

Logistec

para Profesionales Informados.



www.revistalogistec.com

E-COMMERCE, CLAVES DEL ÉXITO PARA SU TIENDA VIRTUAL



LOGISTEC
EDICIÓN
75
FEBRERO | MARZO

PUNTO DE VISTA: PRODUCTIVIDAD EN ALMACENES
MESA REDONDA: TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN
SUPPLY CHAIN: TERCERIZACIÓN, SOCIOS ESTRATÉGICOS

CIRCULA INSERTO
SDI - AISL / TAMEGAL

red de Airmen
alochile
alogs

PROCUREMENT

COLLABORATION

SOLUCIONES INTEGRADAS | ENFOCANDO LA LOGISTICA MARINA

GEODIS WILSON:
**Afrontando los desafíos de la
industria marina**

MARINE LOGISTICS

Entendemos que la industria marina es diferente al transporte general y tiene su propia escala de desafíos. Cuando se trata de soluciones de transporte usted necesita una contraparte ágil y confiable que cuente con un historial comprobado y que trabaje para usted - centrándose en las entregas todos los días del año. Un socio que conciba soluciones transparentes, a la medida, y que hable su mismo idioma vía canales claros de comunicación.

expect more.



**GEODIS
wilson**

REPORT

Una empresa **AGUNSA**

Un contratista efectivo para servicios especializados

- Operación y mantención de instalaciones mineras
- Apoyo operacional de la SX y en la Nave EW
- Apoyo operacional en la cosecha de cátodos
- Logística de almacenamiento de planta
- Aseo industrial
- Administración y operación de bodegas
- Muestreras
- Pintura a estructuras, instalaciones y equipos.
- Mantenimiento de equipos e instalaciones
- Operaciones logísticas
- Logística portuaria



OHSAS 18001:2007
Certificate Number: 47617- 47618



powered by *logistec 2.0*



[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO

AÑO 12 EDICION 75
303 EDITORIALES S.A.
Santa Marta de Huechuraba 7242
Huechuraba - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

DIRECTOR GENERAL
Fernando Rios M.
fernando.rios@revistalogistec.com

GERENTE GENERAL
Ronald Berstein M.
ronald.berstein@revistalogistec.com

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

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

PERIODISTAS
María Victoria Moya G.

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Sergio Flores | Eugenio Caldenty | Rodrigo Garrido
Bernardo Hargous | Marcelo Buló | Tomás Cox

SUSCRIPCIONES
suscripciones@revistalogistec.com



www.geodiswilson.cl | **C2**



www.logfire.com | **C3**



www.revistalogistec.com | **C4**



www.agunsa.cl | **1**



www.tnt.cl | **5**



www.emotrans.cl | **7**



www.kuehne-nagel.com | **11**



www.bsfc.cl | **15**



www.bodenorflexcenter.cl | **17**



www.liftservice.cl | **19**



www.loginsa.com | **21**



www.skcrental.com | **23**



www.chep.com | **25**



www.mecalux.cl | **27**



www.diplomadosusach.cl | **29**



www.goldenfrost.cl | **31**



www.mindugar.com | **33**



www.wisetrack.cl | **35**



www.kardex-remstar.com | **37**



www.almacenesfastair.com | **39**



www.greenlogistic.cl | **41**



www.expoeficienciaenergetica.cl | **51**



www.royalrental.cl | **53**



www.cabm.cl | **55**



www.arrimaq.com | **57**



www.tecsidel.es | **59**



www.honeywell.com | **61**



www.eit.cl | **63**



www.advance.unab.cl | **67**



www.ar-storage.com | **69**



www.udp.cl | **73**



www.cfe.cl | **75**



www.tw.cl | **77**



www.espaciofoodservice.cl | **79**



www.tamegal.cl | **83**



www.unab.cl/vespertino | **85**



www.borealtech.com | **85**



www.centralbodegas.cl | **91**



www.copec.cl | **93**



www.expo-carga.com | **95**



www.aist.cl | **Inserto**

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.



CONOCE MAS DE NUESTROS CLIENTES//
Para ingresar a sus sitios web, solo debes escanear el código que aparece en los avisos publicitarios.



“SUPPLY CHAIN FUTURES”

Este 2013 será un año en que seguiremos creciendo y estrechando los lazos con nuestros lectores y, en general, con el rubro logístico.

Este compromiso con el mercado nos lleva a preparar, edición a edición, material de interés para la industrial, y queremos en esta oportunidad además invitarlos a ser parte del nuevo congreso organizado por Revista Logistec, denominado “Supply Chain Fu-

tures, Balanceando el Abastecimiento y la Demanda”. El encuentro, que se realizará el próximo 09 de julio, en las instalaciones de Centro Parque, será desarrollado por Larry Lapide, Ph.D.: Lecturer, College of Management, University of Massachusetts: Boston Campus. Research Affiliate, MIT Center for Transportation and Logistics (CTL); experto con más de 30 años de experiencia en el mercado logístico.

El destacado profesional realizará distintas exposiciones, en las cuales abordará temas

relacionados a la planificación de la demanda, el abastecimiento, la importancia de la optimización de los procesos y los desafíos futuros de la cadena de abastecimiento.

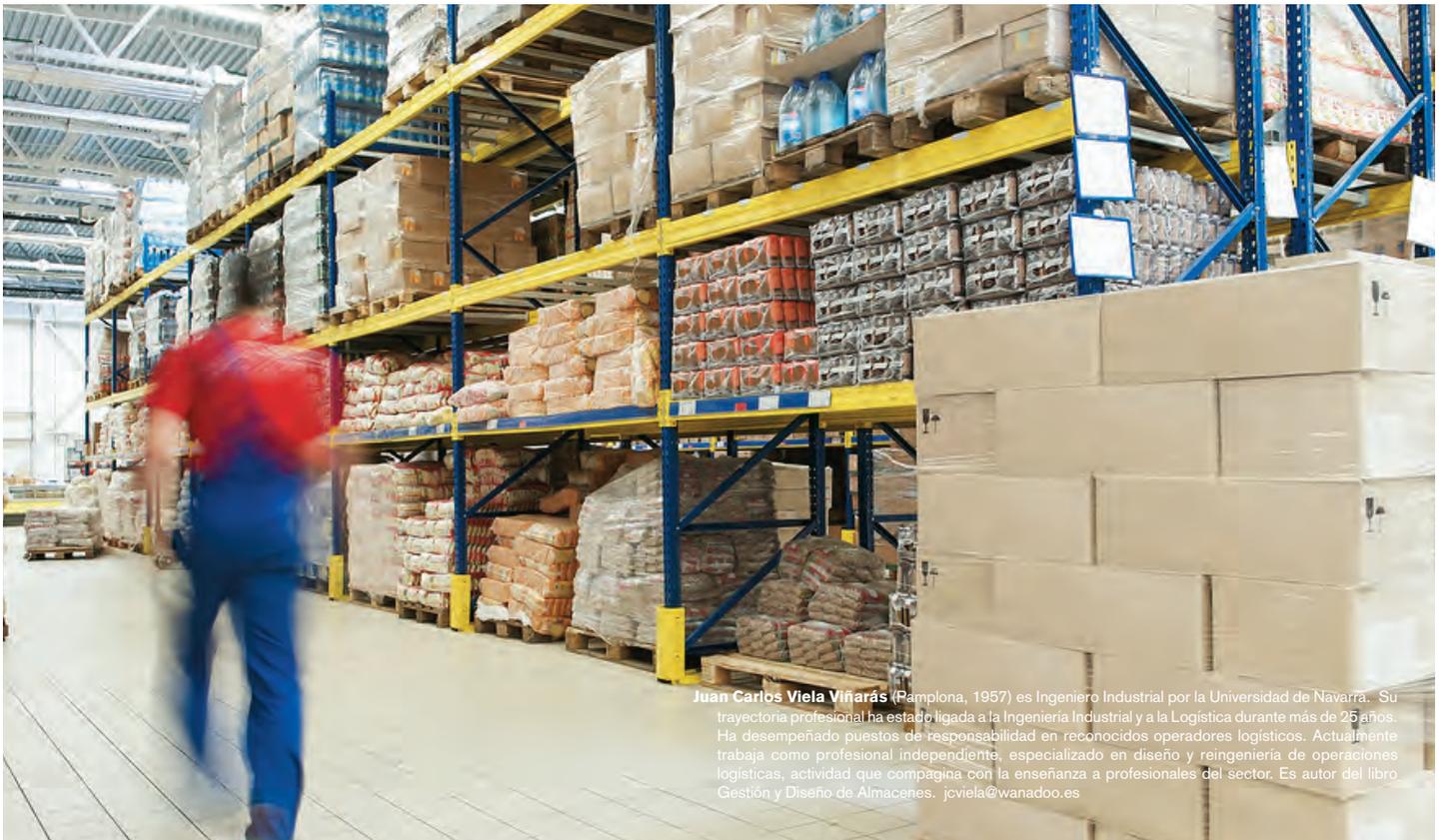
Con “Supply Chain Futures” buscamos aportar al conocimiento del mercado, generando una oportunidad para profundizar distintas temáticas y transformarse en una plataforma precisa para el intercambio de experiencia y una oportunidad para reunir a los más importantes ejecutivos y profesionales logísticos.



PUNTO DE VISTA	04
Juan Carlos Viela	
MESA REDONDA	08
Transporte y Distribución	
EQUIPAMIENTO	22
Exportación de Perecibles	26
Grúas	
EN RUTA	34
Transporte Ferroviario	38
SGT	
EN PRÁCTICA	42
BSF	44
MINDUGAR	46
LOGINSA	48
FAST AIR	
LÍDERES	56
Bernardo Hargous	58
Marcelo Buló	60
Tomás Cox	
INTERNACIONAL	62
Uruguay, Eje Logístico	
ANÁLISIS	72
Sergio Flores	76
Eugenio Caldentey	80
Rodrigo Garrido	
ASOCIACIONES	82
LOGISNEWS	92

Logistec
para Profesionales Informados.

<p>P12 SUPPLY CHAIN E-COMMERCE 7 PECADOS CAPITALES TERCERIZACIÓN</p>	
<p>P30 EN RUTA PLATAFORMAS LOGÍSTICAS</p>	
<p>P52 UN DÍA EN CENTRO LOGÍSTICO COSMÉTICA NACIONAL</p>	
<p>P64 RRHH BATALLA POR LOS PROFESIONALES LOGÍSTICOS ALTERNATIVAS ACADÉMICAS</p>	



Juan Carlos Viela Viñarás (Pamplona, 1957) es Ingeniero Industrial por la Universidad de Navarra. Su trayectoria profesional ha estado ligada a la Ingeniería Industrial y a la Logística durante más de 25 años. Ha desempeñado puestos de responsabilidad en reconocidos operadores logísticos. Actualmente trabaja como profesional independiente, especializado en diseño y reingeniería de operaciones logísticas, actividad que compagina con la enseñanza a profesionales del sector. Es autor del libro Gestión y Diseño de Almacenes. jcvuela@wanadoo.es

LA EFICIENCIA, MOTOR DE LA MEJORA CONTINUA. El concepto de productividad está claramente asociado a lo que la empresa es capaz de producir con una unidad monetaria de coste. En otras palabras, es la medida de lo que cunden los costes. Su inverso es el coste de producir una unidad en perfecto estado para su venta.



PRODUCTIVIDAD EN ALMACENES

Los políticos no se cansan de repetir que hay que aumentar la productividad para que el país sea más competitivo y vaya mejor. Debe ser cierto lo que dicen, pues estamos siendo invadidos por multitud de productos que se fabrican en Extremo Oriente, los cuales se venden cada vez más baratos. Muchas de las grandes marcas han trasladado su producción a esos países en busca de productividad, es decir, competitividad.

Se puede considerar la productividad en el conjunto de la empresa, pero también en todos y cada uno de sus departamentos. Todo el mundo la asocia al departamento de producción, pero, aunque parezca extraño, ya se habla de productividad en los departamen-

tos de administración, informática, recursos humanos e incluso en el almacén.

El almacén bien podría asimilarse a una fábrica de automóviles en la que no salen dos vehículos consecutivos idénticos de la línea de montaje. El almacén es una fábrica de pedidos; rara vez se preparan dos pedidos iguales. Por el muelle salen pedidos, líneas de pedido, unidades, cajas, bultos preparados, etc. Si en un departamento de producción se puede medir la productividad, en un almacén también.

Una forma sencilla de calcular la productividad en un almacén, en un periodo de tiempo, es dividir el número de unidades correctamente

PONEMOS TODO CHILE Y EL MUNDO A TU DISPOSICIÓN



En TNT LIT CARGO realizamos todo tipo de envíos a nivel Nacional e Internacional, desde documentos hasta cargas más pesadas de acuerdo a tus necesidades específicas.

EN CHILE:

- ✓ Más de 60 sucursales.
- ✓ Más de 400 localidades en todo el país.
- ✓ Más de 2000 profesionales.
- ✓ La mejor atención al cliente.
- ✓ Más de 500 vehículos propios.
- ✓ Conecta a más de 200 países.

Servicio al Cliente

Nacional:

Santiago: (02)-(2) 360 5020

Regiones: 600 360 5020

Internacional:

(02)-(2) 360 5100

www.tnt.cl

Somos tu aliado estratégico porque entendemos tu negocio y trabajamos para entregar una solución de logística y distribución que te permita generar ventajas competitivas.



LITCARGO

expedidas, ya sean pedidos, unidades, cajas, kgs, bultos, etc. (cada almacén elige la que más le conviene) en ese periodo entre los costes totales.

con la que se forman las unidades. Habitualmente se confunde con la productividad. La ganancia de eficiencia suele ir asociada a la determinación de objetivos de producción y

demostrar que realmente se ha sido más eficiente en épocas adversas que en épocas favorables. Para resolver estas situaciones existen procedimientos que, a partir de un volumen mínimo de actividad, ponen de manifiesto de forma objetiva la evolución de la eficiencia en el tiempo, con independencia del nivel de actividad. También muestran que, si el proceso productivo se ejecuta de la misma manera, la eficiencia no debe variar, cosa lógica a todas luces. No se abordan aquí porque entrañan mayor grado de complejidad, pero sí sus consecuencias.

De lo anterior se puede intuir que estos procedimientos abren la puerta a nuevas formas de gestión de la eficiencia que, indirectamente, llevan a la mejora de la productividad. Aportan ventajas tales como:

- Su aplicación permite construir sistemas de incentivos más justos para toda la plantilla
- Facilitan la definición de objetivos alcanzables en un plazo de tiempo razonable
- Los responsables conocen de primera mano los resultados de su labor
- Pronostican el límite de la eficiencia con las actuales condiciones de trabajo
- Visualizan de inmediato el resultado de cualquier cambio en los procesos y tomar la decisión de implantarlo o descartarlo
- Ayudan a reaccionar con rapidez ante la pérdida de eficiencias ya consolidadas
- Animan a poner en práctica todo un caudal de ideas de fácil ejecución que apenas requieren inversión
- Fomentan la superación de los objetivos; estar por delante de los competidores da tranquilidad en el futuro.

Esto conduce a pensar que son la base para conocer los resultados de los esfuerzos que

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Unidades}}{\text{Coste}} = \frac{\frac{\text{Unidades}}{\text{Horas Productivas}}}{\frac{\text{Coste}}{\text{Horas Productivas}}} = \frac{\text{Eficiencia}}{\text{Coste Horario de Recursos}}$$

Mediante el pequeño truco matemático que se muestra (dividir numerador y denominador de la fracción por las horas productivas del periodo) se puede concluir que la productividad es el cociente de dos ratios: la eficiencia operativa y el coste horario de los recursos. Son los que dan pistas para aumentar la productividad, o lo que es lo mismo, reducir el coste de la unidad producida.

El coste horario de los recursos se obtiene dividiendo los costes totales del almacén entre las horas productivas de un periodo de tiempo. Representa todo lo que cuesta una hora de trabajo dedicada a la producción. Además de los salarios, incluye todos los demás costes que intervienen para obtener una unidad de producto terminado: edificios y su mantenimiento, maquinaria e instalaciones, embalajes, supervisión operativa, informática, administración, recursos humanos, etc. Idealmente, las horas productivas deberían ser las pagadas, pero son menos, puesto que hay absentismo y se realizan actividades que no son necesarias para preparar pedidos.

La gestión del coste de los recursos trata de conseguir disponer del máximo de horas productivas con el mínimo coste, tanto fijo como variable. En la actividad diaria, los costes fijos raramente se pueden modificar; la gestión del coste queda limitada a la de los costes variables, y particularmente a la de la mano de obra directa. Las horas productivas aumentan con la rebaja de tiempos improductivos dentro del tiempo total de trabajo disponible; se trata de gestionar desde otro prisma la mano de obra directa.

La eficiencia operativa se calcula dividiendo las unidades producidas en un tiempo dado por las horas empleadas. Mide la velocidad

a la consecución de incentivos. La clave para aumentar la eficiencia radica en la mejora de los procesos operativos.

Del ratio planteado se deduce que el aumento de la productividad se puede conseguir con la ganancia de eficiencia. Pero no es la única manera; no hay que olvidar que la gestión de los costes juega también un papel muy importante.

La sencillez del cálculo de la eficiencia indicado contrasta con los valores que arroja. Los cambios continuos en los productos, en los patrones de demanda, en la época del año y en la situación económica dan como resultado valores de eficiencia que oscilan fuertemente de un mes a otro y que resultan difíciles de explicar objetivamente. Se dan muchas situaciones en las que una pérdida de eficiencia sobre el papel oculta una ganancia real. Esto significa que hay algo más que influye en el resultado y que es preciso conocer.

El examen de la evolución de esta eficiencia muestra muy a menudo que es positiva en momentos de mucha actividad y empeora en épocas de poca actividad, lo cual resulta lógico. Sin embargo, aunque resulte paradójico, en más de una ocasión se ha podido

La eficiencia operativa se calcula dividiendo las unidades producidas en un tiempo dado por las horas empleadas. Mide la velocidad con la que se forman las unidades. Habitualmente se confunde con la productividad. La ganancia de eficiencia suele ir asociada a la determinación de objetivos de producción y a la consecución de incentivos. La clave para aumentar la eficiencia radica en la mejora de los procesos operativos.



se hacen en pos de la mejora continua. Ponerlos en marcha precisa del compromiso y seguimiento de la dirección, así como de la formación de los responsables operativos en la utilización de herramientas novedosas que amplían sus posibilidades de gestión.

Los resultados que su implantación ha proporcionado en la práctica se traducen en reducciones de mano de obra directa comprendidas entre el 10 y el 20 % o más, en cortos plazos de tiempo, con bajos niveles de inversión y sin merma en la calidad de lo producido. Además, han puesto de manifiesto la verdadera valía de los gestores en su puesto de trabajo.

La mayoría de los almacenes han enfocado la mejora de la productividad hacia la gestión del coste de los recursos. Durante unos años esta estrategia ha dado resultado y les ha permitido sobrevivir. Sin embargo, han perdido magníficas oportunidades de mejorar su posición competitiva. Algunos expertos opinan que esta forma de gestión está

agotada. Se ha presionado tanto en reducir el coste de los recursos, que se corre el peligro de no disponer de ellos. La mejora de la productividad pasa por potenciar e incrementar la eficiencia operativa conseguida; un camino desconocido para algunos y abandonado por otros.

La implantación de nuevos procedimientos de medida de la eficiencia, unidos a un mayor control de los resultados y una formación adecuada de los gestores, facilitará, sin duda, una ganancia notable en la productividad, y sentará las bases para progresar en la mejora continua.

Los resultados serán palpables si van acompañados de medidas que afecten a los costes, las horas productivas o las unidades producidas.

En este terreno no hay soluciones mágicas que valgan para todo; cada almacén tiene que encontrar sus propios procedimientos de medida y sus propias soluciones. **■**

Operational
Excellence
Globalized
250 Locations
120 Countries

www.emotrans.com

Air Services
Ocean Services
Compliance
Customs Services
IT Capabilities
Global Logistics

info@emotrans-chile.cl
Tel.: 56 2 204 7000

EMO TRANS
Customized Global Logistics



CONOZCA LOS NUEVOS
SERVICIOS DE EMOTRANS
TRANSPORTE Y LOGÍSTICA
ESCANEE EL CÓDIGO QR

Santiago: Fidel Oteiza 1916 Of. 402
Providencia - Santiago - Tel.: 56 2 2047000
Iquique: Calle Ramírez 646 Of. 310
Edificio Santa Laura - Tel.: 57 412081
Aeropuerto: Armando Cortínez S/N Edificio
Centro Aéreo Pudahuel Terminal de Carga C.A.M.B.
Piso 2 Of. 203 B - Tel.: 56 2 690 5153

VI MESA REDONDA: EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN URBANA: PANORAMA ACTUAL Y DESAFÍOS DE UN MERCADO EN MOVIMIENTO



El crecimiento de la ciudad, los distintos cambios en infraestructura vial y urbanismo y la proliferación del comercio electrónico han generado que las empresas dedicadas a la Distribución Urbana estén en constante movimiento, en aras de responder a las distintas necesidades del mercado. Esta fue una de las conclusiones que arrojó la VI Mesa Redonda, organizada por Revista Logistec, denominada "Tendencias y Desafíos de la Distribución Urbana de Mercaderías".

El encuentro que reunió a un grupo de importantes empresas del rubro se realizó en las nuevas dependencias de LGT, donde asistieron el Gerente Comercial de Correos Chile, Salustio Prietos; Felipe Barriga, Director de Operaciones para Latinoamérica de TNT Lit Cargo; Ariel Figueroa, Gerente General de Prosegur Logística y Distribución y Matthew Holmes, Gerente Comercial Corporativo, Blue Express.

Con la finalidad de aportar la visión general del mercado e ir dado las pautas temáticas de conversación, el encuentro fue dirigido por Julio Villalobos, Director del Centro Lati-

noamericano de Innovación en Logística CLIC Chile, de la Universidad Andrés Bello. En la oportunidad, los asistentes abordaron distintos temas, tales como el estado del mercado actual de la distribución, la relación comercial con los clientes, características de la operación, los desafíos del sector y las innovaciones en el área como forma de responder a los nuevos tiempos.

PANORAMA ACTUAL DEL NEGOCIO

Con la finalidad de dar a conocer las distintas visiones sobre el negocio, los asistentes

realizaron un análisis sobre las principales características que marcar el quehacer diario de sus empresas.

En esta línea, Salustio Prieto recalzó que si bien existe un crecimiento sostenido del sector, se debe distinguir lo que es B2B o B2C y las distintas modalidades de distribución urbana (empresas, instituciones o personas). "Hace más de 10 años que la distribución urbana B2B ha ido profesionalizando y creciendo en los distintos canales y eso ha sido una tendencia. Hoy el comercio electrónico es el motor del negocio actual", afirmó.

"Es bueno para quienes estamos en el mercado de paquetería, pero nos obliga a ser mucho más eficiente en cuanto a cumplimientos en los tiempos de entrega y a la disminución de los tiempos de tránsito. En la medida que los clientes trabajen más con sus proveedores logísticos como socios comerciales y no como proveedores externos se podrán generar mejoras que hagan mucho más eficiente la cadena completa".

Asimismo, Holmes coincidió con el ejecutivo de Correos Chile en cuanto al crecimiento del mercado e insistió en que constantemente este sector ha ido creciendo de la mano del e-commerce. Sin embargo, advirtió que éste "ha sido un crecimiento caro con el concepto AM-PM y con la amenaza de crear flotas corporativas, lo cual no se sabe que tan lucrativo es.

El problema mayor sería caer en la elaboración de redes individuales para cada cliente, por lo menos en Santiago". A su vez, Figueroa recalzó que si "las empresas se dedican a la entrega de un solo cliente dejarán de

ser rentables". Por su parte, Barriga planteó lo que –a su juicio– es uno de los grandes cambios del sector: la disminución del inventario por parte del Retail al disminuir los metros cuadrados de bodega de sus salas y transformarlas en salas de ventas, esto ha incrementado el just in time, que "es bueno para quienes estamos en el mercado de paquetería, pero nos obliga a ser mucho más eficiente en cuanto a cumplimientos en los tiempos de entrega y a la disminución de los tiempos de tránsito.

En la medida que los clientes trabajen más con sus proveedores logísticos como socios comerciales y no como proveedores externos se podrán generar mejoras que hagan mucho más eficiente la cadena completa".

Finalmente, en este punto, los ejecutivos coincidieron en que el mercado tiene un futuro "auspicio" y que ven con optimismo.

EL NUEVO CLIENTE

Julio Villalobos instó a los asistentes a analizar al cliente actual en cuanto a las nuevas exigencias, disposición a las mejoras, etc. Frente a estas interrogantes, el Director de Operaciones de TNT Express sostuvo que, "existe la necesidad de trabajar más en conjunto entre cliente y operador para hacer una cadena mucho más eficiente".

Para el Gerente Comercial Corporativo de Blue Express el mercado ha crecido y madurado en los últimos 3 o 4 años. Por su parte, el Gerente Comercial de Correos Chile reconoció que este es un mercado muy complejo y "somos nosotros los encargados de dar a conocer las características de nuestra operación para que los clientes comprendan verdaderamente nuestra función y operación".

NUEVOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES

El crecimiento del mercado ha traído consigo nuevas exigencias por parte de los clientes para llevar a cabo sus operaciones con las características requeridas. A este respecto,

Julio Villalobos invitó a conversar sobre las nuevas exigencias de acuerdo al servicio, diferenciando lo que es B2B o B2C.

En este punto, los asistentes coincidieron en que día a día su sector está buscando las distintas iniciativas para satisfacer a los clientes que son cada vez más exigente. En esta línea, los ejecutivos destacaron, entre las medidas esenciales: los tiempos de entrega y la efectividad en la entrega.

A este respecto, Figueroa enfatizó que hoy "el cliente quiere hora y día de entrega". Por su parte, Barriga añadió que son los "tiempos de tránsito y el cumplimiento de los mismos la clave, porque el impacto en las ventas es mucho mayor por la falta de inventarios en la sala, por ende los costos asociados a esto son mayores. Por eso el camino es trabajar junto a nuestros clientes para que entiendan lo que está pasando".

Asimismo, Holmes aseguró que uno de los caminos para asegurar un buen servicio es "hacer redes de distribución robustas, donde los clientes compitan para subirse a ella.

ESTRATEGIAS PARA VINCULARSE CON EL CLIENTE

La idea de este punto es conocer cómo se relacionan exitosamente las empresas con las nuevas necesidades que el mercado ha madurado en torno al servicio y cuáles son las estrategias exitosas para vincularse con los nuevos clientes.

A este respecto, Salustio Prieto manifestó que, en general, el mercado ha madurado y se ha profesionalizado y así ha dado buenas respuestas a los clientes. Han crecido los operadores formales, no sólo en tecnología y servicio.

La clave para Holmes está en el crecimiento del sector de la distribución, cada uno se va haciendo líder en un sector" y así los clientes reconocen perfectamente quién es quién y "reconocen la especialización".

Balaceando el Abastecimiento y la Demanda!

Martes 09 Julio - 08.30 a 18.00 - Más información en: <http://bit.ly/supplychainfutures>

08.30 - 09.00	Acreditaciones
09.00 - 09.10	Bienvenida y Presentación Relator Larry Lapide Ph.D.
09.15 - 11.00	"Excelencia en Cadenas de Abastecimiento= Alineamiento Estratégico".
11.00 - 11.30	Coffee Break
11.30 - 13.00	"Implementación de una Guía de Planificación de Operaciones y Ventas".
13.00 - 14.15	Almuerzo
14.30 - 16.00	"Administración y Optimización del Abastecimiento y la Demanda".
16.00 - 16.30	Coffee Break
16.30 - 17.30	"El Futuro de la Cadena de Abastecimiento".
17.30 - 18.00	Mesa Redonda - Conclusiones



Logistec para Profesionales de la Logística



Bio Dr. Lapide posee más de 30 años de experiencia en el área industrial, asesoría, investigación comercial y académica. Recientemente fue Director de la Gerencia de Adquisiciones del Centro de Transporte y Logística MIT (CTL). Asimismo, Dr. Lapide dirigió el lanzamiento del Proyecto de la Cadena de Abastecimiento 2020 del MIT y actualmente es el encargado de dictar el Seminario de Estrategia de Alineación del Centro de Transporte y Logística. Simultáneamente, es el Director de Investigación de la Agrupación de Soluciones para Administración de Adquisiciones cuyo enfoque está en el desarrollo de estrategias avanzadas, principios y métodos para equiparar abastecimiento y demanda, en forma óptima.

LARRY LAPIDE Ph.D.
Lecturer, College of Management, University of Massachusetts, Boston Campus, Research Affiliate, MIT Center for Transportation and Logistics (CTL).

Supply Chain Futures

BALANCEANDO EL ABASTECIMIENTO Y LA DEMANDA
CONGRESO LOGÍSTICO
09 JULIO 2013 - 08.30 - 18.00
CUPOS LIMITADOS!
Lugar: Centro Parque
Presidente Biesco 5330 - Parque Araucano - Las Condes





De la mano del crecimiento de este sector han surgido también las dificultades para operar, ya sean desde el punto de vista normativo o del crecimiento de la ciudad.

En esta línea, el Gerente General de Prosegur, Logística y Distribución, reconoció que, hoy en día, dada las características económicas del país, “la escasez de recurso humano es uno de los problemas para la operación. Hoy estamos con un déficit”.

A reglón seguido, el ejecutivo de TNT agregó que junto a la escasez de mano de obra, el problema está en la “falta de capacitación” y es ahí donde “la empresa comienza a cambiar su relación con su mano de obra, donde la fidelización con sus trabajadores es importante”.

Por otra parte, los asistentes coincidieron en que las modificaciones a las ordenanzas municipales y las características que ha asumido el desarrollo urbano de las principales ciudades han configurado un nuevo escenario

“La empresa comienza a cambiar su relación con su mano de obra, donde la fidelización con sus trabajadores es importante”.

para las empresas de distribución.

A este respecto, Barriga recalzó que “la distribución es cada vez más cara y eso las empresas (clientes) deben asumirlo” y reconoció que la tendencia continuará en cuanto a “las modificaciones, a los planos reguladores, escasos de recursos humanos, por congestión, eficiencia en la entrega o incrementos en los costos”.

Finalmente, los ejecutivos concordaron en que la falta de comunicación entre los clientes y sus proveedores y el reconocer las características de las operaciones son, sin dudas, las mayores dificultades para el desarrollo del sector.

LOS DESAFÍOS DEL FUTURO

¿Qué espacio hay para la innovación de cara a los clientes? y ¿Cómo se vislumbra el futuro en cuanto a los desafíos en la distribución urbana? Con estas preguntas, Villalobos abrió el debate en este punto.

Sobre este punto, según Barriga se vislumbra que las operaciones de distribución estarán marcadas, en el futuro, por los ahorros energéticos y por las nuevas aplicaciones de tecnología, en áreas como el seguimiento de la carga, cada vez más importante para la operación. Nuestra tarea futura es hacer más eficiente la cadena y garantizar seguridad en la operación”.

En materia de tecnología, el Gerente Comercial de Correos Chile recalzó que “los clientes quieren información sobre su mercadería y la entrega y no entrega de éstas. Ellos requieren saber dónde están sus productos”.

A su vez, Ariel Figueroa coincidió en la importancia de la información. “En los desarrollos futuros se continuarán ampliando los servicios logísticos y ahí la verdadera información en línea significará un gran valor”.

¿Hacia dónde va la sustentabilidad? Sacar los CD del centro de la ciudad, rutas exclusivas para camiones, información urbana para coordinar mejor la distribución, aplicación de tecnología de sistemas inteligentes de transporte, innovación en los vehículos, zonas de carga y descarga y tarificación urbana son algunas de las situaciones que suceden y que esperan se apliquen –según coincidieron los ejecutivos- en un corto plazo en Chile, lo que va de la mano “de que los costos den” y de lo que “mande el mercado”.

Con todo, cabe destacar la visión positiva del desarrollo futuro de la distribución urbana y la conciencia que los ejecutivos tienen de las nuevas directrices que dominan y desafían las operaciones de distribución, tales como el desarrollo urbano, los constantes innovaciones tecnológica, las aplicaciones sustentables y los nuevos requerimientos de los clientes.]

1000 Oficinas en 100 Países

Transporte marítimo

Transporte aéreo

Logística de almacenaje y distribución

Transporte terrestre

Soluciones integrales



KUEHNE+NAGEL



The Global Logistics Network

Tel. (56-2) 2338 - 9300 / info.santiago@kuehne-nagel.com

www.kuehne-nagel.com

E-COMMERCE: ELEGIR CORRECTAMENTE ES CLAVE PARA EL ÉXITO DE SU TIENDA VIRTUAL

Uno de los grandes retos de las tiendas de comercio electrónico es generar confianza entre los clientes y para ello es primordial cumplir con las promesas y proporcionar una grata experiencia de compra al usuario, desde que adquiere el producto hasta que es entregado en su domicilio. Teniendo en cuenta esta realidad, la externalización de los servicios de despacho es un punto crítico para las empresas de e-commerce y la elección de un operador logístico eficiente es clave.



