional logístico? PB. El profesional logístico es quien debe, por una parte, tener una visión amplia de la estrategia comercial de la empresa y, por otra, tener un entendimiento de los elementos que pueden incorporarse en la operación logística de la empresa de tal forma de crear una operación logística que asegure que el movimiento físico y sistémico de los productos respalda plenamente dicha estrategia comercial, entregando los productos en cumplimiento preciso de las expectativas creadas al cliente final.

¿Cuál es el desafío para las cadenas logísticas actualmente? PB: El mayor desafío hoy es la omnicanalidad, la que exige que los productos tengan visibilidad sistémica precisa, estén donde estén en la cadena de suministro, y puedan hacerse llegar donde sean requeridos, desde donde sea más con-

veniente para cumplir con la entrega en el tiempo y la forma comprometidos, y al menor costo.

Indique tres características que -a su parecer- debe tener un equipo de trabajo logístico. PB. En primer lugar, debe ser creativo. Como dijo Nelson Madela, "It always seems impossible until it's done". Es decir, determinar la mejor forma de responder a la estrategia de la empresa y no limitarse si es que nadie lo ha hecho así antes. Ciertamente debe validar cuidadosamente dicha solución, de tal forma de asegurar que sea viable. En segundo lugar, debe saber escuchar, a fin de lograr entender claramente la estrategia comercial y así crear y operar la solución logística que la apoye. En tercer lugar, debe ser capaz de planificar detalladamente para luego ejecutar brutalmente el plan y cumplirlo en tiempo y forma.

¿Qué piensa de cada uno de estos conceptos?

■ **Automatización:** Según se requiera y se justifique ■ **Implementación Tecnológica:** Basada en un detallado plan y con exhaustiva validación ■ **Retail:** venta de productos al consumidor final, hoy en plena evolución ■ **e-Commerce:** conexión del consumidor con el mercado, los proveedores de todo el mundo al alcance del consumidor ■ **Calidad de servicio:** cumplir en tiempo y forma ■ **El Nuevo Consumidor:** informado y exigente

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de los e-Commerce chilenos? PB. Entre las fortalezas se puede considerar la disponibilidad de los diversos medios de pago electrónico. Mientras que la principal debilidad son las dificultades de cumplimiento en entregas a tiempo y en forma.

¿Cuál, a su juicio, es el futuro de la industria logística? PB. Debe lograrse un trabajo mucho más integrado, colaborativo y en tiempo real, entre todos los participantes de la cadena de suministro desde el fabricante hasta el consumidor final, de tal forma de lograr aumentar la variedad de productos ofrecidos por cada retailer, reduciendo al mismo tiempo sus inventarios, pero asegurando el perfecto cumplimiento de la entrega.

¿Cómo marcar diferencias en este mercado? PB. Desde el punto de vista logístico, desarrollando una operación logística plenamente integrada con los proveedores y con el sistema comercial de la empresa que otorgue absoluta precisión y visibilidad de los inventarios en tiempo real.

SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

NOVEDADES

Les queremos contar con gran satisfacción que hemos firmado un nuevo convenio de colaboración entre la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), a través de la Escuela de Ingeniería Industrial y nuestro Supply Chain Council Chile. El objetivo fue establecer mecanismos de colaboración para beneficio mutuo de ambas instituciones.



Supply Chain Council Chile es una asociación cuya misión es generar una instancia de encuentro para ejecutivos de alto nivel de las áreas de Supply Chain de diversas empresas, que promueve la colaboración y discusión en torno a temas de interés común, impulsando trabajos de investigación y facilitando alcanzar beneficios profesionales, industriales, gubernamentales y de bien social.

Para Orlando Orellana Pastor, Presidente del SCCC, "es muy importante el acuerdo recién logrado con la PUCV, pues nos permite llevar adelante uno de los objetivos fundacionales del Supply Chain Council Chile, que es principalmente aportar desde nuestro conocimiento y experiencia a la industria y al país. A la vez, agradecemos a la Universidad nos haya abierto las puertas, y así tener la gran oportunidad de aprender del trabajo académico y de

crear instancias de colaboración permanente que estamos seguros es el camino de construcción que Chile necesita".

Por su parte, Sergio Flores Urquiza, Director de Vinculación con el Medio de la Escuela de Ingeniería Industrial de la PUCV, señaló que "este convenio contribuirá a un logro más integral de la misión de Ingeniería Industrial de la PUCV, permitiendo a alumnos y académicos un mayor grado de cercanía con los desafíos reales que enfrentan las empresas del país".

Entre los ámbitos de colaboración del convenio está la posibilidad de que estudiantes de pre y postgrado de Ingeniería Industrial de la PUCV accedan a prácticas y pasantías en empresas en las que se desempeñan los ejecutivos asociados al SCCC. Adicionalmente nuestro SCCC y la Escuela de Ingeniería Industrial colabora-

rán en el diseño de programas académicos en el ámbito de la gestión de la cadena de suministros.