Si bien Internet es un canal de comunicación relativamente nuevo, hoy en día contar con un sitio web representa una ventaja para cualquier empresa (sin importar su tamaño), ya que es ahí donde los potenciales clientes buscan información sobre los productos que les interesan y los evalúan para decidir dónde y qué comprar, ya sea en forma física o virtual.

Concretamente, según datos publicados en el "Manual para Abrir una Tienda Online en Chile", desarrollado por el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (MTT) y la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en noviembre de 2012- los usuarios de Internet en Chile en 2011 alcanzaban los 9,7 millones de

personas, de las cuales -al menos- un 20% son compradores virtuales y más de un 60% 'vitrianea' en la web antes de comprar un producto o servicio.

En torno al volumen de ventas B2C, el documento señala que éste aumenta año a año conforme el mercado logra madurez. En esta línea, según estimaciones de la CCS, durante el 2011 las ventas anuales por Internet superaron los mil millones de dólares en Chile. Asimismo, el gasto promedio anual por usuario comprador superó los US\$ 300 ese mismo año, indicadores que ponen de manifiesto el aumento de las compras online como una tendencia.

No obstante, el importante crecimiento del e-commerce también representa ineludibles

desafíos para las empresas que ofrecen sus productos y servicios de forma online; desafíos que se enmarcan -principalmente- en sortear las barreras logísticas y de distribución, destacó Álvaro Covarrubias, Gerente de Desarrollo de Negocios de Chilexpress.

"Es importante lograr que los consumidores sean conscientes de que, además de tener acceso a una oferta muy amplia y a precios convenientes, si se opta por los proveedores adecuados, este sistema es un canal de compra confiable y seguro", manifestó el ejecutivo.

En esta línea, Mario Miranda, Director de Ecomsur, empresa dedicada al desarrollo, implementación y operación de canales transaccionales por Internet,

destacó que uno de los principales desafíos para este mercado se relaciona con los tiempos de despacho.

"El usuario virtual es cada vez más exigente y ya no tolera tiempos de entrega de 4 o 5 días. Hay numerosos estudios que reflejan que los usuarios virtuales relacionan el e-commerce con la "inmediatez", por lo cual hay que lograr implementar despachos en 1 día, y ofrecer servicios express de entrega en 2 o 3 horas".

De esta forma, agregó Miranda, "cuando las empresas logran implementar este servicio, igualan la capacidad del usuario de conseguir el producto en ese lapso de tiempo en el mundo físico, no virtual. Con esto, el e-commerce logra ganarse una parte del mer-

cado, que hoy en día prefiere la rapidez a la comodidad de la compra virtual. Sin lugar a dudas, la logística, tiene un rol fundamental en este punto”.

LOGÍSTICA PARA EL E-COMMERCE

Es claro que, tanto el comercio virtual como el ‘físico’ comparten la misma premisa en torno a los procesos logísticos, estimados como un modelo integrado que coordina todos los procesos relacionados con la manipulación, almacenamiento, preparación y entrega del producto que se comercializa. No obstante, según Mario Miranda en el comercio ‘virtual’ “la logística es, sin lugar a dudas, uno de los puntos más relevantes de la cadena de servicio, debido a que estamos hablando –justamente- de compras virtuales, y este es el único punto de encuentro “físico” entre el cliente y la tienda online. Si este punto no mantiene la excelencia del servicio, puede transformar la compra virtual en una experiencia muy desagradable”, aseguró.

En esta línea, el estudio realizado por la CCS y el MTT destacó que “si falla el envío del producto al cliente toda la inversión, promoción y marketing habrán sido en vano, pues en el mundo online la venta se cierra con la entrega del producto al cliente final”. De esta forma, aun habiendo realizado el pago, los clientes quedan con una sensación de inseguridad que sólo desaparece si las empresas son eficaces en el cumplimiento de sus promesas de servicio y puntuales en los plazos de entrega.

Igualmente, el incumplimiento de los plazos de entrega puede gatillar eventos mucho más dañinos que la simple pérdida de una venta; nos referimos a que el cliente genere una percepción negativa de ‘la marca’ y del comercio virtual en general, extrapolando su descontento de forma masiva mediante las -cada vez más influyentes- redes sociales. Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior, ¿cómo las tiendas virtuales pueden mitigar el impacto de las redes sociales tras un conflicto de estas características? Sobre este punto, Miranda explicó que la clave está en entregar

“Si falla el envío del producto al cliente toda la inversión, promoción y marketing habrán sido en vano, pues en el mundo online la venta se cierra con la entrega del producto al cliente final”.

soluciones inmediatas a los clientes “acción que calma, en muchos casos, la ansiedad y evita maximizar problemas de servicio”. De lo anterior, se deduce que el objetivo de la logística en el e-commerce es acercar al vendedor con el comprador, relación que tiene como rasgo característico la externalización de los servicios de despacho. De ahí que la positiva integración de los operadores logísticos (con las empresas de e-commerce) sea un elemento fundamental para el éxito de este tipo de negocios.

A este respecto, Miranda explicó que “la externalización de los despachos es igual de importante que la ‘coordinación logística’ que es un punto más complicado de externalizar y que se refiere a poder entregar en tiempo y forma los pedidos para que sean distribuidos por el tercero según la promesa de servicio”.

Este punto tiene relación con el proceso interno de la empresa, desde la concreción del pedido hasta la entrega del mismo al partner logístico. “Si este proceso no está a la altura de las circunstancias, poco podrá hacer el tercero para cumplir con el cliente. Hay que realizar un esfuerzo para poder lograr el éxito en esta materia, y en muchos casos, se hace internalizando el canal web, como un canal más de la empresa, y no como un proceso paralelo. Solo algunas operaciones más importantes (ej. grandes cadenas de retail) han solucionado este tema, implementando operaciones paralelas”, explicó.

Con todo, es primordial que las empresas dedicadas al comercio virtual consideren ciertos estándares en torno a la externalización de los despachos, poniendo especial cuidado en las condiciones y nivel de servicio de los operadores. A este respecto Covarrubias destacó la importancia de que éstos cuenten con “certificaciones de calidad (ISO-9001, por ejemplo) que aseguran el cumplimiento de lo que está vendiendo la tienda virtual y

el estado del envío”.

Además, el ejecutivo de Chilexpress destacó que “también es importante la coordinación entre el operador y la tienda virtual en otros aspectos como: procesos de devoluciones y garantías, y recepción de piezas para servicio técnico”, es decir, servicios de postventa.

Respecto a lo anterior, Miranda señaló que “ante una eventual contingencia, el mundo “virtual” debe ser igual o más efectivo que el mundo ‘físico’. Aquí se enmarcan los servicios de post venta, devoluciones o políticas de garantía. Si el usuario se decide por una compra virtual, porque estaba de acuerdo con los tiempos de despacho y la comodidad de no moverse a la tienda física, es normal esperar que el mismo usuario quiera las mismas condiciones ante las contingencias mencionadas. Esto está relacionado directamente con un tema de costos, que no todas las empresas están dispuestas a afrontar, pero que seguramente marca una diferencia en el mercado que muchos clientes podrán

INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA

valorar”, explicó.

En tanto, para lograr la celeridad necesaria y mantener informado al cliente final del estado de su pedido, es muy importante que los operadores logísticos cuenten con la tecnología necesaria. En esta línea, Covarrubias señaló que “por nuestra parte hemos desarrollando múltiples iniciativas que apuntan a diversos formatos de e-commerce, desde proveer despacho a nivel nacional para las grandes empresas del retail hasta entregar soluciones completas a pymes o empresas grandes, pero incipientes en términos de su presencia on-line. 1



Artículo completo
escaneando el QR desde tu
Smartphone o Tablet.

LOS SIETE PECADOS CAPITALES DE LA LOGÍSTICA

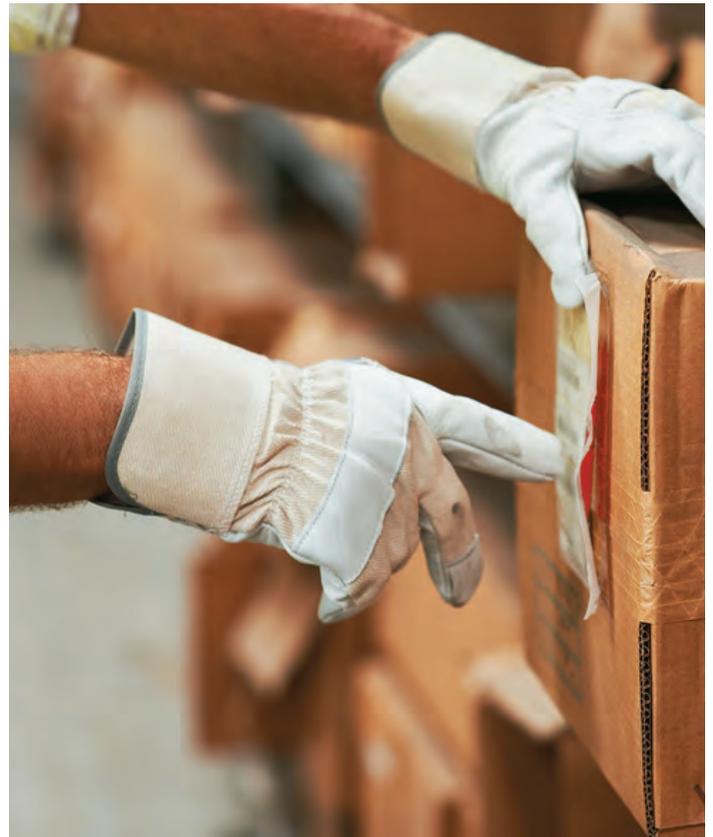
Si bien la comunicación y planificación parecen ser las claves de una operación logística exitosa, las dificultades propias de esta actividad han llevado a algunas compañías a cometer errores que para algunos se han transformado en verdaderos pecados.

La comunicación parece ser la piedra angular del éxito empresarial, sin embargo, en ocasiones este elemento -que parece sencillo a primera vista- se ha transformado en la piedra que lapida muchas operaciones. En tanto, la mala comprensión de este concepto ha derivado en insalvables problemas operacionales en las compañías, siendo la escasa o errónea comunicación entre los departamentos o áreas productivas la raíz de los errores logísticos.

Otro elemento primordial en el éxito comercial es la planificación. Conocer las características del proceso, sus cualidades y sus defectos; sus fortalezas y debilidades ayuda a que los distintos actores estén preparados para

entregar una respuesta efectiva ante una situación inesperada.

A pesar de los esfuerzos realizados por las compañías, la comunicación y la planificación, al parecer, no son suficientes para contrarrestar las dificultades de un proceso logístico errático. Y es que la ocurrencia de errores en las operaciones parece estar en el ADN de algunas empresas, olvidando así la eficiencia, concepto que a todas luces es primordial para la industria logística en general. Como es sabido, tener las mercancías adecuadas en los sitios justos y en el momento adecuado no es tarea fácil y es ahí donde la logística ha adquirido importancia, entregando características que pueden hacer que una empresa sea más competitiva, en torno a calidad y precio.



ERRORES Y COSTOS

Los malos manejos de los productos generan pérdidas y es por eso que las buenas prácticas y la eliminación de los errores es el camino lógico para las empresas que buscan su crecimiento y posicionamiento. Ahora bien, con la finalidad de conocer algunos de los errores más comunes en las distintas operaciones, Revista Logistec realizó una pregunta abierta a sus lectores, ¿Cuál es el error más frecuente en las operaciones logísticas? Las respuestas de la encuesta, en tanto, fueron analizadas y agrupadas en siete actitudes y comportamientos que arrojan o pueden arrojar errores al proceso logístico. Hablamos de siete pecados capitales que pueden llevar a su compañía al purgatorio.

1.- LA VISIÓN INDIVIDUAL.

Una de las características propias y que constituye una de las cualidades de los procesos logísticos es la cadena de acciones que lo componen. Sin embargo, hay empresas que rompen esta cadena, no abren su visión y no incorporan a las otras áreas de la compañía en la planificación y delineamientos de la operación.

Esta visión reduccionista genera errores, ya que no permite tener una visión global de los procesos y los departamentos actúan por sí solos, afectando a la cadena y generando un feudo dentro de la industria, donde las operaciones son determinadas por elementos específicos, dejando muchas veces de lado el objetivo final. La logística es mucho más que un departamento de transporte, que un departamen-

"Más seguridad y servicios para mi empresa"

BSF CENTRO LA FARFANA
BODEGAS SAN FRANCISCO

▶ www.bsf.cl

Con más de 1.200.000 m² construidos en Chile y Perú, BSF ofrece máxima flexibilidad y la más amplia gama de servicios complementarios al arriendo, convirtiéndose en un socio estratégico para sus clientes.



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



BSF BODEGAS
M.R. SAN FRANCISCO

Desarrollando Espacios de Confianza

Chile: Antofagasta | Santiago (6 Centros) | Chillán | Temuco | Puerto Montt

Perú: Lima (2 Centros)

to de almacenamiento. Algunos parecen pensar que logística es lo que hace la gente de bodega y, de esta forma, se cierran a los múltiples beneficios que entrega la gestión de un proceso integrado de principio a fin. El proceso logístico es una cadena de acontecimientos que comienza con las decisiones sobre abastecimiento y termina con un cliente satisfecho.

2.- ¡¡¡REDUCIR, REDUCIR, REDUCIR!!!

Año a año, durante los balances de las empresas las reducciones de costos son aplaudidas y presentadas con orgullos por los ejecutivos de los distintos departamentos. No obstante, muchas veces esos ahorros afectan el desempeño, la producción y la operación de la compañía. En materia logística, hay quienes piensan que esta área es un mero problema de costos y todo se enfoca en reducirlo, sin pensar que estas reducciones pueden afectar finalmente la efectividad del proceso logístico. Por ejemplo, por parte de los proveedores de servicios logísticos la principal falencia es el tema costo-calidad que ofrecen, ya que muchas veces por ganar un contrato disminuyen sus costos al mínimo, teniendo como consecuencia un pobre y mal servicio. Finalmente, esta mentalidad reduccionista, extrema muchas veces, imposibilita a las mismas compañías a cumplir las metas.

3.- OBNUBILACIÓN TECNOLÓGICA.

Este es uno de los errores más comunes en las empresas hoy en día. El boom tecnológico y la accesibilidad que existe en el mercado ha dichas tecnologías, constituyen una atracción para las empresas, quienes ven en ellas la posibilidad de mejorar ciertos procesos. Sin embargo, el error se genera al creer que todos los problemas logísticos se pueden resolver con una nueva aplicación, equipo o software. Muchos creen que invertir importantes cantidades de dinero en nuevas aplicaciones garantizará una mejora u optimización de los procesos; sin embargo, muchas veces esas herramientas no hacen más que visualizar los reales problemas logísticos, los cuales no están en las formas de llevar a cabo las operaciones sino en el fondo de ellas, generando así grandes pérdidas para las compañías, ya que las inversiones no en-

tregan lo esperado. En logística se debe tener en cuenta que las herramientas, equipamiento, software y aplicaciones tecnológicas, cualquiera que sea, es un medio para llevar a cabo las tareas y no una finalidad por sí sola.

4.- CONTROL DE INVENTARIO. El inventario es sin lugar a dudas el principal componente de todo proceso logísticas, desde éste punto comienza toda la cadena. Es así como contar con un inventario exento de errores sería la principal herramienta para disminuir eventuales dificultades en las operaciones logísticas posteriores.

Sin embargo, los inventarios son la principal fuente de errores, debido a la inexactitud de sus datos. Un error en la gestión de inventarios puede arrojar problemas como: pérdidas de venta, roturas, incumplimiento de pedidos, baja productividad, aumento en los costos, entregas tardías, etc.

5.- NO DECIR LA VERDAD AL CLIENTE.

La mirada comercial, si bien importante en una empresa, no puede transformarse en la visión principal al momento de relacionarse con los potenciales clientes. Muchas veces la ambición empresarial hace cometer errores que, a la postre, significan un daño enorme a la imagen de la compañía, principalmente por la falta de cumplimiento en las operaciones, tiempos y calidad, según lo estipulado en el contrato. Por otra parte, ocultar o tergiversar las situaciones, ya sean positivas o negativas, en cuanto a las operaciones realizadas o los cambios generados a los clientes es perjudicial para mantener una relación fluida y efectiva con sus "socios".

6.- COSTOS DE TRANSPORTE. Dentro de una buena planificación, conocer los reales alcances que tiene el ítem transporte en las operaciones logísticas es fundamental, ya sea por un tema de costos o por un tema de tiempos. Dentro de los errores más frecuentes en este sentido están: el desconocimiento de los reales alcances que tiene el transporte, no conocer en profundidad el tipo de carga, el volumen, el medio de transporte, las capacidades del medio y de la empresa escogida. Un error en este sentido lleva a las empresas a planificar equivocadamente,

7.- FALTA DE PLANIFICACIÓN. Sin duda, este es uno de los errores más graves, pues atenta con una de las ideas primordiales de la Logística. Planificar permite a las empresas tomar decisiones conscientes y bajo parámetros establecidos que permiten llevar a cabo, con efectividad, las operaciones marcadas por una seguidilla de decisiones y acciones. Además la planificación permite a las compañías contar con un plan B y quizás también un plan C que garantice el servicio correcto a sus clientes, pues no planificar sería subestimar las operaciones logísticas.

Con todo, efectividad es una palabra que cobra muchísimo valor en el ámbito logístico, donde un error puede costar desde una importante suma de dinero hasta el prestigio de una compañía, por lo cual todos – con mayor o menor efectividad- trabajan para disminuir la ocurrencia de errores y seguir así en la senda del crecimiento de este sector.

CLAVES PARA LA SOLUCIÓN

Una vez conocidos los errores más frecuentes, la tarea está en saber cómo evitarlos y en este sentido, la planificación, la comunicación, el conocimiento y las tecnologías parecen ser las claves para lograr una mejor operación. En cuanto a la planificación, conocer los objetivos, los tiempos y los flujos son fundamentales para así poder diseñar efectivamente la operación logística y poder contar con un plan B y uno C, por si algo falla.

La tecnología, a su vez, entrega herramientas que aplicadas e incorporadas correctamente a los procesos pueden significar una mejora en la operación al facilitar determinadas tareas, mejorando tiempos, costos y operaciones.

Por tanto, es claro que solo aquellas empresas que miren la venta online seriamente, como plan estratégico de la misma y estén dispuestas a invertir en servicio, podrán posicionarse con éxito dentro de este mercado. **1**

ESPECIALISTAS EN EL ARRIENDO DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y BODEGAS DE CLASE MUNDIAL



Bodenor Flexcenter Parque Logístico, ICONO de la infraestructura logística de la Región Metropolitana.

Lo invitamos a conocer nuestra 3era etapa en construcción en:



- Ubicación Privilegiada
- Conexión Total
- Calidad Constructiva
- Habilitación de Oficinas
- Casino / Cafetería
- Seguridad 24 horas
- Areas Verdes
- Espacio para crecer
- El mejor espacio Urbano



 2 370 1090

contacto@bodenorflexcenter.cl

TERCERIZACIÓN: EN CAMINO A SER SOCIOS ESTRATEGICOS

¿Cómo un Operador Logístico llega a convertirse en un socio estratégico? ¿Existen parámetros fehacientes que se puedan aplicar a esta definición o cualquier Operador Logístico puede ser un potencial socio? Estas y otras interrogantes prevalecen en el actual mercado de la tercerización y hoy nos enfocaremos a dilucidar dichas incógnitas.

La externalización de los procesos logísticos es, hoy en día una tendencia en alza. No obstante, el nivel de compromiso entre la empresa (cliente) y el Operador Logístico puede variar entre una contratación puntual para el desarrollo de procesos o proyectos específicos a corto plazo y una alianza estratégica, en la que se debe proceder a una cuidadosa selección y un acuerdo de condiciones en función de ciertos parámetros de cumplimiento de servicio (Key performance indicators o KPI).

Es justamente esta última configuración de servicio la que intentaremos desentrañar, y aun-que sabemos que se ha dicho y escrito muchos sobre el tema, lo

cierto es que aún hoy subsisten interrogantes y cierta confusión respecto de aquello que podemos y debemos esperar de dichas alianzas estratégicas.

En esta lógica, lo primero que debemos establecer es que la externalización o subcontratación logística (outsourcing) es un factor clave de competitividad de las compañías actuales. Es un hecho que en los actuales mercados, las empresas no pueden participar en forma individual, ya que la competencia se realiza entre cadenas comerciales y logísticas globales, de ahí la importancia de los Operadores (también llamados integradores de servicios logísticos) como socios estratégicos. Pero ¿Cómo un Operador Logístico llega a convertirse en un socio estratégico?

¿Existen parámetros fehacientes que se puedan aplicar a esta definición o cualquier Operador Logístico puede ser un potencial socio?.

Bueno, lo cierto es que no cualquier operador puede ser un socio estratégico y no todas las relaciones de tercerización tienen hacia este tipo de alianzas, explicó Luis Eraña, Presidente de Tecnología y Servicios Logísticos de DHL Supply Chain para Américas. "Lo primero que debemos entender en torno a los Operadores Logísticos como socios estratégicos es que dicho término sólo es aplicable para relaciones de largo plazo (iguales o superiores a 5 años), ya que tanto el cliente como el operador requieren periodos más amplios para conocerse e interiorizarse de

aquellos aspectos que definen su línea de negocio. Claramente, las compañías pueden tercerizar ciertos procesos de su cadena logística en plazos reducidos de uno a tres años, e incluso de meses, pero la relación estratégica no puede configurarse en dichos plazos, ya que implica poner al frente altas inversiones y depreciarlas en la línea del tiempo" explicó.

Lo segundo a considerar es que para alcanzar el nivel de partner estratégico es imprescindible contar con una infraestructura adecuada, una alta capacidad tecnológica y la personalidad para poder establecer una relación eficiente con nuestros clientes, tanto en lo comercial como en lo operativo, detalló Eraña. En tanto, según Agustín Croche,



Luis Eraña
Presidente de Tecnología
y Servicios Logísticos DHL
Supply Chain para Américas

Agustín Croche
Country Manager
DHL Supply Chain

Roberto Castro
Gerente de Transporte y
Distribución Regional de
Construmart

“Lo primero que debemos entender en torno a los Operadores Logísticos como socios estratégicos es que dicho término sólo es aplicable para relaciones de largo plazo, ya que tanto el cliente como el operador requieren periodos más amplios para conocerse e interiorizarse de aquellos aspectos que definen su línea de negocio”.

Country Manager DHL Supply Chain Chile, este último rasgo (personalidad) es determinante para una relación exitosa y se refiere a aquellas habilidades y competencias que el Operador Logístico posea en torno a los procesos logísticos que deberá desempeñar, “porque todos sabemos que la logística implica ejecutar, hacer que las cosas sucedan”, explicó.

Por su parte, Eraña agregó que “para convertirse en un partner estratégico es vital entender la visión de negocio de nuestros clientes, saber a qué apuntan, cuáles son sus expectativas de crecimiento en el mercado; si lo que desean es una mayor penetración en

el mercado o llegar más rápido a sus clientes finales, en fin, cuales son los puntos que quieren atacar y cómo nosotros podemos empalmar nuestra experiencia como compañía y apalancarnos con sus requerimientos”. Para complementar este primer diagnóstico, Roberto Castro, Gerente de Transporte y Distribución Regional de Construmart señaló que entregar valor agregado es otra de las claves en la relación, 3PL/Cliente como socios estratégicos. “La supply chain es una cadena de valor end to end, desde el proveedor del cliente hasta el cliente final de mi cliente. Por ello, debe existir información, coordinación y planificación entre ambos. Debe existir una visión de largo plazo, pla-

nificando el crecimiento, las temporadas y/o promociones. Deben existir incentivos para innovar, adquiriendo nuevas tecnologías. En esta línea, es fundamental generar contratos que busquen mejoras de parámetros relativos y nunca absolutos para que los incentivos estén alineados con la organización”.

COMUNICACIÓN EFICIENTE: FACTOR CLAVE

En junio de 2012, Miebach Consulting presentó a la opinión pública los resultados de un estudio sobre 3PL, basado en la experiencia del mercado mexicano y del Caribe. Entre los puntos más destacados de dicho estudio se encontraba la percepción que cada actor (cliente/Operador Logístico) tenía respecto de aquellos aspectos que fortalecían la relación estratégica entre ambos. En esta línea, el estudio señaló que “mientras para el usuario o cliente la fórmula del éxi-



SERVICIO DE ARRIENDO DE GRUAS HORQUILLA

LIFTservice
ENTREGAMOS SOLUCIONES
DIAY NOCHE
A SUS NECESIDADES



13 AÑOS DE EXPERIENCIA EN GRÚAS HORQUILLA A COMBUSTIÓN Y ELÉCTRICAS

Servicio Técnico Especializado y Permanente | Arriendo de 1.8 t. hasta 20 t.

Oficina y Taller: Benedicto XV 183, Estación Central. - Teléfono: (56-2) 7645000 (56-2) 7784992

ventas@liftservice.cl - www.liftservice.cl



to es un equilibrio entre precio competitivo, flexibilidad, comunicación y calidad; para los Operadores Logísticos el mayor peso de la fórmula está en la comunicación (franqueza y transparencia).

Explicando dicho indicador, Croche señaló que en el contexto latinoamericano, tanto los clientes como los Operadores Logísticos deben trabajar en el estudio de los conceptos básicos asociados a los servicios de tercerización para alcanzar una exitosa relación estratégica.

“Hoy nos encontramos con que muchos ejecutivos desconocen aspectos claves de esta relación. También sucede que si durante la génesis del contrato no quedan claros los pormenores del servicio, cuando empiezas la operación se produce el caos. Es ahí cuando el cliente esgrime que ‘el servicio no es lo que esperaba o pretendía’. A este respecto, el ejecutivo de DHL señaló que “el 85% de los casos de ruptura ocurren por esta situación, mientras que en sólo el 15% de los casos la cancelación de los contratos se debe a incumplimiento de los acuerdos o servicios”. Por ello, una comunicación efectiva es clave, recalcó Croche, señalando que “una alianza estratégica bien cimentada no se rompe”.

A este respecto, Roberto Castro coincidió en que las falsas expectativas que ambos (operador y cliente) han fijado en dicha externalización, es efectivamente la principal razón de ruptura. No obstante, destacó que esta situación es una responsabilidad compartida. En esta línea, la franqueza es un valor primordial. “Por lo general el operador cotiza por debajo de sus costos reales, no se consideran imprevistos, urgencias ni ineficiencias propias de la operación. Principalmente por 2 razones: el cliente no entrega toda la información al momento de cotizar o licitar. Por otro lado, el operador considera generar muchas sinergias operativas, y, en la realidad no todas se dan.

También es frecuente que operadores ofrezcan tarifas por debajo de la competencia, con tal de ganarse la cuenta. Luego comienzan los problemas, ya que el cliente sólo le interesa bajar sus costos, el operador no

“Por lo general el operador cotiza por debajo de sus costos reales, no se consideran imprevistos, urgencias ni ineficiencias propias de la operación. Principalmente por 2 razones: el cliente no entrega toda la información al momento de cotizar o licitar. Por otro lado, el operador considera generar muchas sinergias operativas, y, en la realidad no todas se dan. .

puede seguir soportando la operación con pérdidas y la relación se rompe”, ejemplificó Castro.

Ahora bien, considerando los otros aspectos destacados en el estudio –Flexibilidad y precio competitivo- Eraña señaló que la flexibilidad, en ocasiones se entiende como la posibilidad de cambiar las reglas del juego abruptamente, sin embargo, todo cambio de reglas implica un costo adicional al pacto. En este sentido, Agustín Croche agregó que para mantener una relación estratégica saludable “es primordial tener claro las reglas de oro que van a regirla. Esto no implica que los Operadores Logísticos no puedan satisfacer necesidades urgentes e imprevistas de sus clientes, al contrario”.

Entonces, como se entendería la flexibilidad por parte de los Operadores Logísticos? Según Eraña “ser flexible implica estar al tanto de los cambios y nuevas necesidades de nuestros clientes, proponer nuevas estrategias y efectuar cambios, conforme evoluciona el negocio. Esa es la flexibilidad que se necesita”.

Por su parte, Castro recalcó que “falta una mirada hacia el operador logístico como un socio estratégico que entrega valor al cliente, no sólo bajando costos, sino que mejorando el servicio, siendo un apalancador del crecimiento y aumento de sus ventas”, en este

sentido –agregó el ejecutivo de Construmart- “creo que el mercado de 3PL en Chile aún es muy inmaduro”.

VISIÓN NACIONAL

Dando una mirada a la realidad chilena en torno las relaciones de alianzas estratégicas en la tercerización de procesos logísticos, Castro explicó que Chile es un país muy complejo desde el punto de vista logístico. Las sinergias que se pueden lograr son pocas, especialmente por la geografía y concentración del país. “Chile es un “manguera” que recorre más 2.000 km de Arica a Punta Arenas; todos los proveedores se concentran en Santiago; no tenemos retornos (backhaul); todo el transporte se realiza –principalmente- por carretera (no tenemos trenes ni cabotaje), llegando a representar el 50% de los costos logísticos, con un petróleo que sube todas las semanas.

El otro 50% de los costos, en tanto, se refiere a operaciones logísticas, tales como, el almacenaje, las operaciones internas y dotaciones; donde tenemos una importante brecha en productividad del personal, implementación de tecnología de punta, reposición asistida, etc.”

Por lo anterior, consideró Castro, el Operador Logístico como socio estratégico debe considerar las problemáticas expuestas, “implementando mejores prácticas, tecnología y servicios anexos”. Por otra parte, el cliente debe aportar a la relación “realizando contratos dinámicos, en base a información real y proyecciones, buscando eficiencias en conjunto. A su vez, no debe trasladar las ineficiencias al operador, tales como variabilidad de la carga de trabajo, obsolescencias, costos de inventarios, variaciones del precio del petróleo, IPC, etc.”, puntualizó.

Poniendo especial atención en los puntos precedentes, las alianzas estratégicas entre los 3PL y sus clientes se incrementarán en el tiempo. En este contexto, se debe tener una mirada más estratégica. Basada en indicadores que permitan el crecimiento, tanto de cliente, como del operador. **■**

Soluciones logísticas especializadas con la experiencia de un líder

Grupo Empresas



Carga General
ISO 9001



Área Salud



Consultoría



Frío & Congelados



Av. Américo Vespucio 1851, Renca, Santiago - Chile - (56 2) 2413 4000 - info@loginsa.com

www.loginsa.com

EXPORTACIÓN DE PERECIBLES: CUANDO LAS TECNOLOGÍAS PARA LA CADENA DE FRÍO COBRAN VALOR



Si nos damos la tarea de analizar las innovaciones tecnológicas y operacionales en la logística de la exportación, es imprescindible apuntar nuestra mirada hacia aquellos mercados en los que nuestro país tiene una presencia relevante.

Sí, Chile es por esencia un país exportador, siendo los productos del sector minero y alimenticio los de mayor penetración en mercados extranjeros. No obstante, el rubro de los alimentos es el que ha concentrado los mayores desafíos en materia de trazabilidad e inocuidad, dado que los mercados internacionales se han puesto cada vez más exigentes en estas materias. Ejemplo de ello es la ley anti bioterrorismo, promulgada en Estados Unidos (2005) o el reglamento N° 178 de la Comunidad Europea que impusieron exigencias obligatorias en trazabilidad a las exportaciones, obligando a nuestra industria a ampliar los estándares de seguridad de los productores percederos.

Ahora bien, para efectos de la exportación entenderemos como trazabilidad al conjunto

de procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un producto o lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de unas herramientas determinadas. En esta dinámica, la trazabilidad de los productos alimenticios para la exportación se ve representada en un ámbito particular: la cadena de frío, cuyo eficiente desempeño se ha vuelto un pasaporte obligado para que nuestros productos entren a los mercados internacionales y a sus consumidores finales.

ENFOQUE ACTUAL EN LA CADENA DE FRÍO

Al mismo tiempo que las exportaciones de productos crecen, lo hace la industria de ser-

vicios y de equipamientos que inciden en la cadena logística de frío. En esta línea, dado que los mercados internacionales exigen altos estándares en materia de refrigeración y cadena de frío, los exportadores constantemente están evaluando cómo mejorar la presentación de sus envíos, reducir pérdidas e incrementar los índices de satisfacción del cliente, transformado con ello, a la cadena de frío en una pieza crucial para el éxito de su negocio.

En esta materia, Carlos Adones, Gerente General de Cranesix explicó que actualmente los exportadores hacen hincapié en la mejora integral de su cadena de frío, siendo la disponibilidad de información en tiempo real el factor clave. “Las mejoras tecnológicas para la cadena de frío actualmente apuntan al flujo constante de información en tiempo real, capaz de estar disponibles mediante diferentes dispositivos. Si evaluamos, por ejemplo, el transporte de mercancías en camiones refrigerados –desde la planta a los puertos– es imprescindible contar con equipamientos que le entreguen al chofer información detallada de lo que ocurre con la carga al interior del camión. Consecuentemente, dichos dispositivos deben ser capaces de enviar los datos, vía GPRS, a los servidores del cliente para una trazabilidad completa”.

Ante este panorama, es importante que los exportadores cuenten con software robustos que permitan transmitir la información en línea. “Sabemos que hoy en día la gestión pasa por tener información en tiempo real, de lo contrario no nos sirve”, enfatizó.

Siempre en relación a la gestión de la cadena de frío para la exportación, el Gerente de Cranesix destacó un tema colateral pero no por eso menos relevante, se trata de la profesionalización de los operarios, quienes –según su punto de vista– “deben estar capacitados en el manejo de las tecnologías de cadena de frío actuales. Hoy en día se necesitan operadores expertos, que puedan interpretar y evaluar los datos, para poder estar atentos a las contingencias.

En torno a la implementación de equipos de monitoreo de temperaturas para la expor-

tación de perecibles, Adones destacó que el mercado actual dispone de una amplia gama, “desde el típico termógrafo hasta etiquetas con tecnología RFID”. No obstante, señaló que el valor real de estas tecnologías se encuentra en su integración con otros sistemas. “es importante que los exportadores vean el uso de estas tecnologías y dispositivos como un todo y no como entes separados. No sirve de nada incorporar tecnologías de refrigeración o de monitoreo si estas no interactúan entre sí”.

Esta situación no sólo incrementa las posibilidades de éxito en el transporte de los productos sino también incide en los costos operacionales. En este sentido, un factor primordial en los procesos de exportación es la contratación de seguros. “Cuando se tiene un cadena de frío robusta, con sistemas tecnologizados que permiten que el transporte de perecibles no sea sensible a fallas, obviamente las compañías aseguradoras bajarán sus primas de contratación, ya que incluye

elementos de seguridad que te garantizan (hasta cierto punto) que no se interrumpirá la cadena de frío”, comentó el ejecutivo.

MANTENIENDO LA TEMPERATURA

Dada la variedad de productos cuya comercialización requiere de una cadena de frío, actualmente existe una gama de tecnologías orientadas a mantener sus temperaturas, de acuerdo con sus necesidades de conservación. En esta línea, destacan los sistemas refrigerantes utilizados en las etapas previas o posteriores a su traslado.

En el caso del transporte refrigerado, propiamente tal, las tecnologías más utilizadas en la cadena de frío son 4:

■ **PAQUETES DE GEL.** Los cuales contienen sustancias químicas que cambian de estado sólido a líquido y viceversa. Depen-

diendo de los requerimientos de transporte, pueden comenzar con diferentes estados de congelación y a lo largo del proceso de transporte se derriten y se convierten en líquidos; al mismo tiempo, capturan la energía que se escapa y mantienen la temperatura interna de los productos transportados.

■ **PLACAS EUTÉCTICAS.** Que usan un principio similar al de los paquetes de gel; no obstante, éstas contienen agua con algún tipo de sales (incluso sal común), por lo que el agua se congela a temperaturas inferiores a cero y su duración es mayor a la del hielo común.

■ **BIÓXIDO DE CARBONO CONGELADO.** Mejor conocido como hielo seco, el cual se encuentra a temperaturas de -80°C y puede mantener un embarque congelado por un largo periodo de tiempo.

Se utiliza sobre todo para productos farmacéuticos y alimentos. Una cualidad del hielo



arriendo
de
y
equipos
maquinaria

En SKC Rental estamos comprometidos con la entrega de un servicio de excelencia. Por eso, brindamos a través de nuestro gran equipo humano, toda la asesoría que nuestros clientes necesitan. Y porque seguimos reforzando nuestro compromiso con el bienestar de las personas y el medioambiente, renovamos, con más fuerza que nunca, nuestro programa “Un Contrato, un árbol”.

Súmame a esta iniciativa y comprueba que en **SKC Rental, más que máquinas, somos personas.**

LA BASE DE NUESTRO
SERVICIO
SON NUESTRAS
PERSONAS

www.skcrental.com

seco es que no se derrite, por lo que no produce líquidos que dañen el producto transportado.

■ **CONTENEDORES REFRIGERADOS.**

Hablamos de contenedores estándar o camiones equipados para tal fin. Estos contenedores cumplen, además, los estándares de un sistema de conservación de calor o frío y termostato. Estos equipos deben estar conectados, tanto en el buque como en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo.

En torno a la conservación de los productos, el embalaje resulta determinante, por ello es importante hacer un alto en este ítem. En esta línea, Oscar Merino, Gerente General de Cold Chain Chile, empresa especialista en el desarrollo de los sistemas de embalajes para asegurar el mantenimiento de la Cadena de Frío, explicó que hoy en día el mercado ofrece múltiples soluciones de embalaje, atendiendo las necesidades concretas, desde el punto de vista de los requerimientos tér-

"Hoy en día el mercado ofrece múltiples soluciones de embalaje, atendiendo las necesidades concretas, desde el punto de vista de los requerimientos térmicos de su producto y de la funcionalidad general del embalaje. No obstante, explicó que es "esencial que las personas que manipulen el embalaje estén capacitadas y entiendan cuáles son sus límites de configuración".

micos de su producto y de la funcionalidad general del embalaje. No obstante, explicó que es "esencial que las personas que manipulen el embalaje estén capacitadas y entiendan cuáles son sus límites de configuración." En esta línea, Merino explicó que para obtener resultados exitosos en la implemen-



tación de este tipo de embalajes es importante conocer "las condiciones exactas del ciclo logístico al que se verá expuesto el producto, y de cuál es el rango de temperaturas ideal para su conservación óptima". A partir de estos datos, se puede configurar una solución ideal y 100% adaptada a su producto. Consecuentemente, el ejecutivo destacó que es "imprescindible que este tipo de embalajes sean probados y validados". "Gracias a nuestra experiencia, podemos asesorar a nuestros clientes en función de sus necesidades, para hacer que el proceso logístico con nuestros embalajes, les resulte más cómodo y efectivo", explicó.

Ahora bien, en torno al ítem embalaje, destacan las siguientes líneas de productos:

■ **QUILTS (FRAZADAS TÉRMICAS).**

Piezas aislantes de fibras que se colocan sobre la carga o alrededor de ella, las cuales amortiguan las variaciones de temperatura y la mantienen constantes. Este método es conveniente en trayectos cortos o para condiciones climáticas que permitan conservar una variación mínima de temperatura. En este ítem, destacó Merino, las fundas para Palet Americano/Europeo, que eliminan la necesidad de camiones refrigerados y mantiene la temperatura entre -15°C y -20°C.

■ **EMBALAJES ISOTÉRMICOS DE POLIURETANO.**

La aplicación principal de este embalaje es el transporte de productos que requieran el mantenimiento de una temperatura controlada, ya sea de forma independiente o con el uso combinado de acumuladores u otros elementos refrigerantes adicionales, tanto para transporte congelado como refrigerado, de hasta 120 horas de duración. La baja conductividad térmica del poliuretano hacen que este embalaje tenga una larga autonomía en comparación a otras soluciones.

Si bien la integración de las diferentes tecnologías expuestas brinda mayor eficiencia a la Cadena de frío, cabe destacar que ésta no está exenta de fallas y un error en ellas no sólo puede ser fatal para la preservación de los productos, sino también, puede acarrear grandes pérdidas económicas. El riesgo de estas fallas se incrementa con la distancia, ya que cuanto mayor es la separación física entre la producción y el punto de venta, es más probable que la carga se dañe en una de las operaciones logísticas y de transporte que comprende esta cadena. Por ello, la clave está en la visualización de los eventos de esta cadena, más allá de la implementación de una u otra tecnología. **1**



- En CHEP tenemos más de 60 años de experiencia manejando pallets y contenedores de la mejor calidad.
- El diseño único de nuestros pallets permite una mejor distribución del peso, mayor estabilidad en la estiba y seguridad en su manejo.
- Garantizamos valor agregado, eficiencia, ahorro en la cadena de suministro y control óptimo de inventarios.
- Cuidamos el medio ambiente, sólo utilizamos madera de bosques controlados y certificados.

Apóyese en nosotros.

LE QUITAMOS LA CARGA DE
encima

Tel. + 56 (2) 387 3400

www.chep.com

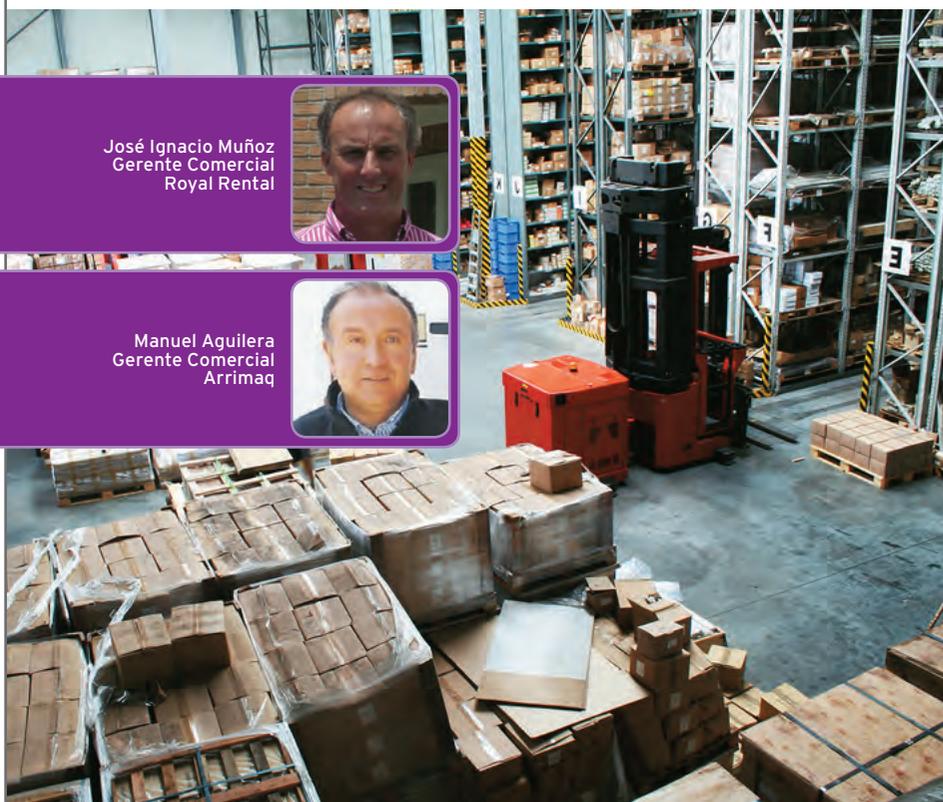
 **CHEP**[®]
EQUIPMENT POOLING SYSTEMS

GRÚAS: EQUIPOS QUE DAN MOVIMIENTO A TU CD O BODEGA

José Ignacio Muñoz
Gerente Comercial
Royal Rental



Manuel Aguilera
Gerente Comercial
Arrimaq



Imponentes Centros de Distribución (CD) son creados con fastuosidad y modernidad. Con asombro vemos su crecimiento, su amplia capacidad de almacenamiento y su constante búsqueda tecnológica, indicadores que, sin duda, se orientan a alcanzar los mayores estándares de competitividad en un mercado cada vez más complejo.

Si bien, cada compañía escoge su propio camino, existe un elemento que es común en todas las instalaciones logísticas: Las Grúas. Sea cual sea la premisa que mueva el crecimiento de la empresa, desde el punto de vista de su operación, este equipamiento está presente para entregar la movilidad necesaria y dar vida a estas grandes construcciones.

Si bien, lo vertiginoso del desarrollo tecnológico ha modificado decenas de operaciones logísticas, las grúas han sabido mantenerse en el tiempo, evolucionando para satisfacer las –cada vez más altas– expectativas de producción de los usuarios. Y es que, para nadie es un secreto que este tipo de maquinarias son un elemento vital para una efec-

tiva y correcta operación logística. Como se mencionó, la clave de su larga permanencia e importancia en el sector está dada por la adaptación que estos equipos han logrado ante las distintas demandas del sector, tanto a nivel de mejora operacional, como en materia de efectividad y eficiencia.

Ejemplo de lo anterior son las grúas modernas, las cuales generalmente cuentan con motores de combustión interna o sistemas de motor eléctrico e hidráulico y que proporcionan mayor eficiencia y robustez en las labores propias del CD. No obstante, aún podemos apreciar grúas manuales al interior de estos recintos, las que son utilizadas para trabajos menores, en donde es poco rentable disponer de energía. Para analizar el actual escenario de esta herramienta opera-

cional, Manuel Aguilera, Gerente Comercial de Arrimaq y José Ignacio Muñoz, Gerente Comercial de Royal Rental comentaron las que, a su juicio, son las razones del posicionamiento e importancia de estos equipos en las operaciones logísticas actuales.

UN ESLABÓN DE LA CADENA

Cuesta imaginar una operación sin grúas. Estas soluciones son esenciales en todo proceso, ya que son las que proporcionan el movimiento a las operaciones. Un buen equipamiento permite tener rapidez, fluidez y seguridad en los distintos procedimientos de la bodega. Por ello, escoger el equipo indicado es fundamental. Esta importancia es reconocida por la industria de equipos de movimientos de carga, quienes han realizado importantes innovaciones con la finalidad de mejorar su funcionamiento y su aporte a las operaciones logísticas.

A este respecto, el Gerente Comercial de Arrimaq, afirmó que los equipos de movimiento de carga son un eslabón de gran importancia dentro de la cadena logística, donde la idea fundamental es que “sean un aporte y no un problema en el trabajo logístico de las empresas” y para concretar este aporte, las principales marcas “están incorporando avances tecnológicos e innovaciones que claramente hacen la operación logística mucho más sencilla”.

A su vez, Muñoz recalcó que “nosotros somos parte de la cadena, por lo cual debemos estar inmersos en las mejoras y las exigencias de este nuevo escenario logístico. Hoy en día, las compañías requieren innovación permanente y las tendencias son la automatización que requiere una gran inversión y la manipulación de carga de alto tonelaje (hasta 25 Toneladas) con equipos eléctricos que sean amigables con el medio ambiente, característica que se está transformando en una necesidad operativa, sobre todo para aquellos equipos utilizados para la manipulación de carga en industrias como el Retail o la alimenticia. En esta línea, cabe destacar que este tipo de equipos conforman el



Soluciones de almacenaje

Racks selectivo

Racks sobre bases móviles Movirack®

Racks penetrable Drive-In

Racks dinámico

Sistema push-back

Sistema autoportante

Racks para picking

Picking dinámico

Entreplantas

Bodegas automáticas para pallets y cajas

Sistemas de transporte para pallets y cajas

Almacén vertical Clasimat®

Software de gestion de bodegas EasyWMS®



Y si su empresa vende productos industriales...

Incluya su empresa en

logismarket.cl

y reciba contactos comerciales de calidad que le ayuden a aumentar sus ventas.



MECALUX
logismarket

EL DIRECTORIO INDUSTRIAL

Un mundo de soluciones de almacenaje con la experiencia de un líder



www.mecalux.cl – comercial@mecalux.cl

Cerro San Luis, 9.971 - Bodega 23 - Quilicura Santiago
Fono (56-2) 8276000 - Fax (56-2) 8276010



90% del mercado actual". Ambos ejecutivos coincidieron en que muchas veces, al interior de la operación, el aporte que hacen estos equipos no es valorado. Para Aguilera, el mercado logístico y las grúas tienen "una relación de amor y odio, o de mal necesario. Todos necesitan estos equipos, pero ninguna empresa realmente valora todo lo que les aporta a su operación".



Por su parte, José Ignacio Muñoz aseguró que existen distintos tipos de clientes, en cuanto a la importancia que le dan a su equipamiento. "A veces hay clientes que toman decisiones erradas, lo que muchas veces se debe a que quieren hacer toda la operación con un solo equipo. Uno debe conocer muy bien a los clientes y su operación para otorgarles una solución a su medida y así generar una relación a largo plazo. Esa es nuestra tarea.

"Escoger el equipamiento adecuado reporta a los clientes una mejora en sus operaciones y en sus costos. En la medida en que maneje los costos, observarán un mayor crecimiento. La tarea de nosotros (como proveedores) es asesorar en el tipo y la cantidad de máquinas que requerirá para que así nos reconozcan como un socio estratégico en la toma de decisiones".

En tanto, para el ejecutivo de Arrimaq, la falta de valorización del mercado hacia estos equipos es una de las razones por las cuales la modalidad de arriendo de estas herramientas ha tomado cada vez más fuerza. "Las empresas no desean hacerse cargo de los equipos y prefieren dejar ese trabajo en manos de gente experta", expresó.

EQUIPO CORRECTO = OPERACIÓN EFICIENTE

Con la misma fuerza con la que ha crecido el mercado logístico ha crecido también el mercado de los equipos de movimiento de carga, lo que ha derivado en una amplia gama de alternativas disponibles, cada una con características distintas.

Soluciones para pasillos angostos, equipos para determinada altura, equipos para andenes de carga o soluciones eléctricas son sólo algunas de los puntos a considerar al momento de escoger. Es esta variedad la que hace primordial contar con la experiencia y conocimiento necesarios para elegir el equipo correcto, aquel que se transforme en un aporte a la operación logística de una determinada compañía. Para José Ignacio Muñoz, el equipo indicado depende de la operación, pero reconoció que –por lo general– hay tres tipos de máquinas utilizadas en bodegaje: La

traspaleta eléctrica, la grúa contrabalancada eléctrica y la grúa de apiladores de pasillo angosto.



"Las particularidades de cada equipo dependerán de la operación para la que sean requeridas. Sin embargo, la idea es siempre optimizar la rapidez y la productividad de ellos, respecto del costo marginal que tenga mover los productos. Yo puedo mover un pallet con una máquina de 10 mil dólares o con una de 15 mil dólares, pero claramente esto afectará al costo de movimiento de carga y almacenamiento, que es lo que cada compañía debe cuidar", comentó Muñoz.

Por su parte, el ejecutivo de Arrimaq recalcó que "escoger la grúa correcta es fundamental para que la operación fluya con normalidad y cumpla con lo exigido".

Frente a esta dinámica, el contar con una empresa de prestigio y calidad es importante, ya que otorga a los clientes una asesoría con el fin de escoger el mejor equipo para dar respuesta a sus necesidades ante la amplia gama existente.

"Escoger el equipamiento adecuado reporta a los clientes una mejora en sus operaciones y en sus costos. En la medida en que maneje los costos, observarán un mayor crecimiento. La tarea de nosotros (como proveedores) es asesorar en el tipo y la cantidad de máquinas que requerirá para que así nos reconozcan como un socio estratégico en la toma de decisiones", detalló José Ignacio Muñoz.



LOS DESAFÍOS DE UN MERCADO EN CRECIMIENTO

La aparición de nuevas marcas y modelos han llevado a que la elección del equipo sea una difícil decisión, al momento de diseñar la operación de la empresa. No obstante, para llevar a cabo esta elección de buen modo, Aguilera recomienda escoger "marcas con prestigio y respaldo a nivel mundial, que sean empresas con trayectoria en Chile para que no dejen a sus clientes sin servicio o repuestos".

Los movimientos propios de un mercado en crecimiento han llevado a la industria de equipamiento de movimientos de carga a configurarse como un sector competitivo, donde la especialización de los Centros de Distribución es cada vez mayor, por lo que poseer una amplia variedad de equipos a ofertar se hace muy importante.

Según el Gerente de Arrimaq "los clientes están más exigentes y dado la cantidad de empresas que existen en esta industria, debemos estar alertas, no bajar los brazos". A este respecto, Muñoz agregó que "uno debe competir en base a la confianza que entrega la marca. Hoy es un mercado competitivo y exigente, pero se puede crecer".

Es esta competitividad, la que obliga a las empresas a marcar la diferencia, en cuanto a sus equipamientos y en la calidad de servicio. Para eso, ambos ejecutivos coincidieron, en que las claves están en entregar una buena asesoría a las empresas en la elección del equipo, en la configuración de éste, en el servicio de post venta y en la buena comunicación con los clientes. "El trabajo de la logística y de nosotros, como prestadores de servicio, es asesorar efectivamente al cliente, independientemente de cual para mí pueda ser el mejor negocio. Debemos pensar en cuál es la mejor alternativa para ellos en costo-beneficio entre los distintos tipos de

máquinas", expresó el Gerente Comercial de Royal Rental. Paralelo al crecimiento y el desarrollo del mercado logístico en sus distintas áreas, la industria de equipamiento de movimiento de carga ha delineado importantes desafíos para satisfacer las distintas necesidades que vayan surgiendo en el crecimiento y especialización de las operaciones logísticas.

Para Aguilera el desafío de este mercado está en que "no se debe seguir en una guerra de precios que afecta la calidad del servicio y la imagen de la industria". Asimismo, el ejecutivo de Royal Rental añadió que, no cabe duda, que el mercado está creciendo y la tarea ahí está en "abastecerlo". "El 2012 el mercado creció en un índice cercano al 10%. Fue un buen año, de ciertas incertidumbres, pero somos un país capaz de crecer y hoy las empresas deben ser más productivas y eficientes y es ahí donde nuestras herramientas son primordiales", agregó Muñoz. **I**

¿QUÉ QUIERES SER CUÁNDO CREZCAS?

Te conectamos con tus metas

6 años Universidad acreditada



www.diplomadosusach.cl

Inscripciones abiertas
Clases: abril-noviembre
Alameda 3363 / Metro E. Central
Estacionamiento

Contacto
diplomados@usach.cl
diplomas@usach.cl
7180827 / 7180812

L Diplomados Área Logística
› Gestión Logística de Abastecimiento y Adquisiciones
› Gestión Logística de Producción y Distribución

G Diplomados Área Gestión
› Habilidades Gerenciales
› Administración de Negocios

M Diplomados Área Marketing
› Marketing Gerencial
› Product Management
› Dirección y Supervisión de Vendedores

DIPLOMADOS
2013

ADMINISTRACIÓN
FAE-USACH



PLATAFORMAS LOGÍSTICAS: UN PASO HACIA LA INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO DEL SECTOR

Fernando Carrasco
Gerente
Plataforma Logística



Julio Villalobos
Director Centro
Latinoamericano de
Innovación en Logística CLI
Chile - Unab



Dada la característica exportadora de Chile es indispensable generar condiciones de diversa índole que constituyan el escenario perfecto para el desarrollo adecuado del comercio internacional. En esta línea, la existencia de redes viales que conecten los polos de desarrollo más importantes del país y la infraestructura para la entrada y salida de productos desde y hacia el extranjero son fundamentales.

Innovación y Desarrollo han sido, sin duda, las claves principales del crecimiento del país y en este sentido, el sector de Logística y Transporte es visto como una industria con alto potencial de crecimiento en la generación de valor y también como una plataforma habilitadora para el desarrollo de los demás sectores de la economía nacional.

Ante este escenario, contar con los estándares necesarios para realizar una buena operación es de vital importancia. Por ello, cabe preguntarse, ¿Cuál es el estado de la infraestructura logística nacional? ¿Cuáles son los desafíos del sector? o ¿Qué valor tienen para la industria las plataformas logísticas?. Distintos estudios y análisis han arrojado

que una de las tareas para incentivar el desarrollo de este mercado está en proveer las condiciones de infraestructura, regulación y tecnología para el diseño de modelos de transporte intermodal que permita optimizar el flujo de productos, más aún cuando el fenómeno de comercio internacional ha generado la aparición de plataformas de desarrollo que dan sustento a las actividades más avanzadas de movimiento de carga, servicios y de valor agregado.

Ante esta realidad sectorial, las plataformas logísticas se muestran como una opción facilitadora para el crecimiento industrial y se reconocen por su estratégica ubicación, una integrada infraestructura y por su extensa disponibilidad de espacio físico, lo cual, uni-

do a las actividades de movimiento de carga, servicios y de valor agregado, permite lograr constantes disminuciones en los costos logísticos, poniendo este concepto a la vanguardia del intercambio mundial.

En otras palabras una plataforma logística se define, conceptualmente, como aquellos puntos o áreas de transporte y distribución en los que se concentran actividades y funciones técnicas y de valor agregado.

En otras palabras, una Plataforma Logística se reconoce como un polo de desarrollo empresarial, productivo y logístico que integra las siguientes características: una ubicación estratégica, extensa disponibilidad de espacio físico para desarrollo, infraestructura y servicios logísticos de primer nivel; generan constantes aumentos de competitividad y permiten la coexistencia de una multiplicidad de actividades logísticas, empresariales y de servicios.

INFRAESTRUCTURA A LA CHILENA

Según Julio Villalobos, experto en Transporte y asesor logístico, las plataformas logísticas son fundamentales para el desarrollo de un país, sin embargo, lamentó que en Chile "nuestro desarrollo tan sólo avance de forma masiva en los centros de desarrollo Unimodal y algunos casos puntuales en el desarrollo de Zonas Logísticas (específicamente vinculadas a puertos)".

A su vez, el Gerente Comercial de Plataforma Logística VIII Región, Carrasco sostuvo que dichas infraestructuras o polos comerciales, ya sean en Chile o el mundo, son "un paso en el camino de evolución de la logística dentro del país y su importancia radica, en que su aparición supone que los eslabones previos de la cadena logística ya se han desarrollado, por lo que su funcionamiento nos hace presumir una buena logística".

En torno a estas infraestructuras a nivel nacional, Villalobos enfatizó que "en Chile no hemos visto Plataformas Logísticas de valor agregado a la carga, con base comercial y

Soluciones garantizadas



Primer Lugar en ranking satisfacción de servicios logísticos
FUENTE: Estudio Logístico Penta Research 2011

- ✓ Almacenaje con y sin control de temperatura
- ✓ Almacén Particular
- ✓ Cross - Docking
- ✓ Transporte y Distribución con Cobertura Nacional
- ✓ Operaciones de Valor Agregado
- ✓ Información On Line

GOLDENFROST
OPERADOR LOGÍSTICO



operacional, que concentre variados proveedores de diversos servicios logísticos y que en definitiva permitan generar valor a través de estrategias de distribución, ensamblaje o manufactura”.

A pesar de lo señalado y, en base a los estudios, la importancia de este tipo de infraestructuras se ha demostrado en la práctica, no solo por la mejora de servicios y eficiencia de las cadenas, sino por ser en sí mismas un polo de desarrollo económico vinculado a servicios fundamentales para el comercio global.

¿CHILE, PLATAFORMA REGIONAL?

Durante las últimas décadas, la magnitud de exportaciones e importaciones Chilenas, demuestran nuestro país podría alzarse como la plataforma comercial de América Latina, por lo que las empresas de logística deben prepararse fuertemente, y así contar con la fuerza y la coordinación necesarias que permitan enfrentar este futuro crecimiento del comercio.

Esto nos exigiría como país tener excelentes carreteras, modernos puertos y aeropuertos, modernización en la gestión de las instituciones relacionadas al comercio internacional y en cada una de las instancias que requieren que la logística funcione bien.

Como país emergente, los desafíos en mejoras y ampliación de infraestructura son variados y “tocan a todos los modos de transporte: puertos, aeropuertos, carreteras y ferrocarriles, sin embargo, el déficit está en la planificación de éstas, segun el marco de una estrategia de desarrollo logístico (y por ello en el marco de una estrategia de transporte), la cual es inexistente”, advirtió Villalobos.

Transformar a Chile en una plataforma logística Regional puede ser una de las ideas más ambiciosas del mercado y las autoridades nacionales y a este respecto, Villalobos señaló que “es posible, pero otra cosa son las probabilidades de que ello suceda”. “Se

trata de un proyecto nacional complejo y que requiere involucrar muchas organizaciones, mucha energía, además de decisión y compromiso, en este sentido yo preguntaría ¿quién está trabajando para ello? Por lo tanto, lo primero que se debe hacer es convencernos que queremos ser una Plataforma Logística para la macro-zona del cono sur y luego, comenzar a trabajar, pasar de la teoría o los sueños a la acción, por ahora diría que las probabilidades son mínimas”, declaró.

No obstante, para Carrasco Chile “ya es una plataforma de negocios, y tiene la oportunidad de ser un HUB hacia el Asia, al evitarse el paso por Panamá. Es así como debe mejorar sus pasos terrestres internacionales”.

Asimismo, el ejecutivo de Plataforma Logística detalló la situación en la Octava región, donde valoró la importancia de este proyecto, asegurando que “Bio Bio es hoy el 2° núcleo portuario más importante del país. 4 puertos de relevancia interactúan en un espacio geográfico distanciados a escasos 30 kilómetros.

En el centro de esta zona se encuentra la plataforma con el potencial de coordinar y guiar un desarrollo acelerado de los puertos en su conjunto para el futuro”.

La construcción de una plataforma logística contribuye al desarrollo económico-emprearial y social. También mejora la competitividad del sector productivo, de la logística y del transporte, ya que estas se prestan en el interior de la plataforma o bien desde su entorno.

A pesar de los constantes avances y diagnósticos en materia logística a nivel nacional, para seguir con este desarrollo se debe definir una visión con énfasis en la mejora de los servicios, reducción de costos y mejora en sus estándares ambientales que den respuestas a las necesidades de los mercados globales a los cuales servimos.

La importancia está, entonces, en establecer un líder que avance hacia el mundo de la modernidad.

Una visión particular sobre el crecimiento y la importancia de estas iniciativas públicas es la que tiene Guillermo Valdés, Gerente de Comercio Internacional de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo de Tarapacá, entidad que busca potenciar el desarrollo comercial de la zona.

Frente a la importancia de las Plataformas Logísticas Valdés reconoció que hace años que se viene trabajando el sector logístico como un sector importante en la economía regional. “En Tarapacá hace 3 años que este sector fue definido como uno de los sectores prioritarios dentro de nuestra estrategia de desarrollo que tienen como elemento tractor la Zona Franca de Iquique”, declaró.

Para potenciar el desarrollo económico de una zona, “es fundamental la consolidación de una plataforma logística que permita generar el desarrollo regional y nacional, siendo de vital importancia para el crecimiento de un país como el nuestro. No podemos pretender ser un país desarrollado sin invertir en el sector logístico”.

Chile posee las condiciones para transformarse en una plataforma logística regional, pero para ello “se debe generar una política de trabajo y apoyo del sector clara con lineamientos y metas muy definidas, que permitan ir avanzando en el desarrollo de este sector, identificando claramente cuáles son los aspectos relevantes dentro de la transversalidad del sector, es importante no confundir cuales son las variables que deben ser trabajadas a través de este apoyo”.

A nivel regional, Valdés sostuvo que “para nuestra zona, el norte de Chile, es muy importante la consolidación de una plataforma. Existen dos aspectos muy relevantes: el primero, el trabajo conjunto de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta y Atacama en una oferta conjunta real como Plataforma de servicios Logísticos; y lo segundo, no depender sólo de la Minería en este desarrollo que tiene una alta relación con el sector logístico, debe impulsarnos y ayudarnos a consolidar una oferta de calidad, pero no puede coartarnos en la diversificación de otro tipo de negocios”. ■



mindugar
TECNOLOGIA EN ALMACENAJE S.A.

A TRES AÑOS DE LA GRAN PRUEBA...



...SEGUIMOS ENTREGANDO

LA MEJOR INGENIERÍA ANTISÍSMICA



»» La mejor ingeniería antisísmica de la industria hace merecedor a Mindugar del sello "APROBADO POR LA NATURALEZA"



TRANSPORTE FERROVIARIO DE CARGA DESCONOCIDO PARA MUCHAS PERSONAS, INCLUSO ENTRE QUIENES PERTENECEN AL MUNDO LOGÍSTICO

Por: Santiago Vera, presidente y Francisco Godoy vicepresidente de Instituto Ferroviario de Chile.



El mundo del transporte ferroviario de carga es desconocido para muchas personas, incluso entre quienes pertenecen al mundo logístico. Ello se debe, en buena medida, a que el ferrocarril tiene un peso muy bajo dentro del mercado del transporte nacional, en términos de toneladas, y sobre todo en cuanto a número de fletes.

En términos generales, el uso de transporte ferroviario de carga es favorable para grandes embarques, a los que permite obtener bajos costos de transporte, baja accidentabilidad y una reducida huella de carbono. En la medida que estas dos últimas ventajas aumenten su valoración social y de mercado, más relevante debería volverse el ferrocarril en la cadena logística.

A pesar de muchas propuestas de tecnologías alternativas, el transporte ferroviario de carga se efectúa mediante trenes, donde la carga se lleva sobre vagones que van remolcados por una o más locomotoras.

Con esta configuración, a más largo el tren, menor es el costo unitario, ya que se aprove-

cha mejor la infraestructura, el personal del tren, y la resistencia al viento.