Otra noticia que les queremos compartir fue la exitosa participación de Alejandra Barraza, miembro activo de nuestro SCCC, en el Primer Seminario Internacional en Gestión Estratégica de la Cadena de Suministro, Abastecimiento y Logística realizado la primera semana de agosto en el Hotel Grand Hyatt Santiago, organizado por la empresa Gecamin Chile, que convocó a profesionales de diversos sectores industriales como Automotriz, Bancario, Servicios, Retail, Consumo Masivo, Transporte de Carga, Manufactura, Minería, Energía, Telecomunicaciones y Construcción, donde se realizaron más de 40 presentaciones de expositores nacionales e internacionales.

El tema presentado fue ¿Cuál es el rol de las mujeres actualmente dentro del Supply Chain?, donde se mostró el contexto hoy del rol que cumplen las mujeres en el aspecto laboral y especialmente dentro del ámbito de Supply Chain, (abastecimiento y logística) y cómo las empresas pueden enfrentar los nuevos desafíos desde la integración en áreas operativas, mandos medios y ejecutivos así como en sus espacios de desarrollo agregando valor a sus stakeholders y a la sociedad.

Como siempre los invitamos a visitarnos en nuestra página web www.supplychainchile.cl y contactarnos a través de nuestro email contacto@supplychainchile.cl para cualquier consulta y/o interés de postular a nuestra asociación.

CENTRAL BODEGAS PREOCUPADA DE CAPACITAR A SU PERSONAL

Para Central Bodegas la mejora constante es parte de su quehacer diario y en ello está directamente involucrado todo su personal. La empresa genera anualmente un programa de capacitaciones para todos sus trabajadores, que tiene como objetivo que cada uno de sus colaboradores mejore según su evaluación de desempeño.



En ese contexto se trabajan temas técnicos y especializados, así como también el desarrollo de habilidades blandas para mejorar las relaciones interpersonales, trato entre compañeros, de jefaturas hacia subalternos, entre otros, todo con la finalidad de tener empleados contentos lo que genera compromiso y productividad.

Durante el mes de agosto la empresa realizó para el área de mantención y administración, un curso de trabajo en equipo, desarrollado en las dependencias de la empresa. En la oportunidad se entregó teoría y a través de dinámicas se llevó a los participantes a pensar qué tipo de equipo eran y cuál querían llegar a ser. Estos cursos terminan con acuerdos a los que se les hace seguimiento transcurrido un tiempo.

Para el segundo semestre de este 2017 además de cursos técnicos, están coordinados cursos de autocuidado y resolución de conflictos, todo con el objetivo de mejorar las labores del día a día. Para la empresa es de suma importancia apoyar e incentivar a sus colaboradores a querer superarse y realizar de la mejor forma sus tareas. No deje de visitar www.centralbodegas.cl

FINNING OFRECE NUEVA GAMA DE GRÚAS HORQUILLA CAT

Con la intención de responder a las demandas de la industria en cuanto al movimiento de carga, Finning puso a disposición del mercado la nueva línea de grúas horquilla Caterpillar. La gama que la compañía ofrece, a través de su robusta red de sucursales a lo largo del país, abarca equipos de montacargas entre las clases I y V, eléctricos, a gas LP y diesel.

El Product Manager de esta línea para Finning Sudamérica, Cristián Silva, destacó la eficiencia de estos equipos, señalando que sus baterías son capaces de lograr un trabajo continuo de 8 horas. Enfatizó también la innovación tecnológica que incorporan los nuevos modelos, los que incluyen cámaras con monitor en la cabina, indicador digital de altura y balanza de seguridad.



Cada uno de los equipos que componen el portafolio disponible en Chile están proyectados para cumplir con las tareas más exigentes y ser adaptados a las necesidades de cada cliente, colocando énfasis en la eficiencia operacional, gracias a la amplia gama de opcionales y configuraciones disponibles.

DHL ECOMMERCE CHILE SORTEA CAMISETA DE BAYERN MÜNICH

DHL eCommerce Chile, división de la importante marca global de la industria logística DHL, y socio oficial de logística del equipo de fútbol alemán Bayern Múnich sorteó una camiseta del cuadro bávaro en el marco del congreso internacional "eLogistics Day".

La empresa fue uno de los sponsor oficiales del evento, organizado por Revista Logistec, llevado a cabo el pasado 24 de agosto en el centro de eventos, Centro Parque. En la oportunidad los ejecutivos de DHL eCommerce Chile tuvieron la posibilidad de interactuar con los profesionales de la industria que asistieron al encuentro.

En el marco del congreso se sorteó la camiseta del Bayern Múnich. Renato Olivares, gerente de administración y finanzas de TJC Chile S.A. fue el ganador de la espectacular polera autografiada por el volante chileno y estrella del cuadro alemán, Arturo Vidal.