En Estados Unidos, donde los volúmenes a transportar son elevados y el foco de las empresas de transporte ferroviario está en la carga por sobre los pasajeros, el ferrocarril mueve más toneladas-kilómetro en recorridos interurbanos que los camiones (alrededor de un 40% en los trenes y de 30% en los camiones). En Japón y la Unión Europea, el transporte ferroviario de carga tiene una importancia marginal (en promedio no superior a un 10% del total de las toneladas-kilómetro), ya que gran parte de de la infraestructura existente está utilizada por transporte ferroviario de pasajeros. En todo caso, en Europa no existe uniformidad de criterios para el ferrocarril, y se observan

diferencias sustanciales según el país. Así por ejemplo, Alemania favorece mucho más el ferrocarril de carga que Francia, nación que otorga prioridad al transporte de pasajeros de alta velocidad. A pesar de lo anterior, es actualmente prioridad de la Unión Europea el potenciamiento del transporte ferroviario de carga.

TIPOS DE TREN

Para mover carga por ferrocarril se utiliza en términos generales tres tipos de tren: el unitario, el carguero mixto y el intermodal.

El tren unitario es aquel en que todos los vagones están dedicados a un solo embarque, y su diseño es específico según el tipo de carga de que se trate. Estos trenes viajan continuamente entre el origen y el destino de la carga, lleno de ida y vacío al regreso. Para un tren, existe un solo cliente, un solo origen y un solo destino, e incluso puede haber más de un tren dedicado a un solo servicio.

Por lo general se utiliza para el traslado de minerales, carbón y otras materias primas, aunque también es posible destinarlos al transporte de productos de bajo valor, especialmente en trenes más cortos. Por su simplicidad operacional, es el que presenta las mayores ventajas comparativas frente al camión, aunque para ciertos trazados puede rivalizar incluso con los ductos u otros sistemas mecanizados de transporte.

Una restricción importante para este tipo de tren es que se debe tener acceso ferroviario e instalaciones adecuadas tanto en el lugar de origen como el de destino. Además, estos accesos requieren un tamaño suficiente como para poder maniobrar todo el tren al interior de ellos.

En el tren intermodal, se utilizan unidades como contenedores o semirremolques que se llevan sobre carros especiales para transporte intermodal.



Wisetrack

Líderes en control y gestión de flota vía **GPS**

Tu negocio siempre conectado



Eficiencia

Productividad

Cumplimiento

Seguridad



WISETRACK
DISPATCHER



WISETRACK
RETAIL



SENSOR DE
TEMPERATURA



SENSOR DE
PUERTAS



SENSOR DE ACOPLA
DE RAMPLAS



CAPTURA DE DATOS
EN TERRENO

Av. Pocuro 2135 - Providencia, Santiago, Chile - Tel 56 2 3893000 - Fax 56 2 3893198
www.wisetrack.cl - info@wisetrack.cl

[EN RUTA FERROVIARIO]

En nuestro país podemos encontrar este tipo de convoyes en el norte grande y chico (transporte de hierro), y también en la zona centro sur, como ocurre con el transporte de ácido sulfúrico entre Rancagua y San Antonio. En ambos casos, los trenes viajan cargados desde el punto de embarque hasta el terminal del puerto, y luego vuelven descargados.

El carguero mixto es un tren que está formado por vagones que mueven varios embarques. Para ello, cada embarque (que puede ser uno o más vagones) es tomado en el origen y llevado a un patio donde se lo junta con otros embarques hasta formar un tren. En caso de ser necesario, los vagones pueden formar parte de varios trenes antes de alcanzar el lugar de destino. Por ello, un mismo convoy puede tener varios orígenes, varios destinos, y varios clientes. Este tipo de transporte compite de forma más directa con el camión, ya que se trata de embarques de menor tamaño que son movidos con mayores costos, que el tren unitario. Por sus características, es frecuente que estos trenes se utilicen para el transporte de productos industriales intermedios, como metales refinados, productos químicos, fertilizantes, cereales, todos los cuales requieren vagones de diseño especializado.

Estos trenes también requieren de instalaciones en los puntos de origen y destino. Sin embargo, debido al menor tamaño de los embarques, estas instalaciones pueden tener un tamaño más reducido. En este tipo de cargueros podemos incluir los embarques de cobre desde Rancagua a San Antonio. Aquí,



los carros se cargan en las inmediaciones de la capital de la VI región (en Los Lirios) y luego son juntados en el patio de maniobras con otras cargas provenientes de esa misma ciudad, o desde más al sur y transportado como un solo tren hacia Santiago. En esta ciudad, el tren se desarma y los embarques son reunidos con otros vagones que viajan desde esta ciudad hacia San Antonio, donde la carga finalmente será embarcada en el puerto.

Finalmente, existe el tren intermodal. Aquí, las cargas son traídas en camiones desde sus lugares de origen hasta una estación de transferencia, donde son puestas sobre un tren. El ferrocarril transporta las cargas hasta otra estación, cercana al lugar de destino, donde las cargas son puestas nuevamente sobre un camión para finalizar su viaje. En este caso, el tren suele tener un solo origen y un solo destino, pero varios clientes.

kardexremstar

500 líneas a la hora.

10% más de almacenamiento.

Gracias al sistema Pick-to-light, 99% de precisión en acceso al material.

Mejora en la ergonomía.

939 m² de capacidad de almacenamiento en tan solo 39 m² de espacio.

Kardex Remstar
Horizontal
Horizontal Carousel



En el tren intermodal, se utilizan unidades como contenedores o semirremolques que se llevan sobre carros especiales para transporte intermodal. A diferencia de los casos anteriores, los carros tienen una menor especialización, ya que deben estar preparados para llevar contenedores o semirremolques, pero no hace diferencia si estos últimos van cargados en su interior con juguetes, repuestos de maquinaria o ropa de temporada. Además, los lugares de origen y destino

no requieren de acceso ferroviario, ya que las cargas llegan y salen en camiones. Este tipo de transporte se adapta mejor a cargas palletizadas de mayor valor, ya que los contenedores sobre camiones pueden operar directamente en los andenes de carga de fábricas, tiendas, bodegas y centros de distribución. También se utiliza como conexión entre puertos y localidades interiores, ya que permite transportar los contenedores marítimos desde el terminal marítimo con un menor costo unitario.

En nuestro país, este tipo de transporte se utiliza de momento para la conexión de puertos con localidades interiores, aunque existen proyectos para impulsar su utilización en embarques que solo viajen por tierra.

LA SITUACIÓN ACTUAL EN CHILE

En Chile, uno de los factores limitantes para el desarrollo del transporte ferroviario es la infraestructura. Buena parte de nuestras vías férreas fue construida pensando en abaratar costos de instalación y no en brindar competitividad. Por ello, sólo en una fracción muy menor de nuestra red ferroviaria es posible operar trenes pesados, largos o rápidos. Además, muchas de las vías férreas han sido abandonadas por décadas o simplemente han sido levantadas, por lo que la accesibilidad de los trenes de las dos primeras tipologías antes mencionadas es bastante limitada. Hoy, existe una mayor conciencia sobre la importancia del transporte ferroviario en nuestra competitividad. Por ello, se ha co-

menzado a efectuar inversiones, tanto para mejorar la infraestructura existente como para crear nuevos accesos. Sin embargo, dada nuestra enorme geografía, tener una red ferroviaria extensa y competitiva es una tarea que tomará años.

El aumento de tráfico por carretera se creará una de las principales razones que motiven el repunte del sistema ferroviario de carga a nivel nacional, con la intención de aliviar las tráfico. Es así como una de las razones por la que existe un escaso transporte ferroviario de carga es la obsolescencia de la infraestructura. Buena parte de nuestras vías férreas fue construida pensando en trenes relativamente pequeños y livianos. No obstante, hace muchos años está demostrado que los costos de transporte de carga por ferrocarril se reducen utilizando trenes grandes y pesados.

Pero otra razón más importante es la pérdida de la infraestructura ferroviaria. Se han levantado muchas líneas que tenían potencial para transportar carga, y en muchos casos los terrenos han sido vendidos. Más grave que lo anterior son los casos notables de líneas que fueron cerradas cuando aún tenían tráfico de carga.

Una solución que se plantea es el uso de más servicios intermodales, esto es, de contenedores para que las cargas puedan viajar en tren y accedan en camión a lugares no conectados a la vía férrea. Por desgracia, esto sólo es conveniente en cargas de alto valor agregado, y Chile sigue siendo principalmente un productor de materias primas. **1**

Alta densidad de almacenamiento: hasta el 80% menos de ocupación en planta.

44% de incremento en la productividad.

Kardex Remstar Shuttle® XP Vertical Lift System

Hasta un 99.8% de mejora en el picking.

Puertas correderas suaves y tensor de cadena automático.

Alta velocidad de acceso al material almacenado.

Kardex Remstar Megamat® RS Vertical Carousel

QCLASS
Representante en Chile

Contacto: kardex@qclass.cl
Tel.: 56 2 2481 1190
www.kardex-remstar.com

SISTEMA DE GESTIÓN DE TRANSPORTE

UNA HERRAMIENTA QUE PERMITE MEJORAR LA CADENA DE VALOR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO

Gonzalo Davagnino
Gerente de Logística
Puerto Valparaíso



Disminuir los tiempos de entrega, monitorear la carga desde el punto de partida al destino y entregar mayor seguridad al cliente, son las principales características que hacen de esta aplicación tecnológica un aporte en los puertos.

El transporte marítimo en la actualidad es la forma más utilizada para realizar exportaciones e importaciones en todo el mundo, ya que es el mejor medio para trasladar grandes volúmenes de mercancía entre dos puntos alejados geográficamente. Sin embargo, los sistemas logísticos portuarios tienen sus deficiencias, como escasez de contenedores en alguno de los lugares pertenecientes a la cadena de distribución, dificultades que se van acrecentando con la mayor cantidad de movimiento que han experimentado estos terminales.

Ante este escenario, el Sistema de Gestión de Transporte (SGT) -herramienta tecnológica que se creó para facilitar el transporte de cargas entre las plantas y puertos- se presenta como un aporte para mejorar los

procedimientos internos de carga, descarga y despacho. Asimismo, ayuda a coordinar la logística entre transportistas, exportadores o importadores, depósito de contenedores y desembarcaderos.

Puerto de Valparaíso de Chile es pionero en su implementación, desde el 18 de diciembre de 2012 comenzaron a trabajar con este sistema que fue desarrollado por EXE, en conjunto con Indra.

En el momento de su presentación se anunció como la fórmula que permitiría facilitar el proceso del transporte terrestre de carga, entregando la información necesaria para la prestación del servicio, a través de los medios adecuados y con todos los elementos requeridos por los participantes de esta cadena.

El gerente de Logística de Puerto Valparaíso, Gonzalo Davagnino, explicó que el SGT es una herramienta tecnológica que busca mejorar la comunicación de los actores involucrados en el transporte de carga desde y hacia el puerto. Permite coordinar y controlar en tiempo real las travesías de los camiones que participan de la cadena logística.

Este método está dirigido a empresas de transporte, depósitos de contenedores, exportadores e importadores, terminales y agencias embarcadoras.

¿CÓMO FUNCIONA?

Cuando un exportador quiere realizar un envío de productos, se debe poner en contacto con una naviera que le asigne el espacio que necesita en una embarcación y definir la fecha y la hora para realizar el procedimiento, todo en papel.

Por el contrario, "el SGT tiene tres grandes módulos, en el primero de ellos el cliente realiza una solicitud de transporte (a una compañía que realice el servicio) donde especifica todos los detalles de su carga, como el lugar de retiro, la ruta que tiene que seguir el transportista, a través de un formulario de fácil llenado", explicó.

Posteriormente, en la segunda etapa "la empresa de transporte recibe la solicitud, la evalúa y dispone recursos para el movimiento de la carga, para luego dirigirse hacia el lugar que va a salir, en este caso la Zona de Extensión y Apoyo Logístico (ZEAL), que se encarga de su revisión y fiscalización pertinente. Además se programan los camiones y conductores para satisfacer las solicitudes", agregó.

Finalmente, "existe el módulo de monitoreo y trazabilidad, gracias al cual es posible visualizar el comportamiento del servicio en cada nodo que visita, sea depósito de contenedores, bodega de clientes, ZEAL y el puerto", indicó.

"De esta forma el cliente genera una solicitud de transporte que se envía directamente a la bandeja de entrada del transportista y cada

movimiento que se realiza queda registrado en el sistema”, afirmó. En la aplicación también se puede generar una especie de hoja de ruta, que se refiere al camino que quien contrata el servicio desea que siga el transportista. En este servicio el cliente puede administrar cada detalle del recorrido.

Además de eso, existen otros perfiles, que permiten visualizar cómo se van moviendo los camiones, esta operación se puede realizar a través de una funcionalidad de mapas en donde se puede ver el recorrido que lleva el camión en tiempo real.

CARACTERÍSTICAS

Davagnino detalló que el SGT integra todos los reportes relevantes del comercio exterior y de coordinación con los terminales portuarios, datos que se obtienen gracias a su integración con los principales sistemas de información del puerto. Al respecto, manifestó “en la práctica, el usuario del SGT tiene

“La empresa de transporte recibe la solicitud, la evalúa y dispone recursos para el movimiento de la carga, para luego dirigirse hacia el lugar que va a salir, en este caso la Zona de Extensión y Apoyo Logístico (ZEAL), que se encarga de su revisión y fiscalización pertinente. Además se programan los camiones y conductores para satisfacer las solicitudes”.

la posibilidad de monitorear vía GPS el servicio de transporte y sus cargas sin importar a qué proveedor de dicho satélite se encuentre adherido. También cuenta con la orden de retiro de contenedores en formato electrónico, lo cual permite al sistema validar la información de las reservas directamente con los depósitos en los cuales se integrará”.

“Se espera disminuir los tiempos globales de operación, evitando el uso de papel y de diferentes mecanismos de comunicación para coordinar un mismo servicio, y aumentar la seguridad en el transporte de cargas desde y hacia el puerto”, afirmó.

BENEFICIOS

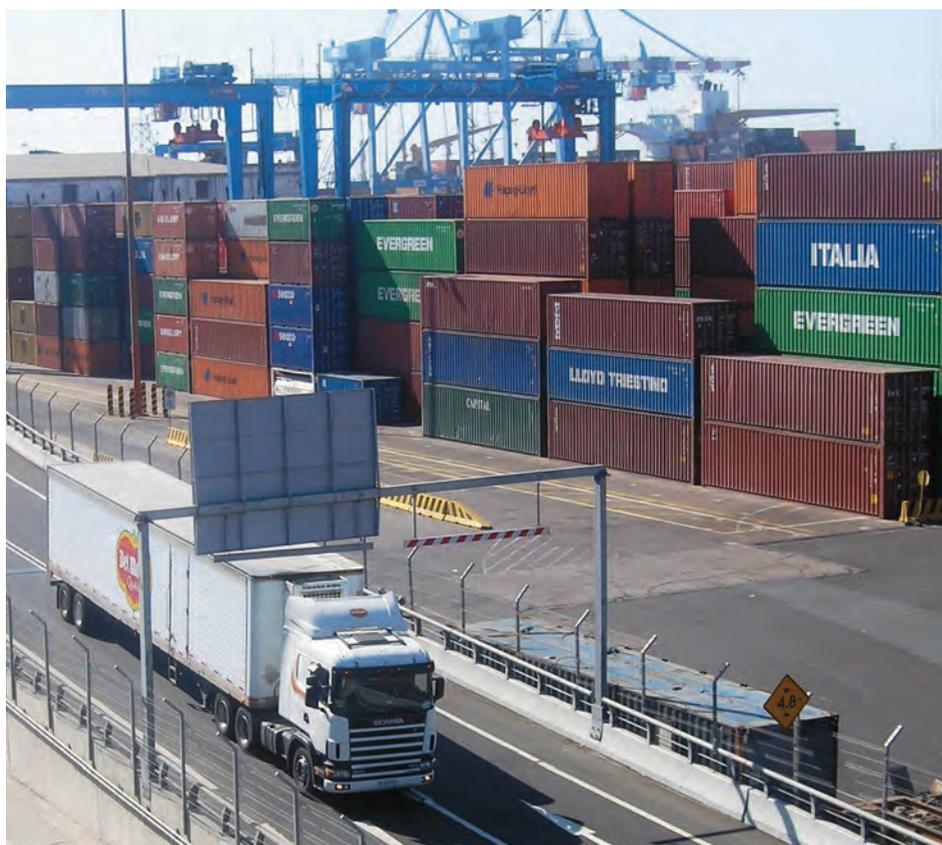
■ Permite conocer el status documental de la carga en forma anticipada ■ Es posible acceder a la información relevante del viaje, el estado la carga, la ruta, detenciones, tiempos. Además permite contacto con el responsable de la operación, es decir, al agente y encargado de operaciones del cliente ■ Facilita el proceso de retiro de contenedores en los depósitos ■ Elimina la información en formato papel, remplazándola por documentación electrónica ■ Permite recibir notificaciones de los eventos relevantes que



**TODA LA INFORMACIÓN DE SU CARGA, ENCUÉNTRELA
EN LA NUEVA PÁGINA WEB
www.almacenesfastair.com**

Ahora con: **Estatus de Carga • Tracking Aerolíneas • Calculadora de Almacenaje**





ocurrir durante la prestación del servicio ■ Es posible conocer de forma anticipada la demanda real con la que contará el sistema portuario ■ Los usuarios disponen un sistema de información con soporte 24 horas, los siete días de la semana, en caso de dudas o problemas ■ El cliente puede saber en línea si un conductor y camión asignados a un servicio de transporte se encuentran enrolados ■ Admite saber si los documentos asociados a los organismos fiscalizadores han sido debidamente gestionados por los agentes de aduana, y liberados por las entidades pertinentes.

UN APOORTE AL TRANSPORTE MARÍTIMO

A juicio del gerente de Logística de Puerto Valparaíso, Gonzalo Davagnino, la principal contribución del SGT al transporte marítimo es que posibilita tener una visión global de la cadena de valor. En este sentido, indicó

“admite conocer la demanda de camiones y cargas de exportación e importación, permitiendo a los actores logísticos, incluyendo a los organismos fiscalizadores, programar los recursos que se requieren para atender los pedidos, tales como turnos para naves reefer, gates de acceso y personal de apoyo”.

“En general, permite contar con información veraz y oportuna del transporte, así como la eliminación de procesos presenciales y manuales, disminuir los tiempo globales de operación, comunicación para coordinar un mismo servicio, y aumentar la seguridad en el transporte de cargas desde y hacia el puerto.”, concluyó. ■



Artículo completo escaneando el QR desde tu Smartphone o Tablet.

CONCLUSIONES "TRANSPORTE MARÍTIMO INTERNACIONAL 2012"

De acuerdo con el estudio "Transporte Marítimo Internacional 2012 Ajustes, Efectos y las Lecciones de la Mitología", elaborado por el experto Ricardo Sánchez, Oficial Senior de Asuntos Económicos y Jefe de la Unidad de Servicios de Infraestructura, DRNI, CEPAL, el transporte marítimo se recuperó gradualmente en 2010 y 2011 de la crisis de 2008 y 2009, aunque en 2012 tuvo una caída estacional más pronunciada a principios del año, agrega el documento, dado a conocer en el Boletín Marítimo, N° 51.

El estudio arrojó cifras importantes, tales como que en 2011, América Latina y el Caribe se mantuvieron en el orden del 7% de los contenedores operados en puertos de todo el mundo, alcanzando una cifra récord de 41.3 millones de TEUs.

Del total de la región, el 19.1% es manejado por Brasil, seguido por Panamá (16%), México (10%), Chile (8%), Colombia y Argentina (5%). Si se compara la evolución de la carga durante el primer semestre de 2012 es menos favorable que en años anteriores, desde un 16% de variación interanual durante el primer semestre de 2011 respecto al mismo periodo de 2010, la cifra se redujo a un 8% en el primer medio año del 2012 respecto al de 2011, agrega el informe.

Durante la primera mitad del 2012, los puertos con el mejor ranking de América Latina fueron Colón (todas las terminales) y Balboa (Panamá), Santos (Brasil) y la Bahía de Cartagena (Colombia). Sin embargo, la velocidad de crecimiento es diferente entre países y puertos, destacando el puerto de Lázaro Cárdenas entre los que manejan más de un millón de TEUs, por su tasa de crecimiento del 37%, la más alta dentro de los puertos más grandes de la región.

Después del movimiento de contenedores, los tráficos más importantes del comercio marítimo global son el gas LNG que crece a un ritmo del 7.2%, el carbón a un 6.7%, el hierro a un 4.7% y los graneles agrícolas y minerales que lo hacen a un 3.9 por ciento. Según el estudio, se espera que en el 2013 haya un mayor flujo de contenedores por América Latina, en especial de economías como Perú, Chile, Colombia.

Ya abrimos nuestro nuevo centro de distribución de carga peligrosa



LAS OPERACIONES PERSONALIZADAS SON NUESTRA FORTALEZA



Nuestros Servicios Logísticos son:

- Ingreso de mercadería a granel y paletizada
- Almacenamiento
- Administración y control de stock
- Preparación de pedidos regulares para retail
- Picking de unidades o pallet completos
- Operaciones de Cross Docking
- Logística reversa
- Operaciones vía Radio Frecuencia
- Valor agregado
- KPI's
- Entre otros

Contamos con permisos para almacenar carga del tipo Inflamables, Químicos, Alimentos, Cosméticos y Carga General

Nuestros clientes nos confían su logística, sólo faltas tú

Camino Noviciado 3707 Pudahuel, Santiago - CHILE
Teléfono: (56 2) 2 582 9800
www.greenlogistic.cl - email: info@greenlogistic.cl



BSF: EXITOSO MODELO EMPRESARIAL CON CRECIMIENTO INTERNACIONAL

- ❖ Sistema de Seguridad de Vanguardia
- ❖ Cercanía con el Cliente
- ❖ Valor Agregado al Servicio del Bodegaje
- ❖ Crecimiento Sostenido

www.bsf.cl

Si bien el crecimiento es reflejo del éxito de una empresa, BSF ha dado un paso más allá, desarrollando de la mano de la calidad de sus servicios y de la expansión de sus clientes, la internacionalización a Perú y Colombia; siempre con el sello de la calidad BSF.

Desarrollo constante parece ser la frase que mejor define el actuar empresarial de Bodegas San Francisco en sus más de 27 años de existencia. Este desarrollo se ha plasmado en su incremento de superficie disponible; recintos empresariales que se han convertido por excelencia en espacios de confianza para los clientes, transformándose así en la empresa de bodegaje de mayor trayectoria y tamaño en Chile.

Desde su puesta en marcha hasta la fecha se han construido más de 1.100.000 m² de bodegas en condominio distribuidas en diez centros, de los cuales 6 están en Santiago y 4 en regiones (Antofagasta, Chillán, Temuco y Puerto Montt).

Bajo la modalidad de "Condominios de Bodegas" BSF ha desarrollado un exitoso negocio de la mano de una segura infraestructura para el almacenaje, que permite a sus clientes operar de manera ágil y acorde a sus requerimientos.

UN MERCADO EN CRECIMIENTO

En Chile, la industria del bodegaje ha tenido un gran desarrollo en los últimos años. Hace 25 años no existía nada parecido al concepto actual de bodegaje o Centro de Distribución, hoy el mercado ha consolidado modernos Centros Logísticos y BSF es un ejemplo de



esta tendencia. Con una gran cantidad de servicios asociados a esta actividad, tales como arriendo de grúas horquilla, habilitación de oficinas al interior de las bodegas, casinos de alimentación, centro deportivo y servicios de seguridad, entre otros ha logrado posicionarse en el mercado logístico como un socio estratégico de sus más de

450 clientes. Matías Peró, Sub-Gerente de Desarrollo de BSF, sostiene que el crecimiento "ha sido gradual y al ritmo de la demanda del mercado. El foco de nuestro crecimiento ha estado en Santiago en los últimos tres o cuatro años, especialmente en los centros de Laguna Sur y La Farfana, lo que nos ha llevado a tener en la zona de Pudahuel cerca de



225 hectáreas, divididas en tres centros logísticos". Sin embargo, el ejecutivo destaca que el crecimiento de BSF se debe en términos macro, "al buen momento de la economía nacional y al crecimiento del sector retail y las importaciones". Asimismo, en cuanto a las razones internas, Perú añade que el éxito está "en que somos los únicos que damos una solución rápida y eficiente, en especial, a las grandes empresas, gracias a que disponemos de un stock de terrenos ya preparados que nos permite construir 12 mil m² al mes, entregando así una solución rápida a las necesidades del mercado".

Por otra parte, el Sub-Gerente de Desarrollo reitera que el crecimiento de Bodegas San Francisco ha ido de la mano del desarrollo de los grandes retailers, "mercado que crece y crece, lo que se refleja en la apertura de nuevas tiendas, y por lo tanto, la necesidad de nuevas y grandes instalaciones para dar respuesta a sus operaciones".

DEL ÉXITO NACIONAL AL POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

Ante el imponente crecimiento del mercado chileno del Retail, que ha llevado a muchas empresas a internacionalizar sus operaciones, BSF ingresó al mercado internacional. "Ante la internacionalización de algunos clientes nuestra empresa vio la oportunidad de seguirlos, ya que sentimos que ellos necesitaban contar con una solución como BSF en sus nuevos mercados", comenta.

Ante este panorama, la compañía cuenta hoy con presencia en Perú y Colombia, donde han presentado con éxito su modelo de negocio y la calidad de sus servicios. "Llevamos el sello de BSF desde el comienzo de la construcción, implementamos el modelo y hemos crecido con buenos servicios", argumenta Perú.

"En Perú estamos creciendo al mismo ritmo que en Chile. Hemos tenido un 100% de crecimiento el año 2012 y seguiremos haciéndolo y para eso contamos con más de 100 hectáreas disponibles", agrega. En el caso de Colombia, el 2012 se firmó un con-



trato de licencia y asistencia técnica con una constructora importante del país cafetero. "Aquí el modelo de negocio será distinto, si bien las instalaciones serán similares y con iguales servicios, los dueños de la empresa son colombianos y nosotros aportamos la marca y asistencia técnica. No somos inversionistas directos".

DESAFIOS 2013

"El 2013 será buenísimo, esperamos replicar el crecimiento que obtuvimos el 2012 a un promedio de 12 mil m² mensuales, con tasas de vacancia muy bajas", sostiene Perú.

Asimismo, comenta que el crecimiento en esta ocasión también llegará a regiones, donde se estima que el centro logístico de Antofagasta se amplíe, una vez más, debido al atractivo mercado minero.

En tanto en Perú, también se espera un auspicioso 2013, ya que "el mercado del retail se ve muy dinámico y se vislumbra un crecimiento fuerte del sector", afirma el ejecutivo. Sin embargo, Perú aborda lo que son los dos

principales problemas que enfrenta el rubro logístico y que amenazarían con frenar el crecimiento del sector: la escasez de terreno y la falta de mano de obra.

"Dada la naturaleza de nuestro negocio necesitamos grandes extensiones de terreno, lo que dificulta la obtención de éstos", comenta Perú.

Ante este escenario, se estima que para los próximos desarrollos, "la cercanía actual a los centros de consumo será imposible y la tendencia será ir alejándose de Santiago". En cuanto a la mano de obra, Perú agrega que "hoy tenemos una sub dotación en construcción cercana al 15 o 20%. Los costos han subido y la efectividad a veces disminuye".

Sin duda, el prestigio y el haberse ganado la confianza de los clientes han sido la base para que Bodegas San Francisco se declare confiada en el éxito de sus nuevos proyectos y planeé continuar así con el crecimiento nacional y la expansión internacional que la han llevado a convertirse en el líder sudamericano del mercado del bodegaje. **1**



27/F: A TRES AÑOS DE LA GRAN PRUEBA

- ❖ Almacenaje Industrial
- ❖ Ingeniería Antisísmica
- ❖ Automatización de Almacenes
- ❖ Soluciones Logísticas

www.mindugar.cl

Ya han pasado tres años de la gran prueba que la industria logística tuvo que enfrentar y Mindugar S.A, uno de los principales actores del mercado de los rack, nuevamente hace un llamado a no olvidar y a tomar conciencia, recordando las lecciones que esta catástrofe dejó a su paso.



Para nadie es un misterio que lo ocurrido el 27 de febrero del 2010 en nuestro país fue un desastre sin precedentes y, sin duda, la industria logística fue uno de los grandes damnificados. Un país logísticamente detenido, los principales puertos cerrados y un

sin número de bodegas y centros de distribución vitales para el abastecimiento y funcionamiento del país totalmente inoperativos, eran el dantesco escenario que se apreciaba.

Todo lo anterior, puso sobre la mesa la potente discusión sobre la necesidad de construir

infraestructura acorde a nuestra realidad; a revisar cómo se estaba trabajando al respecto y a jamás escatimar en esfuerzos y recursos para contar con medidas que aseguren el funcionamiento de la trascendente cadena logística. "Efectivamente, post 27F hubo un período de toma de conciencia, donde la



gran mayoría de nuestros clientes se preocuparon de exigir respaldos de ingeniería para sus proyectos y cumpliendo con la normativa, contrataron a profesionales especializados para hacer validar las memorias de cálculo que entregábamos”, señala Francisco Letelier, Gerente Técnico de Mindugar S.A. Además agrega que el nivel de sensibilidad sólo se mantuvo hasta un año después de la tragedia y que es sumamente importante recordar que la seguridad y construir de acuerdo a normas antisísmicas, es algo que no se puede obviar jamás; ya que resulta vital para la supervivencia de cualquier empresa.

“Claramente no podemos olvidar nunca, sólo debemos mirar hacia atrás y recordar a las muchas empresas que contrataron sus Racks sin exigencias sísmicas y que después del 27F tuvieron que interrumpir sus operaciones durante un largo tiempo con todos los costos directos e indirectos que ello implica, o más aún, vieron seriamente comprometida su supervivencia”, detalla Letelier.

Piero Campodónico, ejecutivo de Finning, agrega que se debe contar siempre con una asesoría profesional y a esto sumar la exigencia de un servicio post venta de calidad. “Siempre es importante escuchar a los expertos; los proveedores saben y conocen mejor que el cliente la calidad de los productos que comercializan.

En donde pueden hablar con propiedad al respecto, es en la multinacional líder en maquinaria industrial Finning, que a una semana de la catástrofe, poseían su centro de distribución 100% operativo.

“El centro de distribución de Santiago sufrió las consecuencias propias del impacto de un terremoto: productos al piso, desorden, roturas de materiales. Sin embargo, el equipamiento no sufrió daño alguno y logramos, en una semana y con gran esfuerzo del equipo poner en régimen operativo nuestro centro de distribución. Es por esto, que todos debemos tener visión de largo plazo y entender que vivimos en un país sísmico que nos pasa la cuenta cada cierto tiempo. En ese contexto, pienso que debemos gestionar con una

mirada previsoras y generosa en recursos al momento de invertir en la construcción de centros de distribución a fin de mitigar los impactos propios de un terremoto”, afirma Piero Campodónico, Gerente Logística de Salida de Finning. Es así como frente a la toma de conciencia existen recomendaciones y exigencias que para Mindugar S.A a lo largo de sus 45 años de experiencia se han transformado en máximas fundamentales, que constantemente transmiten, a cada uno de los que confían en esta compañía, como una filosofía.

Francisco Letelier señala que: “En primer lugar es fundamental que nuestros clientes se sientan contentos y satisfechos con los productos que adquieren. Por esto que, en nuestro caso, estamos siempre preocupados de saber si las soluciones que proveemos cumplieron con las expectativas e ir colaborando con propuestas en la medida de las necesidades futuras, por ello una parte importante de nuestras operaciones lo consti-

tuye la ampliación de nuestros proyectos y la adaptación de ellos a nuevas exigencias. Asimismo, nos asiste el deber de estar informados del estado de nuestras instalaciones cuando ocurre un evento sísmico importante, tal es así que al día siguiente del 27F teníamos una importante cantidad de ingenieros y técnicos en terreno, verificando el estado de nuestros productos.

Al mismo tiempo, con la entrega de cada una de las obras se debe disponer de documentos guías para un correcto uso de las instalaciones. En nuestra compañía disponemos de la “Directriz de uso y mantención de Racks”, a través de la cual los usuarios pueden autogestionar la revisión y diagnóstico de sus estanterías. Es fundamental que

las instalaciones se mantengan en perfecto estado para que estas ofrezcan un servicio óptimo y seguro, siendo nuestra obligación ayudar a los clientes a tomar conciencia de ello”.

A estas recomendaciones Piero Campodónico, ejecutivo de Finning, agrega que se debe contar siempre con una asesoría profesional y a esto sumar la exigencia de un servicio post venta de calidad. “Siempre es importante escuchar a los expertos; los proveedores saben y conocen mejor que el cliente la calidad de los productos que comercializan. En esa línea, debemos mencionar y reconocer que Mindugar S.A es una empresa que siempre nos ha dado respaldo y certificación. Esto sumado a un buen servicio post venta, que es uno de los procesos más importantes para toda industria y en el mundo competitivo, constituye un valor agregado que fideliza al cliente con el producto y fortalece la relación de largo plazo”.

La norma NCh2369 es categórica, los fabricantes de Racks deben entregar memorias de cálculos de sus productos y el mandante debe hacer aprobar estas por un ingeniero sísmico independiente, sólo así se asegurarán que sus productos almacenados, así como sus instalaciones, enfrentarán un sismo mayor adecuadamente.

En rigor, Chile es un país altamente sísmico, por lo que los profesionales concuerdan que cada empresa debe tener conciencia del potencial riesgo al que están expuestos sus trabajadores; de considerar las altas inversiones que posee, tanto en productos almacenados como en estanterías y en los edificios que las portan; al mismo tiempo no dejar de considerar los costos de eventuales detenciones de sus operaciones logísticas provocadas por colapsos en sus instalaciones, la pérdida de competitividad que esto significa, los perjuicios ocasionados a sus clientes, y lo más importante no olvidar que de sus empresas depende el funcionamiento de todo un país. Por todo esto, es que la mayor recomendación que Mindugar S.A. hace es que el 27F, definitivamente, es un acontecimiento que la industria logística no puede ni debe olvidar. **1**



- ◆ Operadores Logísticos
- ◆ Almacenaje
- ◆ Tecnología y Valor Agregado
- ◆ Transporte y Distribución

www.loginsa.cl

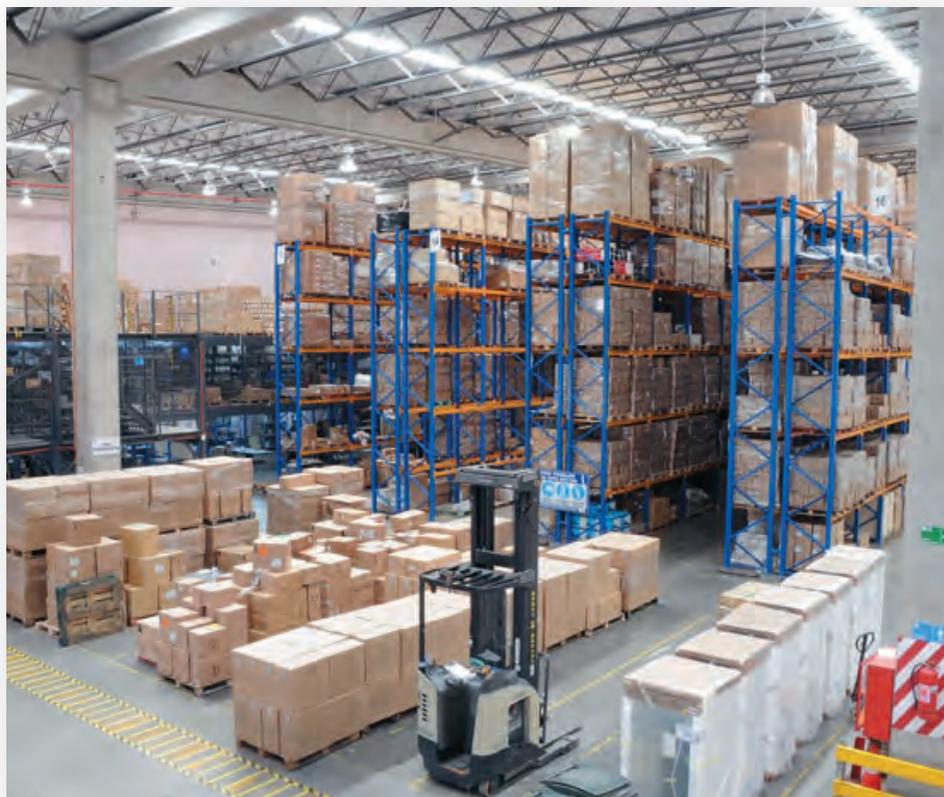
GRUPO EMPRESAS LOGINSA: CRECE Y CONSOLIDA OPERACIONES LOGÍSTICAS EN NUEVOS NICHOS DE MERCADO

No cabe duda que cuando una empresa logra el reconocimiento y un buen posicionamiento en el mercado, su visión de negocios comienza a ampliarse. Este es el caso de Loginsa, compañía enfocada en dar respuesta a las necesidades del mercado logístico en almacenaje, distribución y valor agregado, que ha crecido fuertemente durante los últimos años.

Hoy Loginsa ha incursionado en nuevos nichos de mercados, el farmacéutico y el de carga congelada o frío, con la finalidad de posicionarse como una empresa líder en soluciones y servicios logísticos con sus 12 Centros en Chile. Los requerimientos de un mercado en constante desarrollo como el logístico llevaron a esta compañía a iniciar su camino de expansión de negocio, en aras de responder efectivamente a las diversas necesidades de sus clientes.

“Nuestra idea de crecimiento es para atender a nuestros clientes en toda la gama de necesidades de servicios logísticos que tengan y así no quedarnos sólo enfocado en un tipo de carga. Había una necesidad del mercado, y hoy tenemos clientes que les importa mucho poder tener toda su operación logística en un solo lugar y no verse obligado a dividir sus operaciones”, sostuvo Sebastián Ariztía, Gerente Loginsa Chile.

El mercado ha cambiado y de eso no cabe duda. El inicio de la industria logística se basó principalmente en el manejo de insumos de industria. En la última década –según Ariztía– se ha enfocado en la entrega de productos terminados a los clientes finales que, en su mayoría, son las empresas de Retail. “La situación del mercado nos ha llevado a transformar a Loginsa, de una empresa



de almacenaje a una empresa de línea de producción. Hoy el mercado requiere mucha planificación, más aún si consideramos que todo se trabaja bajo el just in time y con las complejidades propias de los valores agregados del retail”, explicó.

NUEVOS NICHOS, NUEVOS DESAFÍOS

Los nuevos horizontes operacionales y la incursión en nuevos nichos como es el farmacéutico y el de carga congelada o frío



han permitido a la empresa ampliar su número de clientes, con quienes consolidan lazos comerciales sólidos, en algunos casos, con años de trabajo en conjunto. “Nuestro objetivo de crecimiento siempre ha sido aumentar nuestro pool de servicios y es así como hoy, tras 15 años orientados a la carga general, hemos incursionado en el mercado farmacéutico. También ingresamos al mundo transporte y el 2012 asumimos nuevos retos con el mercado de la carga en frío y la consultoría”, comentó el Gerente Loginsa Chile. Con esta diversificación de áreas, Loginsa se ha posicionado como una alternativa real para empresas que manejan distintos tipos de carga, las cuales tienen características y requerimientos específicos.

“Cada nicho tiene sus características. El farma y el frío son mercados sensibles y con costos muy distintos que se manejan y tienen requerimientos diferentes. Por ejemplo, en frío, hoy tenemos un centro de 10.000 m2 con 6 mil 500 posiciones de rack con temperaturas que van desde los -18 y -20° y atendemos clientes de exportación e importación. Por su parte, en el mercado farma contamos con un socio estratégico internacional, con vasta experiencia tanto en almacenaje, distribución y valor agregado para dispositivos e insumos biomédicos, BOMI, destacado y reconocido operador logístico de la salud en Europa”, expresó Ariztía.

Si bien el mercado de la carga general es más establecido y fijo, hoy los cambios en el sector pasan por los nuevos requerimientos de los clientes que apuntan a la seguridad de sus inventarios, el tiempo de distribución y el acceso a información, donde “la trazabilidad de los productos muchas veces marca la diferencia”. Sin embargo, Loginsa ha sabido leer estas necesidades y responder en base a un mix de tecnología, procedimiento y personal capacitado en cada uno de los nichos y en todos los niveles.

En tecnología, por ejemplo, destaca el eficiente manejo físico de los productos y de la información asociada a los mismos, para lo cual la empresa cuenta con un poderoso WMS o a través de aplicaciones propias de desarrollo para grandes tiendas y supermer-



cados; plataformas específicas para funciones de picking y generación de reportes para cada clientes.

UNA VISIÓN REGIONAL

En el marco de la política de expansión y crecimiento, Loginsa ha iniciado su posicionamiento a nivel regional. Es así como hoy la compañía ya cuenta con operaciones en Colombia e iniciación de actividades en Perú. Para el ejecutivo esta expansión busca “dar respuesta a nuestros clientes que inician actividades en la Región. Nuestra idea es poder atender en todas las gamas de servicio y en un futuro cercano de forma regional a nuestros clientes”. Con todo, Sebastián Ariztía, afirmó que el 2012 para Loginsa fue un año de amplio crecimiento que “nos llevó a iniciarnos en otros mercados”. Ante este auspicioso panorama, el 2013 se espera sea un año de “consolidación de operaciones a nivel nacional y de posicionamiento regional”.

El éxito se sustenta, a juicio de Ariztía, en las ventajas comparativas de Loginsa en el mercado, tales como: responsabilidad en sus

operaciones, conocimiento del mercado, desarrollos a la medida de los clientes; “transformándose en un socio estratégico”.]

CONSULTORIA LOGÍSTICA CON EL RESPALDO LOGINSA

Para completar el crecimiento en cuanto a sus operaciones y servicios, el Grupo Loginsa incursionó el 2012 en una nueva área: La Consultoría Logística. Con Supply Chain Business, dirigida por el Miguel de Oto, ejecutivo de vasta experiencia en el mercado, la compañía busca ofrecer a sus clientes la posibilidad de asesorar a la cadena logística completa, o bien a cada uno de los eslabones de ésta.

La trayectoria, el posicionamiento y el conocimiento que Loginsa tiene del mercado logístico son el respaldo principal para este nuevo nicho, el cual se enfoca en prestar asesoría a empresas grandes y pequeñas, en general, “a todos quienes necesiten mejorar sus cifras y gestión interna a lo largo de su cadena, desde adquisiciones hasta la entrega al cliente final”, recalzó Sebastián Ariztía.





NUEVA PÁGINA WEB: DESARROLLO Y OPTIMIZACIÓN DE SERVICIOS

- ❖ Nueva Página Web
- ❖ Estatus de Carga
- ❖ Agilidad
- ❖ Servicio

www.almacenesfastir.com

Calidad y profesionalismo en la entrega de servicios son las bases que han sustentado el crecimiento y desarrollo de Fast Air, en sus más de 30 años de funcionamiento. Con el correr de los años, la empresa fue ampliándose, hasta convertirse, hoy por hoy, en una de las compañías más importantes del mercado de carga aérea.



“Hemos decidido lanzar este proyecto en beneficio de nuestros clientes, poniendo a su disposición una herramienta eficiente que no sólo les permita conocer el estado de la carga dentro del almacén; sino también, que les entregue información de todos los servicios que realizamos y que puedan solicitarlos a través del sitio web. Es una fantástica forma de canalizar solicitudes”, afirmó Rafael Costabal, Subgerente de Almacenes Fast Air.

En tanto, el sitio web está enfocado a dar respuesta a las necesidades de información de los principales clientes de Fast Air como las aerolíneas, agentes de carga, agentes de aduana y clientes finales, explicó Costabal, señalando que “contiene toda la información que una persona necesita para, por ejemplo, realizar importaciones simplificando los procesos, brindando –al mismo tiempo– mayor visibilidad de los mismos a nuestros clientes. Todas estas características son principios fundamentales para una relación comercial exitosa, en un mercado cada vez más exigente en cuanto a información operacional”, recalcó el ejecutivo.

En el marco de lo que ha sido su continua estrategia de mejoras de servicios, Fast Air lanzó la nueva página web de la compañía, herramienta virtual con la que espera estrechar los lazos comerciales y la comunicación con sus clientes.

Los alcances de esta nueva herramienta son múltiples y se enfocan, principalmente a brindar a los clientes una completa visibilidad sobre el estatus de su carga, de forma permanente y directa. En términos concretos, se trata de entregar información confiable y en tiempo real.

En torno a la usabilidad del portal web, Costabal explicó que con un click los clientes podrán visualizar su carga mientras se encuentra en dependencias de Fast Air, mediante los links Estatus Carga o Tracking Aerolíneas, “desde los cuales se tiene acceso directo a los



servicios de las principales compañías que internan su carga a través de nuestra aerolínea y también podrá calcular el costo de almacenaje a través de esta herramienta”, señaló.

CRECIMIENTO Y MEJORAS

Pero este desarrollo está inmerso en una estrategia de servicio general que busca potenciar la atención a clientes, de la mano de mejoras en áreas como la información, tecnología e infraestructura.

En esta línea, el Subgerente de Almacenes Fast Air comentó que ha sido el desarrollo de los clientes, lo que ha llevado a la compañía a asumir desde 2012 una estrategia de negocio enfocada en avanzar y mejorar los servicios para dar respuestas satisfactorias a cada una de las necesidades de los clientes.

“Como empresa dedicada a la importación de carga internacional aérea, nuestros clientes tiene dos características fundamentales: la primera es que la carga llegue de manera rápida, por lo que la variable tiempo es im-

portante; y la segunda, es la seguridad de la mercadería. Hemos mejorado enormemente los servicios. Medimos indicadores internos enfocados en estos dos ámbitos: seguridad y tiempo”, comentó el ejecutivo.

Es así como posicionado con almacenes de cargas, en las ciudades de Santiago, Punta Arenas y Antofagasta, Fast Air otorga a los clientes un servicio rápido, seguro, innovador y por sobre todo comprometido con el cuidado de la carga.

LOS TRES PILARES DE UNA ESTRATEGIA

Fast Air ha trabajado desde 2012 en tres pilares estratégicos de mejoras de su servicio: Infraestructura, Sistemas y Procesos.

INFRAESTRUCTURA: Basado en el aumento de la capacidad de almacenaje y en mejoras en la zona de entrega de carga. “Hoy tenemos un layout más eficiente”.

SISTEMAS: Modernización ha sido la clave.

“Incorporamos tecnología que nos ha ayudado a mejorar procesos, como en el sistema de facturación y en información. Hoy contamos con total claridad de las cosas que van sucediendo con la carga de nuestros clientes desde el arribo del vuelo, lo que nos permite mejorar el trabajo que realizamos”, agregó.

PROCESOS: Simplificación de éstos, buscando ajustes en pro del cliente en dos áreas: seguridad y velocidad de los procesos. “Nos concentramos en las cosas que van agregando valor al clientes, y lo restante fue reinventado”.

La política de mejora constante de los procesos por parte de Fast Air responde al compromiso con sus clientes, dado que, “comprendemos que estamos dentro de una cadena logística que requiere servicios de primer nivel. En este ámbito, ha habido un reconocimiento de los clientes de estos cambios y han visto y valorado nuestro esfuerzo en cuanto a ir mejorando continuamente”, aseguró Costabal.

Es así como la premisa de esta empresa es y seguirá siendo el perfeccionamiento de los procesos. “Tenemos la conciencia de que siempre los procesos se pueden ir perfeccionando y esa es nuestra visión hacia el futuro. El 2012 comenzaron estas estrategias, pero se siguen y seguirán perfeccionando este 2013”, concluyó. **I**



**JUNTOS CUIDANDO
NUESTRA ENERGÍA.**



¿QUIÉNES EXPONEN?

Empresas proveedoras de soluciones tecnológicas en eficiencia energética para los sectores e industrias asociadas:

**OPORTUNIDAD
PARA ESTABLECER
Y PROYECTAR
RELACIONES
COMERCIALES**

¿QUIÉNES NOS VISITAN?

Ejecutivos, empresarios, inversionistas nacionales y extranjeros, profesionales, funcionarios de organismos gubernamentales, académicos, estudiantes, ONGs y público en general, que buscan soluciones en ahorro en consumo de energía y prácticas para Eficiencia Energética en los procesos industriales y domiciliarios.

EXPOSITORES:

TRANSPORTE

Terrestre • Marítimo • Aéreo

- FABRICANTES | DISTRIBUIDORES DE VEHÍCULOS TERRESTRES Y MATERIAL AÉRO MARÍTIMO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE.
- COMBUSTIBLES.
- ADITIVOS.
- MANTENIMIENTO O MANTENCIÓN.
- DISPOSITIVOS AERODINÁMICOS.
- FABRICANTES DE VEHÍCULOS.
- ASESORÍAS Y CONSULTORÍA EN TRANSPORTE.
- ESTUDIOS DE TRANSPORTE.
- NEUMÁTICOS.
- SIMULADORES DE CONDUCCIÓN.

EDIFICACIÓN

- CLIMATIZACIÓN (CALEFACCIÓN, AIRE ACONDICIONADO, CLIMA).
- AISLACIÓN (REVESTIMIENTOS, PUERTAS, VENTANAS, LOSAS, PISOS, SELLOS, CUBIERTA, TECHUMBRE).
- AUTOMATIZACIÓN (DOMÓTICA).
- ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS.
- ILUMINACIÓN (DISEÑO, EQUIPOS, GESTIÓN).
- ECODISEÑO.
- PAISAJISMO.
- UNIVERSIDADES.
- ONGs (CDT, CHILE GBC, ETC).
- INGENIERÍA.

EDUCACIÓN

- UNIVERSIDADES.
- INSTITUTOS PROFESIONALES.
- CENTROS DE FORMACIÓN TÉCNICA (CFT).
- CONSULTORAS.
- EDITORIALES.

ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES

- EMBAJADAS.
- CÁMARAS DE COMERCIO.
- ONGs.

INDUSTRIA Y MINERÍA

- SISTEMAS ELÉCTRICOS.
- SISTEMAS TÉRMICOS.
- ILUMINACIÓN.
- MEDICIÓN.
- AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL.
- INSTRUMENTACIÓN.
- INGENIERÍA.

expo

¡LO ESPERAMOS! REGISTRE SU VISITA EN

www.expoeficienciaenergetica.cl



MÁS INFORMACIÓN: visitantes@expoeficienciaenergetica.cl

21-22-23 **MARZO 2013**

Centro Cultural Estación Mapocho
SANTIAGO - CHILE



MÁS DE 6.000 VISITAS PROFESIONALES • CERCA DE 150 EXPOSITORES • PROGRAMA DE CHARLAS COMERCIALES

**LAS PRINCIPALES EMPRESAS
YA CONFIRMARON SU PARTICIPACIÓN**

¡SÓLO FALTA USTED!



CONTACTO COMERCIAL
ventas@expoeficienciaenergetica.cl
Tel. (56 2) 2530 7217 - 2530 7000
www.expoeficienciaenergetica.cl

*¡Reserve su Stand y
sea protagonista
de esta exhibición!*

ORGANIZAN



AUSPICIAN



PATROCINAN



ALIADO ESTRATEGICO



MEDIOS OFICIALES



REVISTA OFICIAL



COLABORA



¡SÍGUENOS!  /Expo Eficiencia Energética  @ExpoEficienciaE

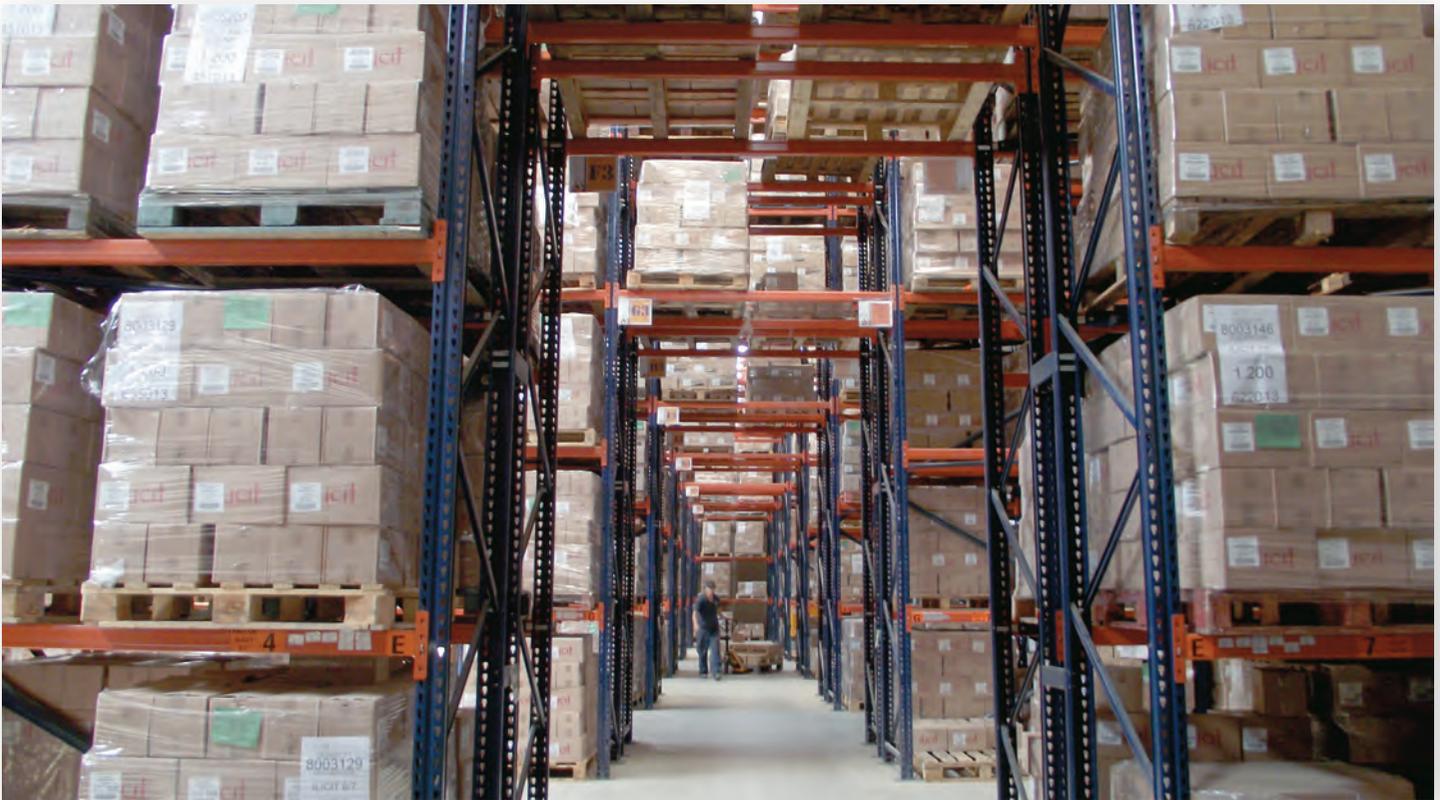
MARKETINGDISEÑO FISA

UN DÍA EN... COSMÉTICA NACIONAL

LOGÍSTICA EN FUNCIÓN DE LA BELLEZA



Catalina Martínez
Jefa de Logística
Cosmética Nacional



EN ESTA EDICIÓN NOS TRASLADAMOS A LA COMUNA DE QUINTA NORMAL, UNO DE LOS POLOS INDUSTRIALES MÁS ANTIGUOS DE SANTIAGO, PARA VISITAR COSMÉTICA NACIONAL, INDUSTRIA CHILENA, CUYA LÍNEA DE PRODUCTOS ESTÁ ENFOCADA A LA COSMÉTICA Y COLORACIÓN CAPILAR HACE MÁS DE 30 AÑOS.

Cuando una empresa se plantea la necesidad de crecer, debido a su aumento en la producción es vista como una buena señal, y esta es la situación de Cosmética Nacional, empresa que piensa hoy en modernizar sus instalaciones e incorporar nuevas tecnologías, en aras de agilizar sus operaciones logísticas para posicionarse fuertemente en el mercado.

Al ver su fachada, lejos de ser grandilocuente, no nos imaginamos la cantidad de procesos que se realizan al interior de esta instalación que consta aproximadamente de 3.750 m². Al ingresar somos recibidos por Catalina Martínez, Jefa de Logística de Cosmética Nacional, quien nos da la bienvenida y será nuestro guía al interior de la empresa.

10:30 hrs. Instalados en su oficina, Catalina nos cuenta a modo general que Cosmética Nacional ha pasado de ser una empresa familiar a una empresa importante dentro del mercado cosmetológico nacional, compitiendo con grandes marcas.

“Hemos tenido un crecimiento sostenido e importante en los últimos años, acaparando

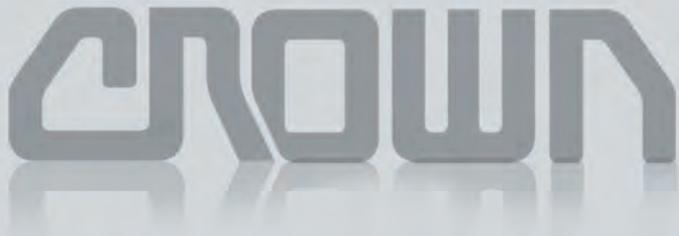
una parte significativa del mercado nacional. Sin embargo, este crecimiento no sería tal, sino contáramos con el capital humano adecuado”, declara Martínez.

Asimismo, la ejecutiva añade que actualmente “muchas empresas crecen e invierten en tecnología, olvidando a los trabajadores; y ahí las cosas comienzan a funcionar mal y las mejoras no se ven reflejadas en las operaciones”, comenta la ejecutiva.

Este crecimiento ha llevado a la compañía a proyectar mejoras que optimicen cada una de los pasos de sus procesos, “modernizando nuestra tecnología y sistemas operativos logísticos; pero para eso vamos avanzando paso a paso”.

10:45 hrs. La jefa de Logística detalla que uno de los mayores desafíos de la compañía es mantener la línea de producción e instalaciones en orden, más cuando el edificio agrupa tanto a las bodegas de materias primas, las áreas de producción de productos, los procesos de picking y packing, almacenaje y distribución nacional e internacional.

Ante la dimensión de sus operaciones, Catalina nos comenta que actualmente son cerca de 5 mil SKU los que manejan habitualmente, separadas en bodegas de materiales y la bodega de Productos Terminados (PT), constituyendo más de 3 mil m² de bodega. “La logística parte con los materiales que necesitamos para nuestros productos y



Líder Mundial en Soluciones Logísticas

DEJE LA SOLUCION DE MANIPULACION DE SU NEGOCIO EN MANOS EXPERTAS



ecologic
Clean Environment. Smart Business.



**Repuestos
Servicios
Post Venta**



Grita Eléctrica Contrabalanciada
SERIES
FC 4500



Transpalette
SERIES
PE 4000 / PE 4500



Reach Truck
SERIES
RR5700

www.royalrental.cl
info@royalrental.cl

**Royal
Rental**

- Servicio las 24 hrs. 365 días
- Servicios desde Iquique a Puerto Montt
- Más de 1200 máquinas en las principales centros de distribución del país
- Continuidad operacional promedio > 98%

**MT MULTI
TECNICA**

- Más de 2500 equipos vendidos
- Servicio integral de excelencia
- La mayor disponibilidad de repuestos que aseguran continuidad operacional

www.multitecnica.cl
info@multitecnica.cl



termina con la distribución de éstos. Hemos separado nuestra logística, en espacio, en sistemas y en personal para mantener el orden”, expresa.

11:05 hrs. De los casi 400 trabajadores que componen la empresa, el sistema de almacenaje es actualmente manejado por 53 personas, las cuales se encargan desde el ingreso del material hasta el despacho del producto terminado. Para el manejo de las operaciones, Cosmética Nacional cuenta con ERP de SAP más un WMS, lo cual “nos ayudan a mantener nuestro stock al día, el proceso de picking, la gestión de inventarios y nos permite analizar las distintas operaciones”.

A juicio de nuestra guía, la logística de PT es más fácil que la de material, ya que “para hacer un tipo de producto se necesita un envase, tapas, etiquetas y cajas, entre otras cosas, lo que constituye un conjunto de materiales para transformarlo en Producto terminado y cada uno de los componentes es un SKU, por lo que pueden llegar a ser 10 o más para un solo producto. Pero después

una vez terminado, todo se transforma en un solo SKU, lo que agiliza enormemente la operación”.

Tras la conversación, Catalina nos invita a recorrer las instalaciones.

11:15 hrs. Nos trasladamos al área de recepción o ingreso de producto, donde nuestra anfitriona nos comenta que diariamente pueden recibir cerca de 50 pallet, los cuales se deben almacenar correctamente en las más de 3900 posiciones. En cuanto a la rotación de los productos, Catalina nos señala que ésta depende de la naturaleza del mismo.

“Los productos de maquillaje tiene una rotación menor, debido a su tiempo de uso, en comparación a los relacionados con el cuidado capilar”, afirma.

Los productos son almacenados de modo paletizados en rack selectivos. Las instalaciones que albergan las bodegas cuentan con medidas para resguardar la calidad de éstos, como iluminación, temperatura y ventilación.

Ejemplo de lo anterior son las nuevas bodegas de 750 m², equivalente a 1800 posiciones de una altura de última viga de 7800 mm, infraestructura que cuenta con los más altos estándares de calidad.

11:40 hrs. Una vez almacenados los productos quedan a la espera de su despacho, ante las necesidades de los clientes. Una vez emitida la orden por el departamento comercial, los encargados de picking trabajan en la elaboración de los pedidos, los cuales son posteriormente preparados por los pickeadores de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.

“Hoy los clientes grandes nos solicitan que sus pedidos vayan paletizados y eso nos ha facilitado mucho el proceso, tanto a nosotros como también al cliente al momento de la recepción. Nuestros trabajadores reciben una hoja con las indicaciones de cada pedido. Si bien, la tecnología no es la más avanzada, se trabaja de forma precisa y rápida, características fundamentales para este proceso”, detalla.



11:50 hrs. Nuestra guía reconoce que en el proceso de Picking se evalúa la incorporación de nueva tecnología, apuntando al almacenamiento automatizado, debido a la naturaleza de los productos. “Debemos asumir nuevos desafíos”, enfatiza. En esta área trabajan fundamentalmente mujeres, porque –tal como comenta Catali-

na- están más familiarizadas con el tipo de productos. "Ellas saben distinguir un producto de otro a la vista, mientras que los hombres se aprenden cada producto por su código".



La ejecutiva de Cosmética Nacional nos cuenta que la desviación de inventario es alrededor del 0,06%; Realizamos al azar la revisión de 5 SKU y eso nos ha reportado muy buenos resultados y la operación no nos toma más de 10 minutos, porque anteriormente hay controles en cada una de las etapas de la cadena".

12:05 hrs. Continuando con nuestro recorrido hicimos ingreso al área de Packing, el cual está dividido en dos: maquilaje y capilar. En nuestro paso podemos ver como elaboran un pedido de acuerdo a los requerimientos del cliente. En esta ocasión los trabajadores se enfocaban en la apertura de las cajas de cosmético, ya que todas deben ir abiertas por requisito. "Aquí el factor humano es esencial", enfatiza la Jefa de Logística. Asimismo, Catalina nos comenta que dentro de los distintos eslabones que conforman su cadena logística, el packing es "uno de los más demorosos, porque cada cliente tiene sus requerimientos y eso nosotros no lo podemos manejar".

12:30 hrs. Luego del packing pasamos a la zona de despacho, donde luego de ser revisados nuevamente por el personal

indicado son cargados a los camiones. Esta zona es una de las que está actualmente en crecimiento, ya que conjuntamente se está edificando las nuevas instalaciones de despacho, las cuales contarán con los servicios nacionales e internacionales.

"Casi todos los despachos los realizamos en la mañana. En la tarde se prepara la carga que será despachada a la mañana siguiente, luego de ser revisada, ya que aquí es el último momento para detectar los errores", asegura Martínez. En cuanto a los canales de distribución, estos están compuestos por el retail y mayoristas, "a quienes se les despacha en promedio dos veces a la semana". "Tenemos una flota de seis vehículos para la distribución en Santiago y una empresa que nos apoya en las regiones. Además, arrendamos rampas para optimizar nuestros procesos. Sin embargo, hoy nuestra flota se nos hizo chica y esa es una tarea que tenemos", nos narra nuestra anfitriona.



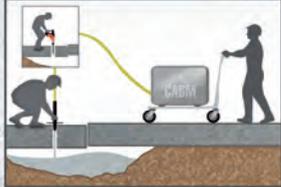
Es así como el crecimiento de la marca se ha visto reflejada en la internacionalización de su mercado, contando hoy con presencia en Panamá, Costa Rica, Brasil, Uruguay, Paraguay, Ecuador, Perú y Bolivia. Tras conocer las instalaciones y su funcionamiento nos vamos con la sensación de una compañía chilena en crecimiento logístico. Agradecemos, a nuestra guía Catalina Martínez por permitirnos recorrer sus instalaciones.]



Reparación **Alabeo** en pisos de Hormigón



¿Problemas con pisos Alabiados?