IMOLOG OPERA BAJO UNA SÓLIDA POLÍTICA DE SEGURIDAD

La seguridad es un factor fundamental en el mercado del almacenamiento de sustancias peligrosas e Imolog está consciente de eso, por lo cual ha diseñado un sistema de seguridad operacional robusto que permite y aporta al cumplimiento con calidad de cada uno de los requerimientos de los clientes.

En esta línea, la política de seguridad de la empresa tiene como eje central alcanzar el "cero daño" a las personas, la infraestructura y el medioambiente con la operación diaria de esta industria y para eso contar con el equipo y personal capacitado es primordial.

Uno de los aspectos que materializa esta política de seguridad impuesta por la empresa, es la brigada de Emergencia internada formada por personal operativo preparado para contener derrames, amagos de incendio y primeros auxilios.

Pero sin duda, uno de los factores más destacado y que refleja la importancia que tiene la seguridad para Imolog es el trabajo en conjunto que la compañía tiene con Suatrans, reconocida empresa de emergencias químicas, quienes aportan su conocimiento y asesoría al funcionamiento de la empresa en materia de seguridad. Por otra parte, la infraestructura también va en la línea de la seguridad con sistemas de detección y extinción de incendio que varían según el tipo de producto que se almacena. En cuanto al medioambiente –que asoma como otro de los pilares de esta política de seguridad– Imolog destaca su visión sustentable y eficiencia energética, cultura de reciclaje, sistemas de iluminación LED, entre otros aspectos.



¿QUÉ ES TRAZABILIDAD Y QUÉ NO?

La palabra y el concepto de Trazabilidad, en los últimos años, han estado en boca de todos, por la importancia y la responsabilidad que conlleva, ligada especialmente a procesos industriales, pero, en nuestra experiencia, habitualmente el concepto de trazabilidad se malentiende y se tergiversa de tal forma que casi a cualquier empresario que se le pregunte si sus procesos tienen trazabilidad, te responderá afirmativamente.

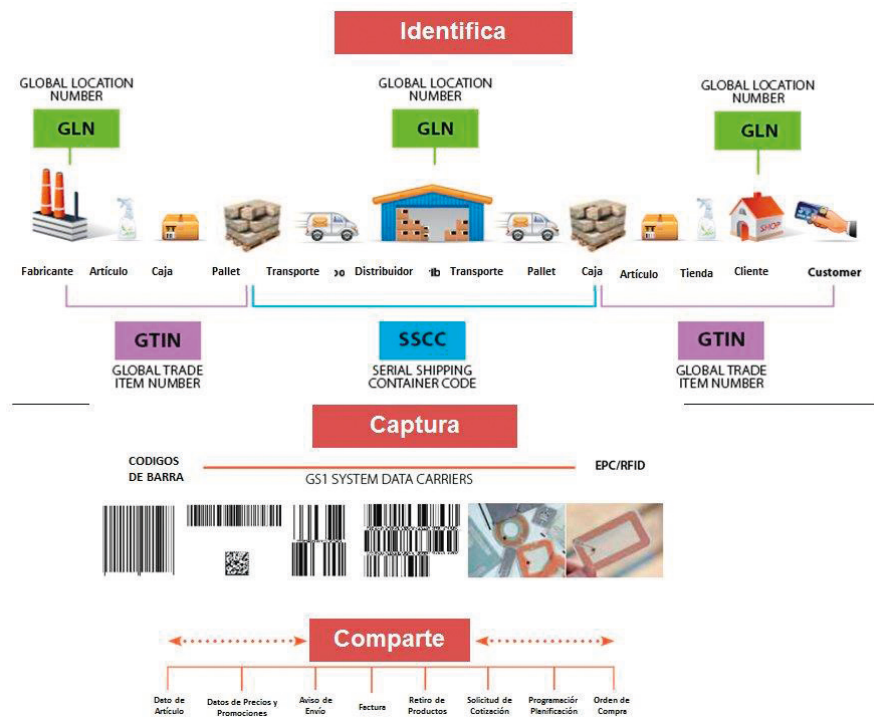
Y su respuesta suele ser “por supuesto, yo sé a quién le envió mis productos”. Pero, ¿eso es todo? Definitivamente no es todo, es sólo una pequeña parte.

Si recurrimos a la definición sobre Trazabilidad del Global Traceability Estándar GS1: “Trazabilidad es la habilidad para seguir el movimiento hacia adelante y por etapas específicas en la cadena de abastecimiento y conocer hacia atrás la historia, aplicación o locación de lo que está en consideración” (1), así es como comprobamos que no es únicamente conocer el destino, sino también el origen, los procesos intermedios, el conocimiento y registro de todos los movimientos y pasos del producto en cada proceso industrial y logístico, también mantener dicha información almacenada y rápidamente disponible por si se precisa en casos de recall (retirada de productos cuando están en el mercado) o withdrawal (retención de productos cuando aún no salieron al mercado), y además bastantes conceptos más.