Expertos en Reparación de Alabeo



CONTACTENOS



www.cabmservicios.cl

Otros Servicios

- Endurecedores químicos
- Selladores acrílicos
- Sellos de juntas
- Inyección de grietas
- Reparaciones y mantenimiento
- Coating y revestimiento epóxicos
- Rehabilitación de pavimentos

 contacto@cabm.cl
Fresia N° 9203, Golf 4,
Quilicura, Santiago
Telefono:(56-2) 2 2152063
www.cabm.cl

IMPLEMENTAR

BERNARDO HARGOUS
Jefe de Supply Chain Entel



LA DIFICULTAD DE IMPLEMENTAR UNA FORMA DE TRABAJO DE SCM EN UNA EMPRESA CHILENA

En las grandes corporaciones transnacionales, o empresas de gran tamaño de USA, Europa y Asia, existen grandes áreas dedicadas al Supply Chain, entendiéndose la necesidad de tener visibilidad, trazabilidad y capacidad de gestión, no sólo en la logística, si no también en la integración de las diferentes áreas del negocio con las áreas operativas, además de poder articular operaciones sofisticadas en conjunto con áreas homólogas de proveedores y clientes para buscar mayores eficiencias.

Esta forma de trabajo es muy útil en empresas de tamaño mediano hacia arriba, como una forma de integrar áreas, optimizar e innovar procesos y realizar una gestión transversal, tanto de los activos como de los recursos. En Chile, a pesar del tamaño de las empresas, no existe una cultura de innovación en niveles profundos de las operaciones, manejo de información, transaccionales, etc., poniendo piedras de tope para nuevas formas de trabajar.

Si se tiene en cuenta que el Supply Chain es un área transversal estratégica en una compañía, y que cuenta con 4 pilares funcionales (logística, demand planning, comercio exterior y gestión de órdenes), es en el área de demand planning donde se genera el mayor valor, ya que es el área que tiene mayor interacción con otras áreas de la empresa, así como es la que genera el input para todo el resto de la cadena. Sin embar-

go, en muchas empresas de gran tamaño, no hay áreas definidas ni centralizadas para la planificación, por lo que las áreas de marketing y ventas no tienen participación conjunta con las áreas operativas, produciendo ruido en el flujo de la información y la operación. Este problema se incrementa a medida que las empresas crecen y aumentan sus líneas de negocio, segmentos, canales de distribución, y acorde a esto crecen las áreas de ventas y marketing, pero no hay ningún interlocutor en las áreas operativas que logre consolidar la información, dar visibilidad y lograr eficiencias.

¿Cuándo crear un área de demand planning? La necesidad se hace palpable al no tener una gestión clara y consolidada de la información de planificación de demanda, y cómo esto impactará en los niveles de compra, inventarios y capacidades logísticas de la compañía. Además, una de las formas más eficientes de formar sinergia entre áreas comerciales, financieras y operativas es mediante las instancias de S&OP (sales and operational planning), comúnmente dirigidas por el demand planner, debido a su capacidad de análisis, manejo de información y gestión estratégica en el abastecimiento.

¿Cómo llegar a instaurar una cultura de Supply Chain en una cultura en que se desconoce su alcance, y sólo se entiende como un área asociada a la logística? A mi

punto de vista la mejor manera de instaurar una cultura de administración de la cadena de suministro es demostrando la importancia de la visibilidad. No sólo tener en cuenta los niveles de inventarios, ingresos o salidas, sino que una vista completa de la cadena, teniendo en cuenta, al menos, la visibilidad de las órdenes de compra, llegadas, inventarios, ventas, forecast, alcance de inventarios, etc.

Una vez se tenga esta visibilidad se puede empezar a gestionar en diferentes áreas de las compañías, desde la compra, la planificación logística/operativa, las ventas, e incluso llegar a impactar directamente en las estrategias comerciales.

Además de poder administrar esta información, se necesita de herramientas o sistemas (dependiendo de la cantidad de información) que nos permitan tener una visibilidad completa, simple y a tiempo para poder reaccionar y adelantarnos a los posibles problemas de quiebres, de proveedores, o de diferencias contra el plan. Teniendo estos puntos claros, es que un área de Supply Chain, se transforma en un área clave y estratégica dentro de una compañía, no importando el tamaño ni el rubro de esta.

Tus comentarios
escaneando el QR desde
tu smartphone





Todas las Soluciones en un Solo Lugar

ARRIMAQ[®]
UNA EMPRESA PENTA

En ARRIMAQ contamos con la mayor variedad en productos y equipos de movimiento de carga lo que nos permite entregar la mejor solución a su requerimiento



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



TECNOLOGÍA

MARCELO BULO MOREIRA
Subgerente Operaciones Logísticas Easy



VENTAJAS DEL VOICE PICKING

Cuando hablamos de voice picking nos referimos al uso de auriculares manos libres y mini computadoras personales que ayudan a quienes preparan (colaboradores) los pedidos en nuestros almacenes, entre muchas otras tareas en nuestro CD.

Este sistema inteligente de gestión emplea comandos de voz para recibir y dar información al sistema de gestión del almacén (WMS). En esta operación una de las virtudes más valoradas dentro del proceso es la liberación de las manos, tanto para nuestros operadores de picking como también para nuestros operadores de maquinaria de ordenamiento de almacén (Reposiciones).

Cuando existen operaciones, en las cuales necesitamos disponibilidad manual para un alto volumen de preparación y manipulación de grandes cantidades de SKUS, el voice picking nos permite tener una mejor precisión en la preparación de nuestros pedidos y en nuestra productividad operacional.

La principal diferencia entre el voice picking y todas las otras tecnologías de picking, como por ejemplo el escaneo por RF o el pick to light, es la agilidad en la operación, ya que sólo se usa la voz humana para ingresar y recibir pedidos e instrucciones, todo por un canal directo. Así, los pedidos se preparan rápidamente sin tener que usar algún aparato de escaneo manual o el papel y lápiz para registrar el pedido. Una vez que

el colaborador ya está en línea, son los monitores de almacén que comienzan a supervisar los distintos procesos de reposición y también de picking, destacando también el área de slotting para la gestión de reposiciones para una mejor administración del almacén.

Es así, que por medio del auricular que trae puesto el colaborador, recibe la instrucción de la ubicación y la cantidad del pedido, y éste a su vez confirma el SKU del artículo e ingresa el pedido y cualquier otro comando al sistema de administración del almacén simplemente usando su voz. Para preparar al software para que reconozca las voces de cada persona se necesita apenas un breve periodo de capacitación, de hecho el tiempo total para capacitar a usuarios nuevos que antes recurrían a métodos de escaneo con RF o al papel y lápiz, es muy breve, de unas cuantas horas para el reconocimiento de voz cuando esta se valida .

Cada colaborador tiene asignado un auricular y una computadora la cual se actualiza cada cierto tiempo según parámetros establecidos y de acuerdo a los avances que este colaborador vaya confirmando dentro de un recorrido lógico y diseñado para que sea óptimo el proceso del Picking.

Especificando que la clave para un buen picking es que las posiciones dentro del almacén estén al día en el flujo de la reposi-

ción y el recorrido del picking sea eficiente. Como el Voice Picking trabaja con el mecanismo de voz surgen avisos constantes, quienes completan pedidos tienen que estar bien concentrados en la operación y así tienen menos oportunidad de error o bien de interrumpir sus tarea en el flujo.

Una de las grandes ventajas es el tema del aumento de productividad con voice picking es el hecho de que al colaborador le quedan las manos libres para manejar artículos o cargar pallets, o bien, cargas de difícil manejo (volumen).

Pero las ventajas no sólo radican en la fluidez de la operación, sino que también nos ayuda a mejorar nuestra seguridad operacional para nuestros colaboradores, la exactitud en los procesos de captura de inventarios y la gestión de inventario cíclico. Esta herramienta permite que el operario logístico esté libre visualmente, ya que no estará pendiente de una planilla con la cual puede confundirse y con ello cometer algún error en el proceso de preparación de pedidos.

Tus comentarios
escaneando el QR desde
tu smartphone



tecsidel

Soluciones para la logística



WMS

Gestión de almacenes
y centros de distribución



WMO

Planificación, cálculo optimizado y
ejecución guiada de operaciones



WDA

Indicadores, reportes y
explotación de datos



PTV

Operaciones por voz



PTL

Preparación de pedidos
mediante displays luminosos



RF

Radiofrecuencia
y código de barras



LITE

Gestión de almacenes
para Pymes



WCS

Gestión de almacenes
con automatización



DMS

Gestión de reparto
y posicionamiento de flota



LTM

Gestión de vehículos
en grandes recintos

SEGA

● Clientes ○ Oficinas de Tecsidel

RELACIONES

TOMÁS COX
Gerente de Logística Multitiendas Corona



CADENA DE ABASTECIMIENTO DE UN RETAIL

Cuando se trata de definir a la Cadena de Abastecimiento muchos lo explican en base a relaciones logísticas (traspasos de bienes y/o servicios) entre distintas entidades, desde las materias primas hasta que el producto terminado se encuentra en las manos del cliente. Por lo tanto, lo primero que se viene a la mente son barcos, camiones, cajas, pallets, códigos de barra y órdenes de compra, yendo y viniendo, articulados de manera fluida y orquestada en la medida que se alcanzan buenos niveles de eficiencia. Se podría resumir simplemente en "Comprar", "Mover" y finalmente "Vender".

Sin embargo, esta visión sin ser errónea, para una compañía dentro de la industria del retail, es a lo menos reduccionista. Muchos de los procesos vinculados a la cadena de abastecimiento de un retail comienzan mucho antes que la fábrica compre una materia prima y que exista un movimiento "logístico". Es así como antes de poder "Comprar" se debe "Gestionar los Productos".

Mucha gente afirma que el retail es un negocio inmobiliario, con lo cual la rentabilización de sus m2 es uno de sus grandes objetivos. Siendo esto cierto en gran parte, dentro de la gestión de productos, la manera de empezar a hacerlo se llama "Category Management", a través del cual, la compañía debe definir desde los Roles y las

Estrategias que le asignará a los departamentos que decide comercializar hasta las tácticas a implementar y los objetivos que espera de ellos.

Suponiendo que ya tenemos el Category Management definido, comienzan los procesos de "Planificación", dentro de los cuales se debe tomar los objetivos definidos y aterrizarlos para la obtención de los objetivos Comerciales (participación de mercado, top of mind, etc.) y Financieros (Utilidad, EBITDA, GMROI, GMROS, etc.). El desafío es alinear el presupuesto anual de la compañía con ejercicios periódicos de Forecast (por ejemplo, mensuales) que permitan a cada participante de la cadena planificar sus operaciones consistentemente. Para esto se debe trabajar con los más diversos tipos de aperturas (por día, por tienda, por tipo de producto, por proveedor, etc.) y unidades de medida (moneda local, dólares, % margen, unidades, pallets, m3, etc.).

A pesar del nivel de detalle del forecast, a estas alturas, todavía se hace difícil hacer la bajada fina a nivel de producto. Para lograrlo se debe hacer "Gestión de Surtido", entrelazando decisiones de Profundidad versus Variedad de Surtido, con los tipos de tiendas (Clusters) en las que tus productos se comercializan y con los espacios disponibles en cada una de ellas, buscando rentabilizar al máximo los m2 disponibles. No es difícil imaginar que cada uno de estos temas da

por sí mismo para un artículo completo. Por lo demás, según mi opinión, es en donde más oportunidades hay en el retail chileno, dado el estado del arte actual. Hoy existen herramientas sistémicas que te permiten trabajarlos, sin embargo, requieren de un nivel de parametrización e inteligencia de negocio tan alto, que muy pocos pueden decir que lo manejan a plenitud.

Finalmente, antes de "comprar" y para luego "mover" y "vender" se tiene que pensar en el ciclo de vida de los productos, más aún si son de moda o son comprados para una estacionalidad particular en el posicionamiento comercial de tu compañía (por ejemplo, "Everyday low price") y en la planificación promocional (Revistas, Campañas, Aniversarios, Aperturas, etc.). Estos procesos son llamados "Gestión de Precio" y cuando son bien trabajados permiten tener una mayor asertividad en el cumplimiento de los forecasts y el presupuesto comercial, ya que se sabe de antemano a qué precio el producto debe entrar a las tiendas, a qué precio se debe poner para determinadas promociones y finalmente, si el producto no es de continuidad, cuándo se debe empezar a liquidar.

Tus comentarios
escaneando el QR desde
tu smartphone



en la palma de su mano



El resistente EDA Dolphin® 7800 de Honeywell se desempeña como un computador multi-propósito integrando comunicación, recopilación de datos en un tamaño compacto y confiable; y empodera a los trabajadores que están en continuo desplazamiento a realizar el trabajo, independientemente de su ubicación.



INTERESADO EN UNA UNIDAD DE DEMOANTRACION DEL Dolphin 7800?

Visite http://go.honeywellaidc.com/LA_Logistec_Ad_D7800_0812.html o escanee el código QR de la derecha para averiguar cómo obtener un Dolphin 7800 de demostración.

Honeywell

PUERTO DE AGUAS PROFUNDAS: BUSCA CONVERTIR A URUGUAY EN UN IMPORTANTE EJE LOGÍSTICO

Hace menos de un mes, la Cámara de Diputados uruguaya dio luz verde a la ley que habilita el puerto de aguas Profundas, uno de los proyectos emblemáticos del actual gobierno de José Mujica y que viene a incentivar el crecimiento logístico de dicho país.

El proyecto tendría importantes consecuencias en cómo se posiciona Uruguay en América del Sur del punto de vista de su desarrollo comercial y logístico, transformándose en una plataforma atractiva para el comercio internacional, dada las condiciones naturales que tiene la costa este de Uruguay, lo cual posibilitaría el acceso de barcos de gran calado.

Se estima tendrá una inversión cercana a los mil millones de dólares es vista por las autoridades como una plataforma de crecimiento comercial y económica para el país. Tras el anuncio del proyecto, la Unidad de Inteligencia de la revista The Economist consideró que "si el proyectado puerto de aguas profundas se

concreta apoyaría el pronóstico de que el Producto Interno Bruto (PIB) de Uruguay crecerá a una sólida tasa de alrededor del 4% anual en 2015 y 2017".

LA NECESIDAD DE CRECER

El intercambio económico en el mundo va siempre en constante crecimiento. Las relaciones comerciales en áreas como América y Asia están estrechamente vinculadas y con proyecciones de crecimiento. En esta línea, la demanda por el flujo de transporte de larga distancia, que dé respuesta a las necesidades comerciales, ha sido el principal motor para los impulsores de este proyecto, ya que contar con un puerto de primera línea podría permitir a Uruguay disminuir



los costos de toda la cadena logística de los miles de productos desde y hacia su territorio.

Por otra parte, el ahorro en costos de transporte, que a su vez es una mejora en la competitividad de los productos de América Latina, determina la justificación de este tipo de inversiones en los puertos de características estratégicas como éste.

En este sentido, la ampliación del canal de Panamá se transformó en una de las razones técnicas para incentivar la concreción de este proyecto, respaldando con ello el de desarrollo del medio de transporte fluvial, permitiendo que sean utilizados barcos cada vez más grandes y de mayor calado. Con todo, el flujo de demanda y el transporte vinculados a esos orígenes y desti-

nos, el crecimiento de la demanda de determinadas mercaderías y la evolución de los modos de transporte, hacen que esos ahorros en el costo del transporte justifiquen inversiones significativas como las emprendidas en Uruguay.

Según han manifestado las autoridades uruguayas, hoy están dadas las condiciones económicas para que la inversión que significa un proyecto de esta envergadura se realice de manera rentable.

POSICIONAMIENTO LATINOAMERICANO

La concreción de este puerto ha sido, por años, una idea del estado uruguayo. Las ventajas es-

Su ubicación en el cono sur del continente y sus excelentes atributos naturales le dan a Uruguay buenas condiciones para establecer este Puerto de Aguas Profundas (PAP), potenciando la integración de Uruguay a la región y al comercio mundial.

tratégicas que se proyectan con su puesta en marcha han sido las cartas de presentación en las distintas entidades en busca de apoyo y aprobación para incentivar este crecimiento e inversión.

Por otra parte, entre las ventajas que dicho proyecto reportaría se cuentan: reposicionamiento de Uruguay en América del Sur; el desarrollo de la estructura productiva del país; mayor rentabilidad en otras líneas productivas que actualmente no lo son por la propia salida de transporte; y, por supuesto, un fuerte impacto a nivel económico, no sólo a nivel de la construcción y de la operación, sino también, generará oportunidad de desarrollar una cadena de valor.

Su ubicación en el cono sur del continente y sus excelentes atributos naturales le dan a Uruguay buenas condiciones para establecer este Puerto de Aguas Profundas (PAP), potenciando la integración de Uruguay a la región y al comercio mundial.

El PAP es determinante para viabilizar y mejorar la competitividad de la producción nacional y regional, concentra diversas actividades estratégicas como constituirse en base logística para la prospección de hidrocarburos, terminal energética y para almacenamiento y distribución de petróleo y combustible. Su espacio terrestre alojará todas las actividades complementarias o conexas y los servicios necesarios, lo que mediante

un desarrollo planificado generará impactos socio-económicos positivos.

Siguiendo las tendencias mundiales en transporte de ultramar, el PAP logra una positiva inserción en las cadenas logísticas de los principales bienes comercializados, desde y hacia la región, apuntando a tres ejes principales:

- Viabilidad y sustentabilidad a diversos emprendimientos productivos dentro del territorio de Uruguay y en su hinterland regional (Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay).

- Una de sus principales fortalezas es que puede complementar los puertos fluvio-marítimos de la Hidrovía Paraguay-Paraná y otros de la región.

- Potencia la plataforma logística nacional uruguaya, generando nuevas oportunidades en operaciones de trasbordo.]



DIRIGIMOS NUESTROS ESFUERZOS AL LOGRO DE SUS OBJETIVOS



Gracias a un equipo profesional de excelencia y altos estándares de calidad y tecnología en nuestros procedimientos, en EIT entregamos servicios logísticos integrales que garantizan una óptima gestión en la cadena de abastecimiento de nuestros clientes, convirtiéndonos en verdaderos socios estratégicos comprometidos con su negocio, ahorrando tiempo, costos y maximizando la inversión.

LOGÍSTICA / TRANSPORTE / DISTRIBUCIÓN



Puerto Vespucio 9637 Pudahuel - Santiago. Teléfono: (56 2) 840 74 00



info@eit.cl / www.eit.cl

LA BATALLA POR LOS PROFESIONALES LOGÍSTICOS

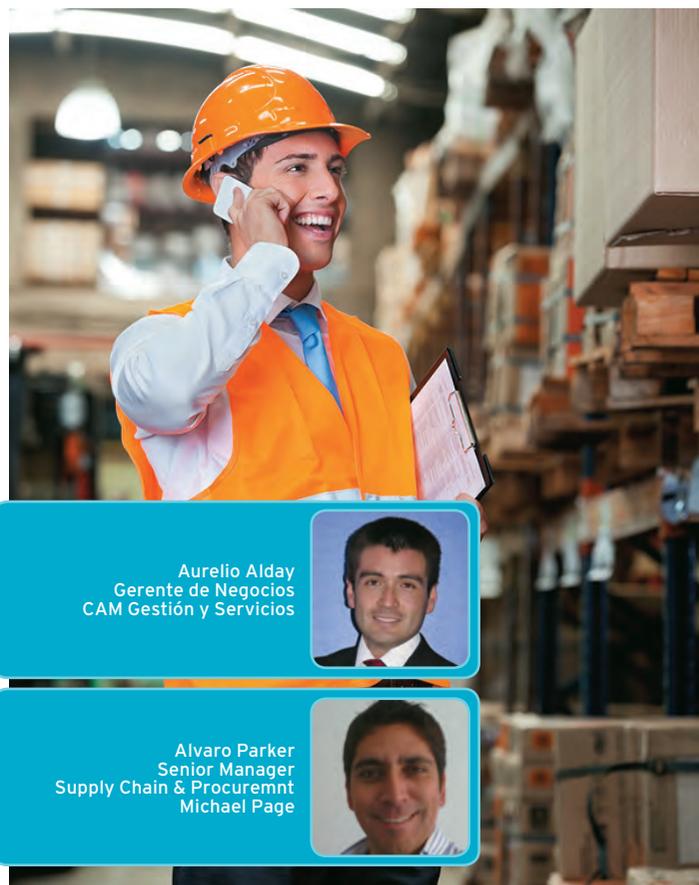
El vertiginoso crecimiento del mercado logístico en Chile, presente en todas sus áreas, en los últimos años ha conllevado al sector a vivir en una constante necesidad por profesionales que den respuestas a los múltiples requerimientos de las empresas en cuando al manejo de sus operaciones.

Profesional con experiencia en Supply Chain” o “Se necesita ingeniero con conocimientos en Distribución de productos masivos” son sólo algunos de los avisos que encontramos al recorrer las principales páginas de ofertas laborales, lo cual refleja una clara tendencia del mercado: la necesidad de profesionales.

Cuando el crecimiento y el buen posicionamiento económico de Chile arrojan una tasa de desempleo aplaudida por distintos sectores, el Recurso Humano se hace cada vez más importante en los distintos sectores industriales y la logística no está exenta de esta situación. Sin embargo, dicho panorama se hace

más complejo para las empresas cuando la escasez de recurso humano tiene como contraparte, la falta de profesionales que carecen de capacitación y experiencia y no a una contingencia o resultado económico. Frente a este panorama cabe preguntarse, ¿cuál es la verdadera vacancia de las plazas laborales en la logística? y ¿cómo las ofertas académicas hacen frente a esta creciente demanda?

Para analizar el panorama actual del mercado profesional logístico, dos expertos en recursos humanos y reclutamiento de personal conversaron con Revista Logistec, Aurelio Alday, Gerente de Negocios de CAM Gestión & Servicios y Álvaro Parker, Senior Manager de Supply Chain



Aurelio Alday
Gerente de Negocios
CAM Gestión y Servicios



Alvaro Parker
Senior Manager
Supply Chain & Procurement
Michael Page



& Procurement de Michael Page. A modo general, Parker afirmó que “el escenario actual se encuentra muy movido en la búsqueda de talentos”. Asimismo, Alday aseguró que “tantos las áreas ejecutivas como las operacionales están en busca de gente capacitada y con habilidades”.

UN MERCADO EN DESARROLLO

No cabe duda que la logística es un área que –día a día– cobra mayor relevancia al interior de las empresas, lo que ha generado un mayor interés de los profesionales existentes y capacitados de ingresar a esta área que plantea amplias posibilidades

de desarrollo de acuerdo a las aptitudes de los ejecutivos. En esta lógica, Álvaro Parker señaló que el mercado laboral logístico ha crecido ampliamente, lo que ha llevado a que hoy “los profesionales sientan mayor interés en desarrollarse en estas áreas”.

Sin embargo, el ejecutivo de Michael Page recalzó que si bien existe interés por parte de los profesionales, el número de ellos sigue “siendo escasos” y “muchos de los que están disponibles necesitan desarrollar más el concepto de cadena de valor integral”.

Coincidentemente, Aurelio Alday planteó que si bien “hay gente que requiere trabajo en el tema operacional falta capa-

citación y por el lado profesional hay muchos postulantes, pero también falta especialización en áreas claves para el desarrollo del país, por ejemplo en el desarrollo de las habilidades blandas que son cada vez más esenciales”.

¿EN BUSCA DEL TALENTO?

Los avisos económicos publicados en busca de profesionales del área logística tienen algunos puntos en común: la base académica, la experiencia y el dominio del idioma inglés.

Ante esta situación, Parker recalcó que “el logístico, es uno de los sectores menos desarrollados en términos de perfiles con dominio avanzado de inglés y habilidades interpersonales. Entre las principales competencias que están buscando las empresas están aquellas que van relacionadas con el liderazgo y el manejo del inglés”.

“Hay gente que requiere trabajo en el tema operacional falta capacitación y por el lado profesional hay muchos postulantes, pero también falta especialización en áreas claves para el desarrollo del país, por ejemplo en el desarrollo de las habilidades blandas que son cada vez más esenciales”.

Mientras tanto, el ejecutivo de CAM expresó que en términos generales las empresas buscan en dos áreas: “Gestión, que son aquellos que realizan informes y manejan números y, por otra parte, quienes tienen que analizar estos números, tomar decisiones y hacer gestión”.

Asimismo, advirtió que “hoy las empresas buscan a los del segundo grupo que son gerentes, subgerentes jefaturas, es decir, aquellos que toman decisiones, quienes deben hacer mover las empresas.

En otras palabras, las compañías están buscando líderes, quienes puedan armar grupos de trabajos o encabezar proyectos de envergadura”.

Es así como se deduce, de acuerdo a los requerimientos planteados, que las empresas están buscando no sólo al ingeniero que conozca de números y que conozca la bodega, sino aquel que tiene además una visión comercial y general de la compañía.

Ante este panorama, Aurelio Alday reconoció que “cuesta encontrar a las personas indicadas, principalmente porque en las Universidades no hay una formación de liderazgo en pregrado y por eso vemos como los diplomados o postgrado se han enfocado en el desarrollo integral del profesional”.

A su vez, ambos profesionales coincidieron en la importancia que ha tomado el dominio del idioma inglés, dada la llegada de empresas extranjeras al mercado chileno con quienes los ejecutivos de hoy deben relacionarse correctamente.

Es así como hoy los profesionales son quienes deben marcar la diferencia y para eso se

un sector ampliamente demandante, marcando así la diferencia entre quienes cuentan con la preparación y quienes han ingresado desde otras áreas industriales sin el desarrollo de las debidas habilidades.

“La oferta académica va de la mano con las necesidades actuales del mercado. De todos modos, creo que falta una oferta más alineada a la visión estratégica de logística. La mayoría de las universidades ofrecen programas/diplomados más técnicos, sin una visión de negocio, que es el aspecto menos desarrollado de los perfiles de logística”, comentó el Senior Manager de Supply Chain & Procurement de Michael Page.

Mientras tanto, Aurelio Alday instó a las Universidades a “salir al mercado” y así sacar una foto actual de lo que se demanda, para “saber hacia donde va el mercado y cómo se posicionará de aquí a cinco años, por lo menos. Luego, en base a eso, generar planes de estudios e ir actualizando los contenidos”.

Parker, a su vez, se declaró esperanzado de la evolución que tendrá el mercado a corto plazo, la cual será – a su juicio- “natural y pasará por contar con perfiles profesionales que desarrollen una mayor visión de negocios, que dominen el área técnica y que sean capaces de entregar soluciones integrales al negocio, no sólo operacionales de corto plazo”.

Sin embargo, el Gerente de Negocios de CAM fue enfático y recalcó que “las universidades no han mirado la demanda de las empresas. Hay un tema de formación y especialización en cuanto a los profesionales que el país necesita”.

Con todo, se desglosa que las áreas de desarrollo para estos profesionales son y seguirán siendo: El liderazgo, la visión de negocios y el manejo del inglés. En conclusión, ambos ejecutivos coinciden en que hoy se deben generar: Profesionales Líderes y Especializados. **I**

OFERTA ACADÉMICA

Ante el cambio de visión y de requerimientos, la oferta académica es fundamental. La clave de un mercado con amplio potencial y en desarrollo como es el logístico está –sin duda en la calidad de sus profesionales y para eso las universidades son primordiales, al ser capaces de leer correctamente las necesidades del mercado y entregar a los jóvenes las herramientas necesarias para desenvolverse en



Artículo completo
escaneando el QR desde tu
Smartphone o Tablet.

INSTITUCIÓN	DIPLOMADO	MAGISTER	INICIO	DURACIÓN	DIRECTOR O COORDINADOR	INFORMACIONES
USACH	Diplomado en Gestión Logística de Abastecimiento y Adquisición	-	Abril	-	Pamela Araya F. Directora Educación Continua Dto. Administración	(02) 27180827 diplomados@usach.cl www.diplomadosusach.cl
UDP	Gerencia y Estrategia Logística	-	Mayo	120 horas	Luis Gaete	(02) 26762421 dgp2010@mail.udp.cl www.odp.cl/postgrados
IEDE	Operación y Logística	-	Marzo	-	Coordinación: Paola Muñoz M.	(02) 24960173
USACH	Diplomado en Gestión Logística de producción y Distribución	-	Abril	-	Pamela Araya Ferriere - Directora Educación Continua Dto. Administración	(2) 27180812 diplomas@usach.cl www.diplomadosusach.cl
UDD	Diplomado Gestión Estratégica de Abastecimiento	-	Agosto	-	Gustavo Canepa V.	(2) 23279960 cfe@udd.cl www.cfe.cl
UNAB	-	Magíster en Ciencias de la Ingeniería Mención Logística y Gestión de Operaciones	Abril	18 Meses	Héctor Valdés	(2) 27703850 www.advance.unab.cl
ILT	Diplomado Gestión Logística y SCM	-	Marzo	90 Horas	Juan Pablo Fuentes	(02) 28696077 info@ilt.cl
U. MAYOR	-	Magíster en Dirección de Logística Estratégica	Junio	640 Horas	Max Sáez R.	(02) 6003281000 contacto.fen@umayor.cl
ESCUELA DE GESTIÓN EUROPEA	-	Master de Logística Competitiva	Mayo	15 - 18 Meses	Mario Berteló	(02) 23702969
ACADEMIA POLITÉCNICA MILITAR DEL EJÉRCITO DE CHILE	-	Magíster en Ingeniería en Sistemas Logísticos	Mayo	15 Meses	Mario Arce	(02) 22994408
UCSC	-	Magíster en Gestión de Operaciones y Servicios	-	-	Coordinador : Cristina Araneda Fuentes	(041) 2345302
IEDE	-	Master en Dirección de Operaciones y Logística Empresarial	Junio	640 Horas	Max Sáez R.	(02) 6003281000 contacto.fen@umayor.cl

AVANZAR

TRANSFORMAR



A LOS 30
NO PIENSAS LO MISMO
QUE A LOS 18.

HOY SABES LO QUE QUIERES.



Obtén el título profesional que necesitas para avanzar en tu carrera

- Para ejecutivos con estudios previos y experiencia laboral.
- Clases tres veces por semana.
- Ciclos trimestrales.
- Horario fuera de oficina.
- Sedes: Santiago, Viña del Mar y Concepción.
- Convenios de descuento con más de 50 empresas e instituciones.

Postula y accede a becas y beneficios

ADVANCE
PROGRAMA EJECUTIVO
DE PREGRADO

CHE Middle States Commission
MSA on Higher Education
www.msche.org 3624 Market St. Philadelphia, PA, USA
Institución Candidata a la Acreditación, Junio 2012



**Universidad
Andrés Bello**

advance.unab.cl

5 años Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile
Gestión Institucional
Docencia de Pregrado
Vinculación con el Medio
Investigación

UNIVERSIDAD ACREDITADA : hasta diciembre de 2013

FORMACIÓN LOGÍSTICA PARA EL MUNDO DEL TRABAJO

El crecimiento de nuestro país –el cual agradecemos por cierto– está generando una serie de desafíos a resolver. Entre otros, escases de mano de obra, necesidades crecientes de infraestructura, mejor calidad de los servicios y energía, son sólo algunos de los grandes desafíos que como sociedad, y en particular como economía, debemos solucionar para poder ponernos los pantalones largos de nación desarrollada.

Uno de estos factores que interviene positivamente en el desafío enunciado, es sin lugar a dudas, la capacitación del capital humano en los diversos sectores económicos –y claro– la logística no constituye excepción.

El crecimiento de este sector ha sido sostenido en los últimos años, incrementando sólo considerando a los operadores logísticos, en más de 10.000 los puestos de trabajo en el reducido tiempo de seis años. Esto nos da una clara señal de la necesidad de formación del sector y de la difícil tarea de administrar correctamente este crecimiento con personas entrenadas para las diversas tareas que conlleva la logística, como así también, la necesidad de preparar y especializar profesionales en la administración de la cadena de suministros.

Es usual ver profesionales de distintos ámbitos confluyendo en la industria logística, pero ¿están preparados? ¿Es suficiente la experiencia para desarrollar con excelencia una determinada labor?

La respuesta es simple... La formación específica en logística entrega herramientas y técnicas diseñadas para hacer frente a problemas logísticos concretos y precisos. Por tanto, la preparación específica en el campo de la administración de la cadena de suministros genera la visión y condición para poder resol-

ver integralmente los desafíos de la administración de los flujos físicos de las empresas. La logística entrega hoy la capacidad de diferenciación entre participantes de industrias específicas, genera capacidades competitivas y estratégicas que son determinantes a la hora de competir por una parte del mercado. En consecuencia, la logística puede ser considerada como una instancia indispensable e integradora de la estrategia corporativa y un pilar fundamental de la estructura de cualquier negocio, incluso de servicios, que requieren profesionales preparados en la cultura y en la forma de ser de la logística.

La Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile, a través de su Departamento de Administración ofrece anualmente dos Diplomados en Logística basados en la Gestión de la Cadena de Suministros, es decir, bajo la lógica de la Administración. Ello permite a sus egresados articular los distintos eslabones de la cadena de suministros, los cuales determinan en su correlación el valor para los negocios.