88

IDENTIFICA, CAPTURA Y COMPARTE

Como es conocido de cualquier profesional de la logística, los productos, para poder ser controlados, deberán ser primeramente identificados, ya que la identificación es el paso previo y más esencial para cualquier tipo de proceso de trazabilidad. Lo anterior nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Cómo se identifican los productos? Existen básicamente dos formas de hacerlo: La manera estándar entendible a nivel global, y la forma interna e inventada. Los estándares globales de identificación tienen el inconveniente que son de larga



definición por que requieren de muchos acuerdos a nivel mundial, pero una vez acordados, no causan problemas de repetición, de saturación y de interpretación. Sin embargo, en una empresa, los estándares internos, se pueden definir en una sola tarde, en una simple reunión, pero una vez puestos en operación, corren un grave riesgo de repetición con otros códigos externos, de saturación cuando internamente se cambia algún parámetro y de molestias continuas ya que a cada socio comercial hay que explicarle el formato del famoso código inventado.

Por lo anterior casi 1,5 millones de empresas en el mundo definieron trabajar con los estándares mundiales de GS1 (Global Standard One).

Una vez identificados los productos, es imperioso recoger esa información en cada paso que da el producto a lo largo de la cadena de suministro. También aquí se produce una disyuntiva: ¿Cómo capturar los datos? También existen dos opciones: Recojo los datos escribiéndolos manualmente en papel o en teclado, lo cual implica un ineludible porcentaje de datos incoherentes y erróneos, o bien capturo el dato de manera automática leyendo un código de barras sin intervención manual de escritura. Esto último nos lleva a otras dos opciones: Leo un código a través de simbologías estándar o leo cualquier código de barras, no importa de dónde salió y quien lo definió. **Para más información sobre Trazabilidad: www.gs1chile.org**

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



APLOG, OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO - OEA

En el año 2013 se crea el Comité Directivo para el desarrollo del proyecto de operador económico autorizado, a cargo de la Dirección Nacional de Aduanas.



modo que los productos que se exportan e importan provengan de una cadena logística confiable. Las principales ventajas que se han observado a la fecha en la experiencia de empresas y operaciones de países en Europa, podemos destacar.

- Reducción de garantías bancarias exigibles
- Menor control documental e inspección física de la mercancía
- Prioridad en los controles de inspección
- Además, una empresa OEA puede solicitar la inspección en un lugar distinto que le haga ahorrar tiempo y dinero
- Acceso a procedimientos simplificados
- Centralización del despacho aduanero
- Reconocimiento mutuo, es decir reconocimiento de su certificación en Aduanas de otros países que posean acuerdo mutuo con la Aduana de su país.

Lo que implica una importante disminución en los tiempos de ingreso y salida de las mercancías de un mercado a otro.

Chile es uno de los últimos países de la región de América Latina y el Caribe en implementar OEA, por lo que existe una importante oportunidad para nuestras empresas exportadoras al obtener esta certificación.

En este marco, APLOG en la búsqueda permanente de difundir temas de interés nacional y para el desarrollo de la logística del país, gestionó en conjunto con la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso, una Conferencia para conocer los detalles de la Certificación OEA, sus beneficios y ventajas, como también los requisitos para la obtención de la certificación. Más información en www.aplog.cl

Este proyecto se enmarca dentro de la normativa multilateral denominada Marco de Normas para la Seguridad y Facilitación del Comercio Mundial (SAFE), definida por los países integrantes de la OMA - Organización Mundial de Aduanas al que Chile está suscrito.

Si bien este proyecto no es exclusivo de Chile, el interés por suscribirlo y adoptarlo es una iniciativa importante para asegurar el comercio mundial.

El programa de Operador Económico Autorizado es una certificación de seguridad voluntaria que se obtiene en la medida en que se cumplen ciertos requisitos. Cumplir estos requisitos demuestra que la empresa está comprometida con la seguridad de la cadena logística del comercio internacional.

La empresa que logra la certificación como Operador Económico Autorizado obtiene una serie de beneficios para facilitar sus operaciones de comercio exterior, además del reconocimiento como una empresa segura tanto para sus clientes y proveedores como para la autoridad aduanera.

Según la OMA, pueden ser Operadores Económicos Autorizados los fabricantes, importadores, exportadores, agentes de aduanas, transportistas, intermediarios, operadores portuarios, aeroportuarios y de terminales, distribuidores, operadores integrados y de depósitos, entre otros. OEA busca facilitar y asegurar la cadena de suministro a través del fortalecimiento de las asociaciones entre la Aduana y las empresas por medio de la certificación de estándares comunes para todos quienes participan del comercio internacional de

DANCO ALISTA PRIMERA ETAPA DE SU NUEVO CENTRO NOVICIADO

Para fines de septiembre de este año se espera entre en operación la primera etapa del nuevo Centro de Distribución de Danco Noviciado que consiste en 24 mil m2 con bodegas para arriendo tipo A. El proyecto –hito importante para la compañía- que contempla una superficie total de 80 mil m2 se ubica dentro del centro industrial Parque Capital, en la zona de Noviciado, comuna de Lampa.