Es fundamental para tal efecto no sólo una propuesta formativa que considere conocimientos o técnicas duras y específicas del campo logístico, sino también conocimientos relevantes para la gestión logística y para las personas que trabajan en ella, como son: la negociación, la gestión del recurso humano, la administración de la información global, entre otros. Junto a lo anterior, se resalta

la integración de talleres y actividades prácticas que permiten, a través de la casuística, que los alumnos incorporen las herramientas que pueden rápidamente introducir a su labor diaria.

Estamos claros que la logística es todavía una asignatura pendiente en carreras de pregrado, constituyendo en nuestro país una limitación a la hora de la búsqueda de personal calificado. Motivo por el cual, la propuesta de la Universidad de Santiago tiene como objetivo adelantarse a estas necesidades de la industria que si la aprovechan, encuentran beneficios concretos de costos, mejoramientos organizacionales y en la atención al cliente, hoy en día, indispensables y altamente valorados por la sociedad.

Arriban a nuestros programas diversos profesionales y técnicos de la industria logística que tienen como objetivo en común encontrar herramientas (competencias) que les permitan avanzar y perfeccionar su rol en la organización. Objetivo que adquiere mayor importancia con la transversalidad de la función logística (adquisiciones y almacenamiento, distribución y transporte tanto interna como externamente a la empresa). Asimismo, es una cualidad que constituye un gran desafío para nuestros programas formativos que, año a año, se modifican tomando en consideración las observaciones y sugerencias que los propios alumnos realizan a su malla de cursos. **1**

Pamela Araya
Directora
Educación Continua
Usach



Andrés Amigo
Director Diplomado
Gestión Logística
Usach





Storage Solutions

Racking Division



CALIDAD

Aceros de alta resistencia
Certificaciones ISO 9001 y 14001
Cumplimiento de normativas europeas

GARANTÍA

Respaldo Grupo Internacional con más de 70 años de experiencia
5 años de garantía en todos los productos

ASESORÍA LOGÍSTICA

Asesoramos en la solución de almacenaje adecuada para cada proyecto, flexibilidad y servicio adaptado

CONTROL CÁLCULO SÍSMICO

Desarrollo de proyectos de ingeniería avanzados
Centro tecnológico de I+D+i
Cumplimiento normativa sísmica chilena NCH2369

AR STORAGE SOLUTIONS LTDA

Av. Presidente Riesco 5335, Piso 9, Of. 925
Las Condes, Santiago, CHILE

Tel: + 56-2-7143800
+ 56-2-7143897

www.ar-storage.com

UDP INGENIERÍA EN INDUSTRIA Y LOGÍSTICA: HISTORIAS DE ÉXITO

Esta carrera es impartida por la Escuela de Ingeniería Vespertina de la Facultad de Ingeniería UDP, con el fin de perfeccionar un trabajo que promete un amplio campo laboral, buenas remuneraciones y éxito personal.

La profesionalización parece ser el camino obligado que tiene la logística en nuestro país. Cada vez son más las empresas que requieren especialistas para este trabajo que precisa de un alto grado de coordinación y responsabilidad frente a los diferentes problemas y procesos que enfrentan día a día las organizaciones. Así lo aseguran Luis Alberto Gaete, Director de la Escuela de Ingeniería Vespertina de la Universidad Diego Portales (UDP) y algunos alumnos que ya han egresado de esta casa de estudios, donde se imparte la carrera de Ingeniería en Industria y Logística.

Luis Alberto Gaete, director de la escuela desde el año 2005, asegura que “un 80% de los proyectos realizados por las empresas fracasa por múltiples causas, provocando grandes pérdidas en los recursos asignados. Hoy tenemos una explosión de centros de distribución en Chile y un crecimiento constante del comercio electrónico y ahí los ingenieros en Logística tienen mucho que aportar al negocio”.

“El perfil del ingeniero logístico de la UDP es estratégico, pero también altamente operativo y con capacidad de emprender. Será capaz de planificar el desarrollo de las operaciones logísticas bajo enfoques metodológicos cuantitativos para resolver problemas de negocios. En el mundo del día a día todo es logística. Cuando se compra, por ejem-

plo una camisa hay mucha logística desde el fabricante que debe comprar la materia prima, el distribuidor que lleva el producto terminado, la tienda que vende o lo despacha, etc. Hoy tenemos profesionales trabajando en el retail, en el área de transporte, laboratorios y de abastecimiento entre otras empresas, además de algunos emprendedores”. Un factor diferenciador, que se debe tomar en cuenta para continuar con estudios de especialización, es que junto con el título profesional se otorga el grado académico de licenciado en logística. Este grado permite a los profesionales continuar estudios de máster y luego de doctorado en Chile o en el extranjero.

TÍTULO INTERMEDIO

Cabe destacar que la carrera de Ingeniería en Industria y Logística se preocupa de ofrecer a las empresas, técnicos en administración de almacenes. Este título técnico lo pueden obtener los estudiantes al finalizar el cuarto semestre de la carrera. De esta manera, un estudiante con este título puede comenzar a trabajar en el área de estudio desde muy temprano en su malla curricular.

Wilson Mollo trabaja actualmente en la empresa Ariztía en el cargo de analista de transporte. Está encargado principalmente del proyecto roadnet y de los KPI donde se miden entre otras cosas las devoluciones de clientes, las temperaturas de los produc-

tos, los costos del área en los repartos hacia clientes y el nivel de servicio transversal a toda la cadena logística. Anteriormente se desempeñó como analista de planificación logística en Lápiz López donde estaba encargado de consolidar el Balanced Scorecard de la Gerencia Logística.

“Con el título de técnico - que entrega la carrera inicialmente al cuarto semestre-, se entregan herramientas que te permiten desenvolverte en la terminología propia del rubro y en la toma de decisiones que abarcan la cadena logística para enfrentar exitosamente cargos como asistente o analista logístico y adquirir experiencia clave. Luego, con el título de ingeniero puedes optar dentro de la misma empresa u otras a puestos clave dentro de la gerencia logística. Con este título intermedio se me abrieron una gama de oportunidades que me llevaron a un escenario positivo en lo laboral”.

EXPERIENCIAS

Valeria Contreras, egresada el año 2010, trabaja actualmente como Jefe de Logística en Yamaha y anteriormente trabajó por más de dos años en Forzac S.A, una de las unidades de negocios de la Compañía de Papeles y Cartones (CMPC). Allí implementó indicadores de gestión logística que miden el desempeño de las funciones tanto de almacenes como gasto variable. **1**

Luis Gaete
Director de Ingeniería
Vespertina
UDP



GESTION ESTRATEGICA DEL ABASTECIMIENTO: UNA DEUDA PENDIENTE EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS

Estudios recientes, han revelado que las áreas de abastecimiento, en algunos casos llamadas "área de compras", no han sido profesionalizadas respecto a su importancia y aporte de valor, es más, aún carecen de profesionales técnicamente capacitados, que no solo se enfoquen a solicitar 3 cotizaciones y evaluar en función del precio de compra.

Las antiguas áreas de compras o adquisiciones tienen que evolucionar. Ya no basta con buscar proveedores, recibir tres cotizaciones y escoger la más barata. El precio de compra es solo una de las variables relevantes. Cabe mencionar que en la actualidad, muchas veces necesitamos adquirir servicios, y en muchos casos esos servicios son "fabricados a medida" con lo cual no existe historia y por lo tanto la gestión de este proceso y sus riesgos asociados son claves. El personal de abastecimiento (en la actualidad) se debe preocupar además de la logística asociada a dicho abastecimiento y sin lugar a duda, identificar y gestionar el riesgo asociado.

En la actualidad, nuestro Diploma Gestión Estratégica de Abastecimiento ha estado generando cambios en las áreas de abastecimiento de nuestros alumnos. Con una mirada práctica, técnica y orientada a generar mejoras, hemos desarrollado un Diploma que apunta a fortalecer la gestión actual del área, entregando una mirada analítica y real,

donde cada participante puede llevar a cabo en su organización. Empresas como Hospital Militar, Sotraser, Rosen, FAMAE, ALSACIA, Empresa de Ferrocarriles del Estado, Envas Central S.A., Orica Chemicals S.A., entre otros, forman parte del grupo de empresas que han decidido fortalecer sus áreas de abastecimiento en el Centro de Formación de Ejecutivos de la Universidad del Desarrollo (www.cfe.cl). Los desafíos que hemos identificado para las áreas de Abastecimiento son:

1. DEJAR DE PEDIR LAS 3 COTIZACIONES. Esto es un tremendo paradigma. No todas las compras son iguales y dependerá mucho de la oferta, la complejidad y los precios. En muchos casos no es posible tener 3 cotizaciones por lo reducido del mercado de proveedores y ¿cómo lo hacemos? No siempre es necesario cotizar 3 veces. Será indispensable entonces definir criterios para discriminar su uso.

2. PREOCUPARSE DEL COSTO TOTAL DE ABASTECIMIENTO. El costo de compra es solo una variable del abastecimiento, y por lo tanto, es necesario evaluar todos los costos asociados, incluidos los costos logísticos hasta que tenemos el producto/servicio listo para ser utilizado. Es necesario identificar todas las actividades y costearlas.

3. GESTIONAR LOS RIESGOS DE LOS PROVEEDORES. Como existe incertidumbre, sobre todo en la compra de productos/

servicios "especiales", es crítico identificar y gestionar los riesgos asociados. Muchas veces, los contratos no los consideran y por lo tanto no se definen responsables. Esta deficiencia genera un vacío en el contrato, y por ende, un vacío en la responsabilidad.

4. PROFESIONALIZAR EL ÁREA DE ABASTECIMIENTO. Se hace necesario un permanente trabajo con el área de abastecimiento, de manera de ir incorporando nuevas competencias: sistemas informáticos, riesgos, procesos, KPI's, negociación, costos, Niveles de Acuerdo de Servicio, entre otros. Pasar de tener compradores, a una jefatura de abastecimiento y finalmente a una gerencia, obedece a la necesidad de aportar estratégicamente a los lineamientos de la organización desde la perspectiva del abastecimiento. Se hace necesario entonces DEFINIR y FORMALIZAR.

En muchas organizaciones, se hace necesario conocer al proveedor e introducirse en sus propios procesos productivos y de gestión para asegurarse de un buen resultado. La homologación es un proceso de alineamiento entre compañías. Su éxito dependerá en exclusivo de la claridad en el objetivo y el compromiso de las personas de ambas organizaciones.

"Difícilmente lograrás resultados distintos si sigues haciendo lo mismo". Albert Einstein **1**

Por: Gustavo Canepa V.
Director Académico Diploma
en Gestión Estratégica de
Abastecimiento, Universidad
del Desarrollo
Gerente General HC Logística
Chile Ltda.





◀ Por: Sergio Flores U. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso - Neogística S.A.

PRECISIONES EN SISTEMAS DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS

En el ámbito de la Administración de la Cadena de Suministro se han escrito cientos de papers, decenas de textos, se realizan permanentemente Seminarios, y en la actualidad prácticamente todas las grandes empresas y una gran proporción de las de tamaño medio, en la última década, han efectuado significativas inversiones en TICS.

Sin embargo, son pocas las empresas que demuestran conformidad con sus índices de rotación de inventario, los niveles de disponibilidad de productos en los puntos de venta, y los costos de transporte y operación de sus redes logísticas. Tomando como referencia una empresa comercializadora que importa productos, los almacena en su CD y los distribuye a través de una red de locales de venta al detalle distribuida a lo largo del país, la inconformidad se manifiesta por la existencia de exceso de inventario de algunos productos en ciertos puntos de venta, stockouts y pérdida de venta de los mismos productos en otros puntos de venta, falta de capacidad del CD para distribuir durante los periodos peak, falta de capacidad de recepción y/o almacenamiento en algunos locales de venta, etc.

Tal situación deriva por una parte, de la naturaleza del sistema descrito, que entre otros factores de complejidad incluye la aleatoriedad de la demanda y de los lead time asociados al abastecimiento y la distribución de los productos. Por otra parte, hay una serie de conceptos, parámetros e interrelación entre objetivos que no son adecuadamente comunicados por la literatura académica tradicional.

El objetivo de este artículo es aclarar algunos conceptos que muchas veces son erróneamente utilizados en la práctica, tales como:

la excesiva confianza en que el empleo de "Buzzwords" resolverá los problemas, identificación de las diferencias fundamentales entre los procesos de abastecimiento y distribución, incluyendo una inadecuada conceptualización del lead time, y evaluación del costo de los inventarios en tránsito.

BUZZWORDS COMO SUSTENTO DE LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS:

Es común escuchar a profesionales que profesan una fe ciega en que la adopción de metodologías exitosas en ciertas realidades será garantía de una buena práctica para incrementar la eficiencia de sus empresas. Entre tales Buzzwords es posible mencionar los sistemas "Just in time" y el enfoque "Pull".

El sistema Just in time constituye un enfoque amplio de los sistemas de manufactura, que incluye entre otros elementos, una forma novedosa de construir la calidad de los productos, prácticas de mantenimiento preventiva, reducción de los tiempos y costos de set-up. Entre otros beneficios su aplicación genera reducción en los niveles de inventario. Sin embargo esto no se produce en forma mágica o automática. Se genera como consecuencia de una menor variabilidad de

la demanda, la reducción de los tiempos, la reducción en las fallas de las máquinas, entre otros factores. Muchos conferencistas en Seminarios de SupplyChain Management se refieren al inventario como un "demonio" que hay que evitar a toda costa. Sin embargo, la realidad es que existen distintos tipos de inventario, cada uno de los cuales juega un rol específico que debe ser adecuadamente administrado de modo de alcanzar la posición competitiva deseada.

Así por ejemplo, la existencia de costos de ordenamiento o transporte da origen al denominado Inventario de Ciclo, que se denomina de esa forma porque se renueva completamente en forma cíclica. Mientras mayores son los costos de transporte u ordenamiento, mayor tiempo debe transcurrir entre reordenamientos o transportes sucesivos y consecuentemente mayor es el inventario de ciclo necesario.

Por otra parte la variabilidad de la demanda y del lead time dan origen al Inventario de Seguridad que dependiendo de su magnitud, permite incrementar el nivel de disponibilidad de los productos y reducir la venta perdida.

En otros casos el inventario puede tener como objetivo el inducir o detectar demanda. Por ejemplo, considere el caso de una librería para la que tener en stock todos los libros posibles es infactible. Sin embargo, teniendo algunos textos que cubren una disciplina puede ser el mecanismo para detectar la potencial demanda por ese tipo de libros. De otra forma, la inexistencia de ese inventario generaría la inexistencia de demanda, motivación suficiente para no tener stock, es decir se generaría un perfecto círculo vicioso. Lo antes mencionado no implica que se debiera incrementar el stock en forma indiscri-

FACULTAD DE INGENIERIA

CARRERA DE INGENIERÍA EN INDUSTRIA Y LOGÍSTICA (Vespertina)

Esta carrera otorga el grado de Licenciado que permite continuar estudios de postgrado.

Tiene como objetivo formar profesionales de la Ingeniería con base tecnológica y alto nivel de excelencia en el campo de la logística, con las herramientas para gestionar, planificar, diseñar e implementar procesos con una clara orientación proactiva a la gestión del negocio.

Nota: Al finalizar el cuarto semestre se puede optar al Título de Técnico en Gestión de Almacenes.

CARRERA DE INGENIERÍA EN INFORMÁTICA Y GESTIÓN (Vespertina)

Esta carrera otorga el grado de Licenciado que permite continuar estudios de postgrado.

Tiene como objetivo formar profesionales de la Ingeniería con base tecnológica y alto nivel de excelencia en el campo de la informática, con la misión de integrar las tecnologías de la información y comunicaciones en la cadena de valor del negocio.

Nota: Al finalizar el cuarto semestre más la asignatura de Sistemas de Información, se puede optar al Título Técnico en Programación.

Más información: www.udp.cl/admision

DIPLOMA EN GERENCIA Y ESTRATEGIA LOGÍSTICA

Está diseñado para formar especialistas en las áreas de logística y distribución con una visión estratégica, integrar la gestión logística y sus técnicas más avanzadas con la estrategia de la empresa para conseguir mayor productividad y competitividad.

Más información: www.udp.cl/postgrados

 facebook.com/udiegoportales

minada, sino que se debiera tener claro su rol y propósito en cada locación a fin de determinar su nivel adecuado.

El denominado enfoque "Pull" a menudo despierta la admiración de muchos profesionales. Lo negativo de esta percepción es la asociación automática entre este enfoque y una mayor modernidad o eficiencia de la cadena logística. La exitosa transformación logística de DELL, demuestra que el uso del enfoque "Pull" no es garantía exclusiva de mayor eficiencia. Dell logró un cambio exitoso integrando el enfoque "Push" para el abastecimiento de partes y componentes en sus plantas con el enfoque "Pull" para responder a los pedidos de sus clientes. Esta experiencia exitosa, que integra de manera adecuada los enfoques "Push" y "Pull" se encuentra replicada en diversos casos reales.

ABASTECIMIENTO VERSUS DISTRIBUCIÓN:

En el contexto explicitado, de un CD que distribuye a una red de locales de venta, es importante no sólo destacar la interrelación obvia entra ambos procesos, sino que también clarificar las diferencias significativas existentes entre sus complejidades. Si nos imaginamos un universo de 5000 SKU's en el CD y un promedio de 3500 SKU's en cada uno de 50 locales de venta detallista, podemos afirmar que el proceso de Planificación de la Distribución exige, entre otras cosas, generar pronósticos de demanda para 175.000 SKU-local. Esta cifra implica entender que el valor esperado y la variabilidad de la demanda de un SKU difieren de un local a otro. Asimismo, es fácil entender que en la Planificación de la Distribución los lead time serán cortos y casi determinísticos (asumiendo que los locales de venta están ubicados dentro del país).

No obstante, si pensamos en la Planificación del Abastecimiento del CD, sólo debemos estimar la media y variabilidad de la demanda para 5000 SKU's. Por otra parte, el coeficiente de variación de la demanda (desviación estándar dividida por su media) de cada

SKU, será menor que la observada a nivel de SKU-local debido al mayor nivel de agregación. No obstante, en este caso la magnitud y aleatoriedad de los lead time será mucho mayor que en el caso de distribución. Más aún, en muchas empresas no se dispone de un adecuado número de datos cuantitativos confiables para estimar estos lead time.

En síntesis, el tamaño y complejidad de la planificación de distribución reside en la variabilidad de la demanda, no obstante en el caso del abastecimiento del CD, la complejidad deriva de la magnitud de los lead time y la dificultad para obtener datos históricos confiables a nivel de cada SKU.

Otra inconsistencia que sistemáticamente está presente en el lenguaje profesional, es la hablar del "lead time del proveedor" en lugar de hablar simplemente del lead time. La diferencia existente entre estos dos términos no es simplemente una diferencia semántica.

En el primer caso parecería que la magnitud del lead time es exclusiva responsabilidad de los proveedores, lo cual no es correcto, porque además del tiempo que se toma el proveedor en fabricar y/o despachar los productos, también inciden los tiempos de transporte, y tiempos de espera en terminales. Sin embargo existen dos componentes del lead time que comúnmente no son incluidos, no obstante que considerados en forma conjunta pueden hacer incrementar el lead time hasta en un mes.

Por una parte nos referimos al tiempo que transcurre entre la detección de la necesidad de reabastecer un producto y el instante en que efectivamente se envía la Orden de Compra al proveedor. En este tiempo se incluye los tiempos necesarios para cotizar y adjudicar la compra, no obstante en muchos casos es común que contenga como componente importante tiempos de espera significativos en algún escritorio, a la espera de la firma autorizada.

El otro componente del lead time que muchas veces no se incluye es el tiempo transcurrido entre la recepción del producto en

el CD y la fecha en que efectivamente el producto se puede utilizar. En otras palabras, nos referimos al tiempo que demora el departamento de Control de Calidad en efectuar la liberación de los productos para su uso o comercialización.

En consecuencia, hay tres conclusiones que es posible extraer de las líneas precedentes en relación al lead time. Por una parte, que la magnitud del lead time no es responsabilidad exclusiva de los proveedores. Por otro lado, que probablemente es más largo de lo que se cree. Por último, reconocer que las empresas comercializadoras pueden hacer algo para contribuir a su reducción y con ello estarán contribuyendo a mejorar la eficiencia de su gestión logística, porque podrán reducir sus Inventarios de Seguridad y sus Inventarios en Tránsito.

CONSIDERACIÓN DEL INVENTARIO EN TRÁNSITO:

A nivel de texto universitario, prácticamente toda la literatura sobre Administración de la Cadena de Abastecimiento se focaliza en metodologías orientada a optimizar los Inventarios de Ciclo y de Seguridad, importantes por cierto, pero no necesariamente los únicos de que preocuparse, bajo ciertas circunstancias.

Específicamente nos referimos al Inventario en Tránsito, cuyo valor promedio se puede demostrar que es igual al producto de la demanda por el lead time. Siempre que el lead time sea positivo, existirá un Inventario en Tránsito. Sin embargo, cuando el pago al proveedor se efectúa después de recibido el producto, este inventario no genera costo para el cliente. Por el contrario, cuando se debe pagar al proveedor con anticipación a la recepción del producto, se genera un inventario en tránsito cuyo costo debe ser absorbido por el cliente.]



Artículo Completo
escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.



Universidad del Desarrollo

Centro de Formación de Ejecutivos

DIPLOMADOS 2013

APRENDE • INNOVA • EMPRENDE



DGE

Diplomado Dirección y Gestión de Empresas, Conducente a MBA.

DFA

Diplomado Finanzas Aplicadas, Conducente a Master en Finanzas Aplicadas.

DMA

Diplomado en Marketing Aplicado.

DMD

Diplomado en Marketing Digital.

DCV

Diplomado Dirección Comercial y Ventas.

DII

Diplomado en Innovación e Intraemprendimiento.

DRH

Diplomado en Administración de Recursos Humanos, con especialización en Gestión de Bienestares.

DPO

Diplomado en Desarrollo Estratégico de Personas y Organizaciones.

IFRS

Diplomado IFRS.

DGCF

Diplomado en Gestión Contable y Financiera.

DEV

Diplomado en Gestión de Costos y Evaluación de Proyectos.

DGA

Diplomado en Gestión Estratégica de Abastecimiento.

DSGI

Diplomado Sistemas de Gestión Integrados, (Calidad, Seguridad y Medio Ambiente).



www.cfe.cl





◀ Por: Eugenio Caldentey - Gerente de Logística Imperial

ESTADO DEL ARTE

Por un momento pensemos bien lo que ha sucedido en el mundo de la logística en el último tiempo y lo positivo de su evolución. El negocio internacional ha experimentado un proceso de cambio muy rápido en los últimos 20 años. Tendencias hacia la globalización, la logística integrada y el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación han modificado los comportamientos de intercambio entre empresas y naciones, y por consiguiente, el flujo físico de los bienes comercializados. Toda esta reestructuración en el mercado global, ha contribuido al crecimiento económico de los países, a un mejor uso de los factores productivos y a una mayor libertad de elección para los consumidores - al igual esos sí, a un mayor nivel de competencia.

Salvo algunas excepciones, cualquier empresa se encuentra conectada al mundo exterior, de una forma u otra; ya sea por medio de sus proveedores, clientes o por la operación de una planta u oficinas subsidiarias en el extranjero. Para poder competir a nivel internacional, las empresas han desarrollado sistemas de distribución de clase mundial que pueden abastecer en forma eficiente y rápida la demanda en cualquier parte de sus nichos de mercado. La organización integrada e inteligente de estas actividades de intercambio comercial es lo que se conoce como logística global o administración de la cadena de suministro (SCM), la cual se ha transformado en la herramienta estratégica de competitividad para la gran mayoría de estas empresas.

En el pasado, el desarrollo de conocimiento en el campo de la logística ha estado principalmente centrado en el objetivo de incrementar la eficiencia de las actividades de las empresas en términos de servicio y resultados. Sin embargo, en los últimos 10 años ha ido creciendo progresivamente la preocupación por el impacto en el medioambiente, lo cual ha motivado el desarrollo de métodos

y prácticas en logística que sean ambientalmente amigables por medio de la reducción de la contaminación de CO2 en la atmósfera y aumento de la conservación de la energía.

El desarrollo de estas redes de comercio internacional ha creado distintas necesidades servicios de administración del valor agregado y ha sido el motor para la aparición de nuevas estrategias y tendencias para mejorar la logística y la cadena de suministro.

REESTRUCTURACIÓN DE LOS SISTEMAS LOGÍSTICOS

Fabricantes y distribuidores han reestructurando sus sistemas logísticos mediante la centralización de la producción y los inventario en menos instalaciones, aprovechado de esta forma las economías de escala en la producción como en el transporte. Otro factor que ha influido en la centralización de inventarios es el desarrollo de la infraestructura vial así como de la aparición de una mayor y mejor oferta de transporte, lo que permite servicios de reparto más rápidos y certeros.

LOGÍSTICA DE HUB

El fenómeno de los "hubs" es una práctica que se ha desarrollado fuertemente en el último tiempo. Por hub de carga entendemos la centralización del flujo físico en algún punto de la cadena de suministro para ser redireccionado o transferido en un modo de transporte a otro. La gran ventaja de los hubs es lograr eficiencias en el transporte de carga y se justifican principalmente cuando las distancias sobre las que se realiza el flujo físico de productos y materiales se incrementa. Los primeros hubs que se conocen se originaron en el transporte aéreo y marítimo debido a los altos costos fijos que implicaba mantener una flota de aviones y buques y por lo tanto la utilización de la capacidad instalada era el objetivo número uno de estas industrias. Hoy día el concepto de hub es utilizado en la mayoría de las industrias, transporte público, manufactura, retail, minería, etc., y si bien una de las motivaciones sigue siendo la optimización del transporte, existen otras que se agregan a la lista, como son, disminución de los stocks y de los costos operativos de mantener inventario, minimización de los costos financieros de los inventarios, disponibilidad de productos en tienda, rapidez de entrega, servicio, etc.

REALINEAMIENTO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

En muchos sectores industriales, las empresas se han concentrado en sus competencias de núcleo y han subcontratado aquellas funciones que no son diferenciadoras de su oferta de servicio. La desintegración vertical del negocio ha agregado más eslabones en las cadenas de suministro y ha aumentado la intensidad de uso de transporte del sistema

PORQUE SABEMOS QUE EN SU MUNDO
NADA PUEDE SALIR MAL



TW Logística, soluciones para su Cadena de Suministro.

Servicios:

- Logística de Entrada.
- Almacenamiento.
- Preparación de Pedidos y Cross-Docking.
- Control de Stock.
- Servicios de Valor Agregado.
- Transporte y Distribución.

Rubros:

- Consumo Masivo y Retail.
- Cosméticos y Farmacéuticos.
- Químicos e Inflamables.
- Vestuario y Calzado.
- Electrónica y Telecomunicaciones.

TW LOGÍSTICA
www.tw.cl

productivo. Los Centros de Distribución han ido cambiando su rol en el sistema logístico de cumplir una función exclusivamente de almacenamiento a la de maquiladora. Las empresas han expandido la escala geográfica de sus operaciones de abastecimiento y distribución, y para resolver la tensión generada entre producción centralizada y customización, muchas empresa han optado por centralizar la producción de los módulos estándar del producto en países con bajos costos de mano de obra, desfasando la configuración final de éstos hasta su llegada a los mercados regionales. El número de ítems – o SKU – es minimizado hasta el punto donde la customización final del producto es realizada, minimizando de esta forma el riesgo de inventario y reduciendo los lead-times de entrega. Un ejemplo claro de lo anterior, es la industria de los computadores, la cual ha reformado sus procesos logísticos para sacar ventaja de la globalización de las redes de distribución para reducir sus costos. Para responder en forma flexible a los cambios en la demanda, evitando el aumento de inventario del producto terminado, la industria ha creado un sistema logístico global en el cual el ensamblaje final se produce lo más cerca posible del punto de venta.

REPROGRAMACIÓN DEL FLUJO DE MATERIALES

Existe una tendencia creciente a reducir y comprimir el tiempo del flujo de materiales en la cadena de suministro. Las cadenas de suministro extendidas están sometidas a la presión de reducir sus tiempos de respuesta (tiempo transcurrido entre la fecha de colocación de la orden de compra y la fecha de despacho de los productos) para poder ser competitivas en los mercados internacionales. En la medida que los salarios promedios en los países asiáticos sigan subiendo, las cadenas de suministro que en un momento derivaron su producción a países que tenían bajos costos de mano de obra, como es el caso chino, para no perder competitividad deben empezar a reorientar sus esfuerzos en minimizar los tiempos de ciclo y lead-times de fabricación. La reducción de los tiempos

Mejoras tecnológicas en el desarrollo de los medios de transporte y de los sistemas de manipulación de carga de centros de distribución también son fuentes de mejora de la eficiencia logística. Avances tecnológicos en el ámbito de la trazabilidad, como son los códigos de barra, etiquetas inteligentes (RFID), sistemas de posicionamiento geográfico global (GPS), ruteo en tiempo real, etc., permiten controlar en todo momento el estado de una carga o medio de transporte, otorgando mayor confiabilidad y visibilidad logística.

de entrega claramente le permite a una empresa reducir sus inventarios, responder más efectivamente a los menores ciclos de vida de los productos y a los cambios en la demanda, y por lo mismo, mejorar la confiabilidad de sus despachos.

OPTIMIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y GESTIÓN DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

La administración del transporte y la gestión de bodegas se han refinado gracias a la combinación de distintos métodos de transporte y por el desarrollo de una gran cantidad de software y herramientas informáticas en el ámbito de la logística. Por ejemplo, el uso selectivo de distintos modos de transporte internacional es muy común en la industria de productos tecnológicos, la cual puede transportar partes y piezas por aire o agua dependiendo del valor agregado de cada producto. Ítems con bajo valor intrínseco son generalmente transportados por agua (en contenedores marítimos) para disminuir los costos de transporte, mientras que aquellas componentes más críticas de un producto o de mayor valor intrínseco son movilizadas por vía aérea para reducir los costos financieros. Gracias a esta optimización en el transporte, el fabricante de este tipo de productos puede asegurar la calidad de sus productos, asegurar la satisfacción de sus clientes y eliminar el riesgo de inventario originado por bajos ciclos de vida y caídas de precio, lo cual

es muy común en este tipo de industrias. El costo real del transporte internacional ha estado disminuyendo paulatinamente en el tiempo. El transporte aéreo, que era considerado excesivamente caro y complejo, ha ido perdiendo esta imagen y hoy es una opción mucho más viable gracias a la fabricación de aviones de mayor capacidad y más económicos, el aumento de la competencia en la industria y la aparición de agentes integradores de carga que tienen la capacidad de negociar y optimizar los espacios vacíos de las líneas aéreas.

Mejoras tecnológicas en el desarrollo de los medios de transporte y de los sistemas de manipulación de carga de centros de distribución también son fuentes de mejora de la eficiencia logística. Avances tecnológicos en el ámbito de la trazabilidad, como son los códigos de barra, etiquetas inteligentes (RFID), sistemas de posicionamiento geográfico global (GPS), ruteo en tiempo real, etc., permiten controlar en todo momento el estado de una carga o medio de transporte, otorgando mayor confiabilidad y visibilidad logística. El incremento en la complejidad y sofisticación en la fabricación de productos en determinadas industrias ha aumentado el valor de la carga por unidad de peso. Esto claramente ha favorecido el crecimiento de las ventas por Internet y el desarrollo de una industria de transporte especializada en la distribución parcelada. **■**



Artículo Completo
escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.



MÁS DE 240 EXPOSITORES PARTICIPARON EN EL 2012

3er
Encuentro de
la Industria
Gastronómica
2013

7, 8 y 9 | agosto | Espacio Riesco

Lo invitamos a participar como expositor en el Encuentro Internacional más importante de la Industria Gastronómica que se realiza en Chile.

  www.espaciofoodservice.cl

Contacto +56 2 24704433 +56 2 24704422
ventas@espaciofoodservice.cl



pro|CHILE



CORFO



ChileCompra

Organiza y Produce:



ESPACIO RIESCO



◀ Por: Rodrigo Garrido Hidalgo, Decano Facultad de Ingeniería UDP

¿POR QUÉ NO SE PUDO ABORDAR EFICAZMENTE LA VACUNACIÓN CONTRA LA MENINGITIS? APROXIMACIÓN LOGÍSTICA

Los desastres naturales nos toman casi siempre por sorpresa. Como hemos mencionado en otras ocasiones, estos son eventos de muy baja probabilidad y alta consecuencia (BPAC). No obstante, hay algunos de estos eventos cuya ocurrencia es predecible; por ejemplo la llegada de huracanes se monitorea días antes de su llegada, a pesar de la incertidumbre en su impacto final. Con las epidemias ocurre algo parecido y esta condición, como veremos más adelante, puede utilizarse en beneficio de su logística de contención.

El tema de hoy es la correcta logística de distribución de vacunas para prevenir el contagio de Meningitis meningocócica W-135, que según el Instituto de Salud Pública al 2012 ostentaba 60 contagiados y 16 fallecidos en Chile.