“Estamos muy contentos del desarrollo de esta primera etapa. Hemos hecho mejoras en el diseño y en la materialidad de las instalaciones. Este CD cuenta con estructura 100% de hormigón pre-fabricado, post-tensado lo cual mejora la carga de combustible no sólo en sus pilares, sino en toda la estructura de superior de la bodega.” comenta Daniel Furman, gerente general de Danco.

El nuevo CD se construirá en 4 etapas y está orientado a operadores logísticos y grandes em-

presas para manejo de carga general. Entre los factores que marcarían la diferencia de Danco en el mercado, Furman destaca 3 variables: Amplios patios de maniobras, gran cantidad de andenes por m2 de bodega y altura al hombre de 11 metros y mínima cantidad de pilares por m2 de bodega.

Se calcula que la primera etapa del nuevo CD Danco Noviciado tuvo una inversión cercana a los 10 millones de dólares.

“Hoy estamos abocados a la construcción de CD Danco Noviciado, sin embargo también estamos en proceso de búsqueda de cliente ancla para nuestro próximo desarrollo CD Danco Rinconada Maipú, donde tenemos proyectado 184 mil m2 de bodega”, afirmó el gerente general de la empresa.

SEGA PTV: SISTEMA POR VOZ QUE POTENCIA LA PREPARACIÓN DE PEDIDOS

SEGA PTV (Voice Picking) es la solución de Tecsidel para la ejecución de operaciones logísticas que utiliza la comunicación vocal con el operario para guiarlo. Este sistema permite manipular los productos con la máxima productividad y eficiencia, y el operario confirma su realización verbalmente. La solución deja libre la vista y las manos del operario para aumentar la seguridad y evitar posibles distracciones mientras la persona se desplaza o manipula los productos.

Son muchas las aplicaciones de SEGA PTV en el almacén (Cross docking, clasificación de pedidos, stock, auditoría, entre otras) pero cabe destacar que el 90% de las compañías están interesadas en el picking de cajas, lotes o fracciones, ya que permite dar un buen soporte a la preparación de pedidos para e-commerce.

El partner de Tecsidel, Lydia Voice Solution, aporta un software que consigue aumentar aproximadamente un 20% de la productividad y reducir hasta un 55% la tasa de error en sus operaciones.

Los principales beneficios de este completo SEGA PTV son evidentes: Incremento de la productividad; Calidad y eficiencia óptima en las operaciones; Mayor seguridad al tener la vista y las manos libres; Permite combinar diferentes tecnologías de comunicación y captura de datos; Fácil aprendizaje; Permite la monitorización de las operaciones y la trazabilidad de los productos gestionados y Perfecta integración con el ERP y WMS de la empresa.

MECALUX DISPONE DE SOLUCIONES DE ALMACENAJE PARA LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Entre las tendencias del mercado que afectan a las compañías farmacéuticas destacan la demanda de un número cada vez mayor de referencias, la necesidad de reducir costos y la exigencia de un servicio de entrega rápido y eficiente. Para contribuir a esta realidad, Mecalux ofrece soluciones de almacenaje para pallets y cajas que permiten obtener el máximo rendimiento de la cadena

Son especialmente recomendables para este rubro los sistemas automáticos y semiautomáticos que aportan una gran capacidad de almacenaje, una alta productividad y velocidad en la preparación de pedidos y son idóneos para cámaras refrigeradas o de temperatura controlada. Además, incorporan el software de gestión de almacenes Easy WMS de Mecalux que ofrece numerosos beneficios, como el control del stock, la trazabilidad de los productos o su gestión por fechas de caducidad, imprescindible para productos farmacéuticos.



Entre las últimas instalaciones, destacan las siguientes: Mega Pharma (Uruguay): bodega autoportante totalmente automática, con dos transelevadores y capacidad para 6.900 pallets. Medifarma (Perú): bodega autoportante con racks penetrables con el sistema Pallet Shuttle semiautomático. Disalfarm (España): automatización sencilla y económica de la bodega con racks selectivos y 15 transelevadores trilaterales que logran una capacidad para 19.350 pallets.

COMACO TRAE MECANISMO PARA PINZAR Y ROTAR PIEZAS EN 360° CON LAS MISMAS HORQUILLAS

Para dar la mejor solución a la producción y pintado de aisladores sísmicos y aumentar la seguridad de Vulco Weir Minerals, Comaco importó desde Italia el aditamento “Fork Clamp” que se adosa a las grúas horquilla y permite realizar movimientos que antes eran altamente riesgosos.

Este complemento, único en Chile, permite manipular en forma segura y precisa objetos de hasta tres toneladas, así como también pinzar, rotar en 360°, subir y bajar la carga con las mismas horquillas.

Al respecto, Manuel Barrera, Jefe de Safety, Health and Environment de Vulco Weir Minerals Chile, empresa que produce aisladores sísmicos, indicó que “luego de recorrer muchos países en la búsqueda de este tipo de sistema, nos dimos cuenta que la respuesta la teníamos al lado con Comaco, quienes nos dieron la solución que tanto necesitamos al encontrar mejoras concretas y focalizadas en seguridad”.

Asimismo, Barrera agregó que “con el uso de este nuevo aditamento, se redujo a cero los accidentes, lo que nos da una mayor capacidad de respuesta para nuestros clientes y bajar los tiempos de manipulación y transporte de las cargas”.



CON ÉXITO SE LLEVO A CABO EL PRIMER SEMINARIO INTERNACIONAL DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA CADENA DE SUMINISTRO, ABASTECIMIENTO Y LOGÍSTICA

"Los mejores tiempos para trabajar en Supply Chain son ahora", afirmó Keith Baranowski, Vicepresidente Global y Gerente General Spend Solutions de SAP Ariba, en la charla inaugural del Primer Seminario Internacional en Gestión Estratégica de la Cadena de Suministro, Abastecimiento y Logística: Supply Chain 2017.



92

Con la charla inaugural: "El nuevo mundo multi-conectado y sus impactos en las cadenas de valor de las empresas", dictada por Keith Baranowsky, Vicepresidente Global y Gerente General Spend Solutions de SAP Ariba, comenzó el Primer Seminario Internacional en Gestión Estratégica de la Cadena de Suministro, Abastecimiento y Logística: Supply Chain 2017. En su presentación, Keith Baranowsky afirmó que "los mejores tiempos para trabajar en Supply Chain son ahora" y en esa línea

hizo un llamado a las empresas a la innovación, a buscar constantemente nuevas formas de hacer las cosas, a utilizar la tecnología y los sistemas disponibles, y a colaborar entre las áreas.

Además, sostuvo la necesidad de dar paso a la inteligencia artificial con el objetivo de generar ventajas competitivas y sustentables en el tiempo. Finalmente, Keith afirmó que percibía que Latinoamérica aún no utilizaba la tecnología disponible

en el mundo, pero que de todas maneras proyecta un gran potencial en la región en Supply Chain.

El Seminario, que se extendió hasta el viernes 3 de agosto, contó con la 25 presentaciones técnicas de autores de 8 países, además de 9 Charlas Plenarias dictadas por importantes ejecutivos de International Banking Scotiabank, KPMG, Codelco, Coca-Cola Andina, Esade Business School y Trinity College Dublin.

• PARTICIPA DE LA SEGUNDA VERSIÓN •

ECOMMERCE INNOVATION SUMMIT

EL EVENTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO
QUE REÚNE A LA VANGUARDIA EN:



TENDENCIAS
ECOMMERCE



INNOVACIÓN



NUEVAS
TECNOLOGÍAS

19 OCTUBRE
2017 / CENTRO
PARQUE

Organiza

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

Más información
www.eisummit.cl

Platinum

e) empresas



mercado
libre



mercado
pago

Silver



ORBITVU
PRODUCT TELEPORTING



VTEX

Media Partners



PULSO
PASIÓN POR LOS NEGOCIOS



Apoya

ACTI



Asociación
país
digital

AMDD

América
economía

trendTIC

Catalonia &
Trade & Investment
Generallitat de Catalunya
Government of Catalonia

Logistec

Inscripciones y Auspicios:

22 360 7072 / 22 360 7149

IATA, DEMANDA GLOBAL DEL TRANSPORTE AÉREO DE CARGA CRECE 13% EN MAYO

La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) ha publicado los resultados del transporte mundial de carga aérea del mes de mayo. Las toneladas de carga por kilómetro transportadas (FTK, por sus siglas en inglés) crecieron un 12,7% interanual, mejorando con respecto al 8,7% registrado en abril de 2017. El dato de mayo alcanza el triple de la tasa de crecimiento promedio del último quinquenio (3,8%).

El crecimiento continuo de la demanda de carga aérea es consistente con la mejora del comercio mundial, favorecida por un aumento de las exportaciones cercano a un máximo en seis años.

A medida que los inventarios se estabilizan disminuye el ritmo de la demanda de carga aérea. No obstante, el pronóstico para el sector es optimista y se espera un crecimiento del 8% durante el tercer trimestre de 2017.

"Mayo fue otro buen mes para la carga aérea. El fuerte aumento de las exportaciones impulsó la demanda, que superó el crecimiento de la capacidad, por lo que se espera una mejora de los rendimientos. Pero la industria no puede "dormirse en los laureles". El ciclo de crecimiento puede estar llegando a su fin, y es responsabi-

dad de la industria mejorar su propuesta de valor acelerando la modernización de los procesos y manteniendo al cliente en el foco de atención", dijo Alexandre de Juniac, Director General de IATA.

ANÁLISIS REGIONAL

Todas las regiones, excepto América Latina, registraron aumentos interanuales de dos dígitos de la demanda en mayo de 2017.

En Latinoamérica los FTK crecieron un 6,7% interanual, mientras que la capacidad aumentó un 7,1%. Los volúmenes desestacionalizados aumentaron ligeramente en mayo, pero se mantuvieron un 12% por debajo del peak de 2014. Los transportistas de la región han logrado ajustar la capacidad, lo que ha limitado el

impacto negativo en el factor de ocupación.

Por otro lado en Norteamérica los FTK crecieron un 13,9% interanual. La capacidad aumentó un 4,1%. Los volúmenes desestacionalizados volvieron a subir en mayo, tras dispararse en abril, lo que señala una recuperación duradera. La fortaleza del dólar continúa impulsando las importaciones, en detrimento de las exportaciones.

En Europa los FTK crecieron un 15,0% interanual. La capacidad se incrementó un 5,7%. Los FTK internacionales crecieron un 15,2% interanual impulsado por la fuerte demanda entre Europa y Asia. La debilidad persistente del euro sigue impulsando las exportaciones y favoreciendo, a su vez, el transporte aéreo de carga.





VIVE LA EXPERIENCIA DE LA ALTA VELOCIDAD

**IFX INTERNET PREMIUM
PARA EMPRESAS**

Un servicio pensado para las altas exigencias de las medianas y grandes empresas que requieren conexiones de tráfico IP exclusiva, siempre garantizando el ancho de banda que necesitan, y la facilidad de funcionamiento de las aplicaciones esenciales del negocio.



www.ifxnetworks.com



informacionchile@ifxcorp.com



+56 (2) 2589.4500



/ IFXNetworks1



@IFX_NETWORKS



IFX Networks

DIPLOMADO DE GESTIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA DE UJECUTIVOS INCORPORARÁ TÉCNICAS PARA LA EVALUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Muchos proyectos informáticos fallan en proveer información completa, precisa y oportuna, debido a que la selección de aplicaciones para la gestión de bodegas, inventario, flotas y rutas de distribución no es la correcta, ya que, usualmente, requieren algún grado de customización de la solución tecnológica para lograr beneficios concretos en el modelo de negocio.

En el área de operaciones y logística se generan, capturan y procesan grandes cantidades de datos que ayudan a desarrollar los procesos de abastecimiento, planificación y control de producción, almacenamiento y gestión de inventarios, transporte y distribución, por mencionar los procesos más importantes.

Hace un par de décadas, el desafío tecnológico en este ámbito era principalmente poder capturar y almacenar datos, lo que parecía simple. Sin embargo, este proceso implicaba inversiones importantes y restrictivas. Actualmente, las reducciones en los costos sumado a la creciente cantidad de dispositivos, sensores y a la capacidad de los sistemas computacionales para capturar, procesar y facilitar las operaciones con enormes cantidades de datos han facilitado el acceso a tecnologías. Hoy el desafío de las compañías es discriminar cuáles son los datos, tecnologías y sistemas que pueden apoyar de mejor manera al negocio.



Atendiendo a la necesidad de contar con profesionales integrales que puedan apoyar a la toma de decisiones de inversión en proyectos informáticos, el programa de Diplomado en Gestión de Operaciones y Logística que imparte la unidad de Educación Ejecutiva (Uejecutivos) del Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Universidad de Chile incorporará a partir del año 2018 un nuevo módulo a sus líneas de formación con los conocimientos básicos para establecer y priorizar los requerimientos funcionales de los procesos logísticos y productivos en cada contexto empresarial. El curso será dictado por el académico Ph.D. in Management Information Systems, Ariel La Paz.

El profesor indica que “gracias a la inclusión de este nuevo contenido, los profesionales podrán comparar sistemáticamente distintas alternativas y estrategias de selección de sistemas y tecnologías. Asimismo, estos conocimientos facilitarán su desempeño en el ámbito de la logística y operaciones como contrapartes en proyectos de implementación tecnológica”.

Este programa logrará desarrollar estas competencias en los profesionales, a través de exposiciones teóricas y el desarrollo supervisado de evaluaciones prácticas de proyectos tecnológicos que serán supervisados. Esta metodología les permitirá a los profesionales lograr mejoras en los objetivos de negocio propuestos, tales como la eficiencia, agilidad, costo, alineamiento y desempeño general de las operaciones y logística corporativa.

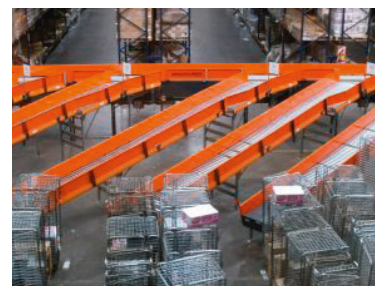
Este programa logrará desarrollar estas competencias en los profesionales, a través de exposiciones teóricas y el desarrollo supervisado de evaluaciones prácticas de proyectos tecnológicos que serán supervisados. Esta metodología les permitirá a los profesionales lograr mejoras en los objetivos de negocio propuestos, tales como la eficiencia, agilidad, costo, alineamiento y desempeño general de las operaciones y logística corporativa.

Informaciones: contacto@uejecutivos.cl +56 22978 3565

FARMACITY Y (ARGENTINA) TECNIFICA SU CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE LA MANO DE MIEBACH CONSULTING

Farmacy, uno de los protagonistas en el ámbito de la salud en Argentina, dedicado a la comercialización de productos farmacéuticos, cosméticos, como también moda, hogar y cuidado personal instaló en su centro de distribución de productos masivos un moderno sistema automático de almacenamiento, picking y distribución de pedidos.

Se ha transformado en el primero de su tipo en Sudamérica, y fue implementado con la ayuda de Miebach Consulting de Argentina en todas las etapas, desde la decisión inicial hasta la implementación y puesta en marcha, aportando su experiencia y su mirada externa, pero comprometida con los objetivos de la compañía.



La tecnología europea aplicada en un almacén automático de tipo shuttle, y cintas transportadoras para llevar el pickeo al hombre, que a su vez prepara los pedidos con la asistencia de visual pick to light, permitieron aumentar la productividad y la calidad de servicio para la entrega de productos a decenas de locales de atención al público. El centro de distribución consta de 18.000 m2, de los cuales 13.800 m2 son cubiertos.

REVISTA LOGISTEC PRESENTA NUEVO COMITÉ EDITORIAL

La industria logística se desarrolla, crece y cambia día a día. Las tecnologías, el crecimiento del e-Commerce y las constantes innovaciones en Supply Chain hacen necesario estar siempre atento a los cambios y ese es siempre el objetivo de Revista Logistec, quien asume con convencimiento el compromiso de informar sobre la industria logística.

Para ahondar en los cambios que experimenta la cadena logística y conocer cómo afectan a las empresas y profesionales chilenos, la mejor forma es a través del conocimiento y experiencia de destacados ejecutivos logísticos nacionales. Para concretar esta relación entre conocimiento y experiencia, Logistec conformó el nuevo Comité Editorial, entidad que asesorará en el contenido de la Revista.



El grupo, conformado por importantes ejecutivos de la industria chilena, tiene como objetivo entregar su visión sobre los temas a tratar en cada edición de Logistec. La preparación de una pauta de temas de interés y su profundidad son los ejes centrales de estos encuentros. El Comité –que trabajará de cara a la elaboración de la pauta de temas 2018- está compuesto por los ejecutivos Patricio Berstein, Felipe Sandoval, Javier Bravo y Orlando Orellana Director del Supply Council Chile junto al equipo de revista Logistec.

Con esta iniciativa Revista Logistec busca confirmar su rol de medio especializado en la industria logística, mediante el desarrollo de reportajes y artículos de profundidad en cada una de las áreas que aborda este importante mercado.



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

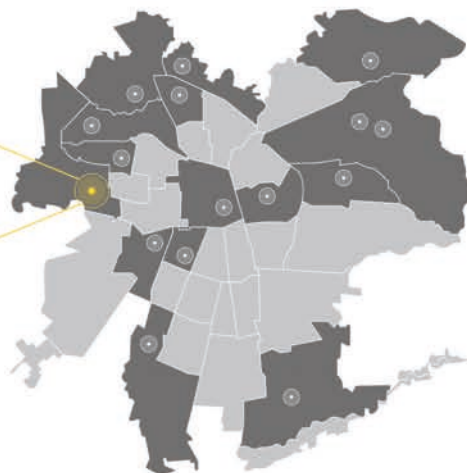
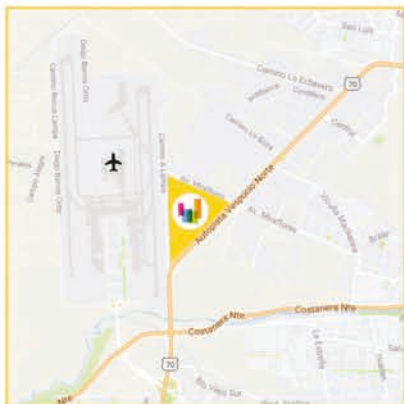


Centro de negocios orientado
a Bodegas de **Alto standard**
y **servicios logísticos**.

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

EFG.

ENERGÍA PARA CRECER.

Eficiencia

EFG

Costos

Ya sea que elija la innovadora tecnología li-ion o nuestra probada batería estándar de plomo-ácido: Con nuestra EFG, ahorras costos a largo plazo, mientras que la prestación de sus operaciones de logística son incluso más eficientes.

Obtenga más información sobre nuestras opciones de compra, arriendo y reemplazo de EFG en:
www.jungheinrich.cl

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.