Primero, situémonos en el contexto chileno en que ocurre esta descoordinación de las cadenas logísticas responsables de llegar oportunamente, con la vacuna correcta, las dosis correctas y a los lugares correctos.

EL PRODUCTO CORRECTO

Cualquier libro de logística básica, abre la discusión indicando que cuando la coordinación logística no se apoya en una planificación estratégica previa, una serie de problemas surgirán con alta probabilidad. Uno de ellos es la incorrecta identificación de SKU. En efecto, en el caso de esta vacuna hubo casos, como el de la comuna de Nogales, en que cerca de 50 niños recibieron una vacuna errónea. Según indicó el Minsal, habría dos tipos de vacuna: Menastra, para niños de entre 9 y 24 meses y Memveo, para mayores de dos años de edad. Estas vacunas no son intercambiables entre esos grupos etareos. En el caso descrito en la prensa, la vacuna

Memveo se aplicó a varios niños menores de dos años... Afortunadamente, hasta el cierre de esta edición no se reportaron niños con reacciones adversas por aplicación de la vacuna equivocada y fueron revacunados. Sin embargo, una confusión de medicamentos en otro escenario podría haber tenido consecuencias graves, además del costo económico de la revacunación en situación de escasez de vacunas.

LA CANTIDAD CORRECTA

A fines del 2012 se indicaba que en la RM más del 96% de la población objetivo había sido vacunada (pasados ya algunos meses de los primeros brotes de la enfermedad), lo que pareciera ser un número alto para un fill rate genérico; no obstante, este número debe cotejarse contra la alta consecuencia de contraer la enfermedad (BPAC) y ante ese escenario, éste puede ser un número no satisfactorio. Peor aún, al mismo tiempo que en la RM se exhibía ese índice, otras regiones como Valparaíso por ejemplo, alcanzaba un no muy satisfactorio 78% y otras más remotas tendrían probablemente índices más bajos. Es decir, los quiebres de stock se fueron dando como era de esperarse, mientras más complejo el transporte y gestión de inventario, mayores índices de quiebre.

CONTROL DE INVENTARIO

Ante la alarma pública crece siempre la demanda por productos considerados "indispensables" ante un escenario percibido como de emergencia. Esto hace que la escasez aumente, los precios suban y se haga atractivo el robo de este tipo de productos. Por ejemplo, el Minsal denunció la desaparición de 250 vacunas en al menos cinco comunas del país. Se llevaron a cabo sumarios en Copiapó, Peñaflor y Valparaíso entre otras, pero la merma ocurrió independientemente de que se encuentre finalmente a los culpables.

CORRECTA PREDICCIÓN DE LA DEMANDA

Parlamentarios de oposición y representantes del Colegio Médico, sugirieron públicamente ampliar el grupo objetivo a jóvenes de entre 12 y 18 años. Ante estos anuncios, esperables en cualquier escenario político, se hace más difícil predecir las dosis necesarias lo que crea una sensación de fill rate aún más bajo al aumentar la demanda para un mismo nivel de stock.

RESPONSABILIDAD DE ACTORES DE LA CADENA

Ante problemas de quiebres o dificultad de transporte, cualquier gerente de logística echa mano del inventario geográficamente disperso en el país, procurando minimizar los costos logísticos totales. En este caso había indefinición de los roles que el sector privado

debía asumir con sus centros de salud. No quedaba claro por ejemplo el rol que las Isapres debían asumir, ni la forma de costear los mayores gastos derivados de la improvisada logística (esto incluye no sólo la vacunación misma sino su difusión, campañas preventivas, etc.).

COMUNICACIONES

Ya a mediados de octubre de 2012 las líneas telefónicas de los vacunatorios de las principales clínicas de Santiago estaban saturadas por el flujo inesperado de llamadas de padres preocupados por obtener las vacunas para sus hijos "a cualquier precio", debido a los casos positivos detectados en los sectores oriente y sur oriente de la RM. El Minsal por su parte organizó campañas de vacunación adicional gratuita (por ejemplo en Peñalolén) para contener la crisis mediática que ciertas declaraciones de prensa habían generado.

POLÍTICAS DE PRECIO

Dada la compleja situación antes descrita, era de esperarse que los precios fluctuaran bastante entre distintos centros de atención generando a la vez mayor preocupación en sectores de menores ingresos. Ante un rumor de vacunas disponibles la gente a través de las redes sociales se organizaba para acceder a ellas sin conocer precios ni real disponibilidad. Por ejemplo, a mediados de octubre de 2012 la Clínica Las Condes indicaba que la vacuna tenía un precio de \$55.520 pero había quiebre de stock hasta nuevo aviso. En la Clínica Dávila tampoco tenían stock ni un precio asignado a éste. En la Clínica Indisa indicaban quiebre de stock al menos hasta finales de ese mes y su precio era de \$50.000. El Hospital Clínico de la Universidad Católica tenía un precio de \$49.000 pero el quiebre de stock se mantendría al menos todo el mes de octubre. En la Clínica Santa María la situación de stock era similar y el precio era de \$62.100.

La incertidumbre de disponibilidad ponía además una cuota de incerteza a los precios finales una vez que llegaran más vacunas, agudizándose la crítica situación.

LECCIONES A EXTRAER DE ESTA EXPERIENCIA

Primero, que las emergencias naturales como ésta casi siempre tienen indicaciones tempranas de ocurrencia. Chile no está aislado del mundo y si ocurren brotes en países vecinos, lo más probable es que también ocurran en Chile. Por ejemplo, Argentina tenía brotes importantes de esta cepa desde 2008, con 153 casos en 2011. Ésta debiese haber sido la primera voz de alerta; la probabilidad de correr la misma suerte era muy alta.

Segundo, conociendo la situación en países vecinos es útil emplear modelos predictivos para estimar la demanda por vacunas en Chile y así calcular los volúmenes a importar (o producir si corresponde).

Tercero, conociendo volúmenes aproximados de demanda y la cadena de abastecimiento internacional (ojala más de un proveedor) se pueden obtener los lead time para cada vacuna y así planificar el abastecimiento temprano de una porción de la demanda esperada.

Cuarto, analizar la localización óptima del stock adquirido para minimizar los tiempos de distribución en caso que se necesite aplicar masivamente. Esto requiere establecer (por anticipado) convenios con el sector privado para utilizar sus instalaciones como depósito y centro de vacunación en caso de emergencia; así mismo, deben quedar establecidos a priori los precios, procedimientos y tiempos esperados de servicio con el colaborador privado.

Por último, deben establecerse procedimientos de aumentos de capacidad de comunicación en emergencias con un cierto nivel de servicio de respuesta a los potenciales demandantes de información. Hay mucho trabajo por delante para el Estado y su contraparte privada ante situaciones de crisis que deben abordarse en forma planificada con mucha antelación a la ocurrencia del evento mismo. **1**

Balanceando el Abastecimiento y la Demanda!

Martes 09 Julio - 08.30 a 18.00 - Más información en: <http://bit.ly/supplychainfutures>

08.30 - 09.00	Acreditaciones
09.00 - 09.10	Bienvenida y Presentación Relator Larry Lapide Ph.D.
09.15 - 11.00	"Excelencia en Cadenas de Abastecimiento= Alineamiento Estratégico"
11.00 - 11.30	Coffee Break
11.30 - 13.00	"Implementación de una Guía de Planificación de Operaciones y Ventas"
13.00 - 14.15	Almuerzo
14.30 - 16.00	"Administración y Optimización del Abastecimiento y la Demanda"
16.00 - 16.30	Coffee Break
16.30 - 17.30	"El Futuro de la Cadena de Abastecimiento"
17.30 - 18.00	Mesa Redonda - Conclusiones



Logistec
para Profesionales
en el mundo



Bio
Dr. Lapide posee más de 30 años de experiencia en el área industrial, asesoría, investigación comercial y académica. Recientemente fue Director de la Gerencia de Adquisiciones del Centro de Transporte y Logística MIT (CTL). Asimismo, Dr. Lapide dirigió el lanzamiento del Proyecto de la Cadena de Abastecimiento 2020 del MIT y actualmente es el encargado de dictar el Seminario de Estrategia de Alineación del Centro de Transporte y Logística. Simultáneamente, es el Director de Investigación de la Agrupación de Soluciones para Administración de Adquisiciones cuyo enfoque está en el desarrollo de estrategias avanzadas, principios y métodos para equiparar abastecimiento y demanda, en forma óptima.

LARRY LAPIDE Ph.D.
Lecturer, College of Management, University of Massachusetts; Boston Campus, Research Affiliate, MIT Center for Transportation and Logistics (CTL).

Supply Chain Futures

BALANCEANDO EL ABASTECIMIENTO Y LA DEMANDA

CONGRESO LOGÍSTICO
09 JULIO 2013 - 08.30 - 18.00
CUPOS LIMITADOS!

Lugar: Centro Parque
Presidente Riesco 5330 - Parque Araucano - Las Condes

ALOG CHILE POTENCIARÁ LA CAPACITACIÓN EN EL 2013 PARA ENFRENTAR ESCASEZ DE RECURSOS HUMANOS

El año 2012 dejó un gran desafío abierto para las empresas del rubro de la logística, debido a la creciente dificultad por contar con personal adecuado para el desarrollo de sus operaciones.



SOCIOS DE ALOG CONOCIERON MÁS SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA IFRS

Un alto interés muestra el tema de la implementación de la Norma contable IFRS que se hizo obligatoria para todas las empresas a partir de 2013 en la entrega de sus resultados financieros.

Así se reflejó en la asistencia que tuvo una charla organizada por el Comité Financiero de la Asociación Logística de Chile A.G., encabezado por Darío Poblete.

El expositor fue Leonardo Torres, Director del Departamento de Desarrollo y Práctica Profesional en KPMG Chile, además de Presidente del Comité Técnico IFRS de la Universidad de Chile, quien explicó los principales alcances de la Norma IFRS.

Además, dio a conocer algunos de los cambios que deben tomar en cuenta los responsables de la contabilidad de las empresas para cumplir con los requerimientos de la normativa.

Esto se observa tanto a nivel de profesionales como operarios y ya ha comenzado a transformarse en un problema serio que amenaza con afectar en forma grave el desarrollo del sector.

Los orígenes de esta situación son múltiples pero algunos de los factores preponderantes son el polo de atracción que representan los nuevos proyectos mineros del norte del país que están convocando a miles de trabajadores, de todos los niveles, con sueldos inigualables para el resto de las industrias.

También se debe mencionar la baja tasa de cesantía por lo que hay poca disponibilidad de capital humano y hay una presión al encarecimiento de los recursos humanos. Y tampoco se debe dejar de lado el hecho que la cantidad de egresados de carreras relacionadas con la logística y el comercio exterior no está satisfaciendo la demanda del mercado, ni en número ni en calidad.

Este panorama se ha reflejado, por ejemplo, en el fuerte aumento de los requerimientos por profesionales que los head hunters han recibido, tendencia que debiera mantenerse o acentuarse en el 2013.

Para enfrentar esto, algunas empresas han mirado al extranjero, a países como España, Colombia y Argentina, atrayendo a profesionales de alto nivel. Pero esa política tiene ciertos límites, es cara y no funciona para cargos de nivel medio y bajo.

Una medida a mediano y largo plazo es que más instituciones de educación profesional y técnica impartan carreras del área logística, con contenidos alineados con los requerimientos de las empresas para que los egresados se conviertan

rápidamente en un aporte importante. En esa línea, la Asociación Logística de Chile tiene como uno de sus ejes de acción principales el desarrollo de la capacitación en un camino hacia la profesionalización de la industria. Esto se reflejará en el potenciamiento de un plan de capacitación orientado a las empresas socias de ALOG como a la industria en general.

Este programa incluye cursos técnicos obligatorios para el transporte aéreo como el de Carga Aérea Básica o el de Manejo de Mercancías Peligrosas. Pero además considera otras capacitaciones que buscan ampliar los conocimientos de quienes llevan más tiempo en el rubro como el desarrollo de presentaciones efectivas y la excelencia en el servicio de atención al cliente.

Cynthia Perisić, Gerente General de la Asociación Logística de Chile, explica que "uno de los objetivos del programa de capacitación 2013 es permitir que las empresas potencien la promoción interna para satisfacer sus requerimientos de capital humano ante la dificultad por encontrar el personal adecuado en el mercado".

Por ello, la ejecutiva invitó a las empresas del rubro a invertir en capacitación y a mantenerse informados sobre los cursos que la Asociación dictará durante el año.

Más información en www.alog.cl y en capacitacion@alog.cl.



Detalle de los Cursos escaneando el QR desde tu smartphone o tablet.

Calidad y servicio al cliente.. comprobada
Liderazgo Gerencial en cada obra
Comprometidos con nuestros clientes



"Agregamos valor a tu espacio, desde 1974"

"Tamegal nos ha dado una atención personalizada ante nuestras necesidades de crecimiento, sobre todo en el periodo post terremoto del año 2010. Consolidando la instalación de más de 6.000 Posiciones Racks Compactos para nuestra Planta"

Luis Zangheri
Gerente de Logística

VITAL JUGOS S.A.
Bodegas planta industrial Santiago

Posiciones Pallet: 6.500 de rack Drive In
Peso Pallet: 1.250 Kilos
Altura: 9 Mts. (5 niveles de carga)
Tipo de Pilar: 160 mm de frente
Accesorios: guía pallet, tope pallet y bota protectora

SOLUCIONES PARA ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA

Soluciones:

RACK SELECTIVO · DRIVE IN · RACK DINÁMICO · RACK PUSH BACK
ANGULO RANURADO · MINI RACK · CANTILEVER · ALTILLOS
BODEGAS AUTOPORTANTES

APL



TAMEGAL Cumple!



IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS AGROQUÍMICOS EN CHILE

Cada vez más, el mercado y los consumidores, se preocupan del concepto de trazabilidad que ya dejó de ser una opción y pasó a ser una necesidad, especialmente sobre conocer el origen “aguas arriba”, ya no sólo del producto, sino también de sus materias primas, y por supuesto, cuál fue su recorrido “aguas abajo”, desde el fabricante hasta el consumidor final.

◀ Por: José Luis San Juan -
Auditor de Trazabilidad GS1



PROFESIONALES DE LA TRAZABILIDAD

GS1 Chile cuenta con un grupo de profesionales de Trazabilidad, perfectamente capacitado para asesorar a cualquier empresa interesada sobre la forma de realizar esta identificación de la manera correcta, alineándose con las iniciativas nacionales e internacionales ya en marcha en la industria de los agroquímicos.

Y todo esto, ¿para qué? Además de los motivos de optimización y ahorro, también, y más importante, por seguridad, tanto para los miembros de la cadena de suministro, como de la población en general. Este concepto es esencial cuando hablamos de productos altamente trazables y de gran impacto en la población en

caso de emergencia (médica, alimentaria, seguridad, etc.).

Al margen del trabajo ya realizado con ADIAC (Asociación de Distribuidores de Insumos Agrícolas de Chile) y con varios fabricantes y para disipar ciertas dudas sobre la identificación de productos en el mercado de los agroquímicos, GS1 Chile ha optado por enviar a la industria, un instructivo general, y a través de este medio, un mensaje técnico para alinear los criterios en cuanto a la información y formatos a utilizar, según las recomendaciones establecidas internacionalmente en más de 100 países.

Una recomendación previa básica, en cuanto a identificación, indica que el producto deberá ser identificado por el fabricante, quien, en origen, deberá asignar a cada producto un código único GS1, más ciertos datos de producción, incorporarlos en determinadas simbologías estándar (código de barras) y fijarlo al mismo para su trazabilidad en el mercado tanto nacional como internacional.

En el caso de que lo anterior no ocurra, el fabricante, en destino, deberá asumir la responsabilidad de asignarle un código estándar nacional colocado en una simbología estándar para su seguimiento interno, y en los posteriores pasos logísticos que el producto pueda tener. Es evidente que el uso de cualquier código interno o simbología no estándar, seguro complicará más la situación, en vez de aclararla. Esta forma de trabajo contribuirá a mejorar la trazabilidad de los productos y también a solventar multitud

de problemas que se presentan, por ejemplo, cuando un distribuidor despacha productos a su cliente final y éste le devuelve algunos, en este caso, el distribuidor no tiene forma de averiguar si dichos productos los vendió él o tienen otro origen. O mucho peor aun cuando aparece un producto agroquímico tóxico vacío al borde de un estero, sin identificación de ningún tipo.

A grandes rasgos y sin entrar en detalles, la Unidades Comerciales deberán contar con su código de identificación estándar GTIN-13, acompañado siempre por su Lote correspondiente (o mejor aún su Número de Serie) y la Fecha de Vencimiento o Envasado. Estos datos, según acuerdos internacionales, deberán estar incorporados en una simbología Datamatrix.

Las Unidades de Despacho (cajas) deberán contar con un GTIN-14, Lote y Fecha de Vencimiento de las Unidades Comerciales contenidas, en simbología GS1-128. Y las Unidades Logísticas, serán identificadas siempre con un SSCC y opcionalmente con su peso y cantidad de unidades contenidas, también en simbología GS1-128 con indicadores de aplicación estándar.

GS1 Chile cuenta con un grupo de profesionales de Trazabilidad, perfectamente capacitado para asesorar a cualquier empresa interesada sobre la forma de realizar esta identificación de la manera correcta, alineándose con las iniciativas nacionales e internacionales ya en marcha en la industria de los agroquímicos. ■



TRABAJAR

ESTUDIAR

Elige dónde quieres llegar con la facilidad que te brindan las carreras vespertinas de la Universidad Andrés Bello, primera y única privada acreditada en investigación. Convenios de descuento con más de 60 empresas. La oportunidad para destacar en el mundo de hoy.

Facultad de Derecho

- Derecho (Viña del Mar)

Facultad de Ciencias Sociales

- Trabajo Social (Santiago y Concepción)

Facultad de Economía y Negocios

- Contador Auditor (Santiago, Viña del Mar y Concepción)
- Ingeniería en Administración de Empresas (Santiago, Viña del Mar y Concepción)

Facultad de Humanidades y Educación

- Programa Especial de Educación Media para licenciados (Santiago, Viña del Mar y Concepción)
- Educación General Básica (Santiago y Concepción)
- Educación Física (Santiago, Viña del Mar y Concepción)
- Educación Parvularia (Santiago y Concepción)

Facultad de Ingeniería

- Ingeniería en Automatización y Robótica (Santiago)
- Ingeniería en Computación e Informática (Santiago, Viña del Mar y Concepción)
- Ingeniería Industrial (Santiago, Viña del Mar y Concepción)
- Ingeniería en Logística y Transporte (Santiago)
- Ingeniería en Telecomunicaciones (Santiago)
- Ingeniería en Seguridad y Prevención de Riesgos (Santiago y Viña del Mar)
- Ingeniería en Gestión Informática (Santiago)

Postula hoy y accede a becas y beneficios. Cupos limitados.



- Gestión Institucional
- Docencia de Pregrado
- Vinculación con el Medio
- Investigación

UNIVERSIDAD ACREDITADA : hasta diciembre de 2013

Mesa de ayuda 800228622
admision@unab.cl

CHE Middle States Commission
MSA on Higher Education
www.msche.org 3624 Market St. Philadelphia, PA. USA
Institución Candidata a la Acreditación, junio 2012

“US AIR CARGO ADVANCE SCREENING” PASA A LA SIGUIENTE ETAPA

“US Air Cargo Advance Screening” (ACAS por sus siglas en inglés), revisión anticipada de carga aérea ha estado en curso desde los intentos en Yemen en octubre de 2010 de utilizar artefactos explosivos en la aviación comercial.



WORLD CARGO SYMPOSIUM 2013. ACCIONES PARA LA SUSTENTABILIDAD

El Simposio Mundial de Carga es el evento de la industria que atrae representantes de toda la cadena de suministro y delegados de todo el mundo de: Aerolíneas, Aeropuertos, Empresas de Logística, Transportistas, Reguladores/Aduanas/ Aviación Civil, Proveedores de soluciones.

La conferencia reúne a altos ejecutivos claves en la toma de decisiones junto a expertos de la industria: Directores Gerentes y especialistas en IT, asesores legales, departamentos operacionales y de seguridad. Periodistas

El enfoque inicial se centró en los transportistas de envíos express de mercancías destinadas a los Estados Unidos. Desde entonces, el cercano trabajo de colaboración entre las agencias del gobierno estadounidense de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) y la Administración de Seguridad del Transporte (TSA), la comunidad de transporte de carga, los controladores aéreos de carga en tierra y las líneas aéreas se han enfocado en el desarrollo de una forma de

utilizar datos que complementen la revisión de mercancías, para mejorar la seguridad de la carga aérea.

En paralelo a TIACA Air Cargo Forum 2012 se celebraron varias reuniones centrándose en ACAS. Representantes de alto nivel de CBP y TSA (por sus siglas en inglés) presentaron información actualizada sobre el programa y detallaron los elementos en fase de desarrollo. El gobierno de EE.UU. expresó su satisfacción de trabajar tan de cerca con la industria con el fin de definir mejor cómo ACAS debe funcionar en los diferentes procesos de carga aérea.

PRÓXIMOS PASOS PARA ACAS

Los pilotos ACAS se centraron inicialmente en las agencias de carga, pero ahora los esfuerzos se centran igualmente en transporte combinados de pasajeros y carga, y los transportistas exclusivos de carga. A pesar de que los transportes de carga combinados están obligados a proporcionar el 100% de revisión desde diciembre de 2012, esta mejora de la utilización de datos de selección podría ayudar a mejorar el método de revisión actual.

Los próximos pasos son seguir trabajando en estrecha colaboración con CBP y TSA en el desarrollo de normas para los procesos y mensajería electrónica. También se están desarrollando protocolos con ejercicios en vivo de envíos reales en la cadena de suministro que proporcionan experiencias de funcionamiento en cuanto a cómo los procesos y flujos de información funcionarán entre el gobierno y el comercio.

El Centro Nacional de Selección para Carga de CBP está trabajando estrechamente con otros gobiernos en el intercambio de maneras

de mejorar el análisis de riesgo computarizado y cómo la inteligencia de la tecnología puede utilizarse con mayor eficacia. El enfoque de colaboración entre el comercio y los reguladores deben garantizar que la comunidad aeronáutica tenga una voz para ayudar a crear soluciones efectivas para la seguridad.

WORLD CARGO SYMPOSIUM 2013. ACCIONES PARA LA SUSTENTABILIDAD

Reconociendo el importante rol del Medio Oriente en la industria de la carga aérea, el Séptimo Simposio Mundial de Carga continuará la historia de las ediciones anteriores en Doha, organizada por Qatar Airways, una aerolínea líder en la región del Golfo. El encuentro se realizará del 12 a 14 de Marzo 2013, en el Sheraton Doha Resort & Convention Hotel, Doha, Qatar.

El tema de esta edición se centrará en Acción para la Sustentabilidad. Esto se hace eco de las recomendaciones recibidas de líderes de la industria, expositores y delegados que asistieron al evento pasado: nuestra industria necesita estrategias a largo plazo y la inversión para un desarrollo sostenible. El Séptimo Simposio Mundial de Carga construirá el futuro de nuestra industria a través de los programas de modernización, el desarrollo de nuestra gente, nuestra huella de carbono, nuestra responsabilidad social y el impacto económico de la carga aérea en el mundo.

La conferencia reúne a altos ejecutivos claves en la toma de decisiones junto a expertos de la industria: Directores Gerentes y especialistas en IT, asesores legales, departamentos operacionales y de seguridad.

Toda la información del evento la puede encontrar en www.iata.org/events. ■

LA REGIÓN DE TARAPACÁ SE PREPARA PARA EL FUTURO

A través de la coordinación de todos los entes participantes en el sistema logístico regional, tanto públicos como privados nuestra corporación busca mejorar este, uno de los sectores productivos definidos como prioritarios en nuestra Estrategia Regional de Desarrollo productivo.



NUEVA CONCESIÓN

Hoy, Empresa Portuaria Iquique concentra sus esfuerzos en lograr una exitosa licitación del "Molo" del puerto de Iquique, un terminal que cuenta con dos sitios de atraque -399 metros de largo en total-, 65.000 metros cuadrados de áreas de respaldo, un sitio para naves pesqueras de 133 metros de longitud y tres almacenes techados para carga general, por un total de 9.840 metros cuadrados.

La licitación, en este momento, se encuentra en fase de revisión de las bases por parte del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Posterior a eso, se dará inicio al proceso de licitación propiamente tal y, para ello, Empresa Portuaria Iquique ha dispuesto un sitio web donde además de toda la información relacionada al proceso, se distribuirán las bases de manera gratuita. La dirección para visitar este sitio es www.licitacionpuertoiquique.com

Pilar fundamental de este desarrollo es el Puerto de Iquique quien a través de su empresa administradora la Empresa Portuaria de Iquique (EPI) desde hace un par de años viene realizando inversiones que tienen como objetivo ampliar y mejorar sus instalaciones pensando en el crecimiento sostenido que ha tenido nuestra región. Este desarrollo va de la mano con la conclusión de las obras del corredor bioceánico que une el puerto de Santos en Brasil con los principales puertos del norte de Chile, carretera que estará habilitada en un 100% a fines del presente año.

EL PUERTO PREPARÁNDOSE PARA AFRONTAR NUEVOS DESAFÍOS. Obras de amplia-

ción y la licitación del Terminal 1 "Molo" son los proyectos que desde el 2011 viene realizando Empresa Portuaria Iquique (EPI) para mantenerse a la vanguardia de una dinámica industria marítimo portuaria y hacer frente al importante aumento de demanda proyectado para los próximos años.

Durante el año pasado, Empresa Portuaria Iquique (EPI), una empresa autónoma del Estado encargada de la administración del Puerto de Iquique, inició una serie de proyectos de ampliación del recinto portuario, los que culminarán con la licitación del Terminal 1 "Molo" y sus respectivas áreas de respaldo. Esto se origina, principalmente, porque en 2011 la empresa por-

tuaria realizó un estudio de demanda, el cual proyectó la tasa de crecimiento en el flujo de carga anual en torno a un 6%, por lo que, para el 2025, el puerto de Iquique transferirá 5,6 millones de toneladas al año, el doble de lo que se moviliza actualmente.

Esta proyección motivó que de inmediato se iniciaran proyectos de ampliación, con la finalidad de que se aumentaran las áreas de respaldo que posee el recinto portuario y así poder ofrecer más espacio a los operadores para el acopio de contenedores. Estas acciones se tradujeron en dos rellenos que en total consideraron una inversión histórica de más de MM\$7.000. Además, el actual dinamismo de la industria marítimo portuaria, exige que los puertos cuenten con infraestructura que permita el arribo de la nueva generación de naves -con capacidad para transportar hasta 12.000 contenedores-, lo que hizo imperiosa la necesidad de licitar el Terminal 1 "Molo" y así conseguir que el puerto de Iquique sea capaz de enfrentar los nuevos desafíos de la industria.

OPERADOR PRIVADO Actualmente, el puerto de Iquique transfiere 2,7 millones de toneladas al año, más del doble de lo que se que movilizó en 1999 (1,1 millones), un año antes de que entrara un operador privado. En el 2000, Iquique Terminal Internacional (ITI) se adjudicó el Terminal 2 "Espigón" y sus respectivas áreas de respaldo. Esta concesión, en primera instancia entregada por 20 años pero posteriormente ampliada otros diez, permitió una importante inversión en infraestructura y tecnología, lo que posicionó al puerto de Iquique como líder en carga contenedorizada de la zona norte de nuestro país.



Noticia Completa
escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.

RALLY DAKAR 2013: LOS MOVIMIENTOS DE UN GRAN EVENTO

Es sin duda uno de los eventos deportivos más importante del mundo; más aún para Chile, país donde en esta oportunidad de celebró el cierre y premiación del encuentro. La importancia no sólo radica en el valor deportivo, sino también en los desafíos que conlleva llevar a cabo un evento como éste.

Todos quienes están inmersos en el mundo de la logística saben que este rubro nunca para. Si esto lo extrapolamos a la operación que envuelve un evento de la envergadura del Rally Dakar esta premisa toma aún más fuerza.



Mover diariamente, etapa por etapa, lo que podríamos llamar una "ciudad móvil" que responde a las necesidades básicas de alimentación, hospedaje, salud y traslado de todas las personas acreditadas, es una tarea inmensa.

Durante un año, un grupo de personas de la organización junto a encargados en los distintos países donde se realiza el Dakar trabajan para que nada falle en los 15 días de competencia y todo se convierta en un éxito. Los 8574 kilómetros a recorrer entre Lima, Perú, y Santiago, junto a la naturaleza de los lugares son los principales obstáculos que

tiene la organización, quien moviliza desde Francia el equipamiento principal para montar el evento.

Para dimensionar el tipo de encuentro deportivo que es Rally Dakar debemos considerar que existen 210 vehículos de la organización utilizados diariamente en la puesta en marcha y el monitoreo de las etapas (40 automóviles, 11 helicópteros, 12 aviones, 55 camiones, 5 autobuses, entre otros).

ETAPA POR ETAPA

Cuando visualizamos los números dimensionamos la importancia que tiene este evento del mundo tuerca. En esta oportunidad, la

ciudad de Santiago albergó el punto final del evento, generando así un desafío en materia de organización.

Un total de 301 pilotos los que lograron concluir la prueba tuerca más exigente del mundo. Los cuadríciclos, las motos, los autos y camiones pasaron por las calles de Santiago para concluir en el escenario que se instaló en plena avenida Bernardo O'Higgins frente al Palacio La Moneda.

En la oportunidad los más aplaudidos fueron Ignacio Casale, quien recibió el premio por el segundo lugar en cuadríciclos y Francisco "Chaleco" López, quien obtuvo el tercer lugar en la general en motos.

El éxito de la organización radica en la preparación del equipo a cargo, quienes tiene en sus manos la planificación de este gran evento que agrupó, en esta versión, a 745 competidores inscritos en la prueba entre pilotos, copilotos y mecánico el número y 1066 el número de competidores inscritos para prestar labores de asistencia de 53 nacionalidades distintas.

Dado que el evento de clausura fue realizado en Santiago, la salida de las delegaciones y de la organización se realizó a través del Puerto de San Antonio. Mientras que en Parque O'Higgins se implementó el campamento final. En este espacio se realizó la denominada plataforma logística, instancia donde se reúnen todos los implementos que son utilizados durante el recorrido. Aquí se prepararon los contenedores para luego ser embarcados con destino a Francia.

Todo el trabajo diario responde a lo que se denomina "la burbuja Dakar".

OMNII™ XT15 ADAPTABILIDAD LE OFRECE

MAS...

MAYOR
DURABILIDAD

20+

MAS DE 20 HS
DE VIDA DE BATERIAS

a b c

MULTIPLES OPCIONES
DE TECLADO



MAS OPCIONES DE
CAPTURA DE DATOS



CONECTIVIDAD
TOTAL



MAS SENSORES...



MAS VALOR !!!



OMNII™ XT15: MAXIMA TECNOLOGIA PARA
LOGISTICA Y ABASTECIMIENTO
IP67, MODULAR, MODERNA, UNICA

P510n

Boreal Technologies
Liderando la presencia de Psion en Latino America
www.borealtech.com



BOREAL TECHNOLOGIES ARGENTINA
Email: info.ar@borealtech.com

BOREAL TECHNOLOGIES BRASIL
Email: info.br@borealtech.com

BOREAL TECHNOLOGIES CHILE
Email: info.cl@borealtech.com

MIT APOYA ESTUDIO SOBRE LA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN DE MERCANCÍAS EN SANTIAGO

Estudio será desarrollado por investigadores de la Universidad Andrés Bello y busca establecer un diagnóstico de cómo se transportan y distribuyen bienes en Santiago.

Acciones cotidianas tan sencillas como tomar desayuno implican un complejo despliegue para que los productos que componen esa comida lleguen desde las plantas de producción hasta la mesa del hogar, pasando por bodegas, centros de distribución y comercio minorista. Un proceso que se hace más complejo en ciudades de gran tamaño como Santiago.

Siempre que se analiza el desarrollo urbano de Santiago se considera la movilidad de las personas o los m² de áreas verdes como aspectos que mejoran la calidad de vida, pero nadie está mirando de forma integral la forma en que consumimos y nos abastecemos", explica Julio Villalobos, investigador del Centro Latinoamericano de Innovación en Logística CLI-Chile, de la Ingeniería de la U. Andrés Bello. Según el académico, se trata de un aspecto clave para esta ciudad que se apronta a celebrar sus 500 años de vida y que en los próximos años llegará a los 8,5 millones de habitantes.

Por eso, un grupo de la Universidad Andrés Bello, liderado por Julio Villalobos y Andrés Bronfman está estudiando el tema. "En la actualidad no existe un diagnóstico en esta materia. Lo que queremos es empezar a aplicar herramientas de visualización de centros de origen de las mercancías, rutas por redes y canales, además de lugares y horas de congestión", detalla Villalobos.

Para esto, los investigadores presentaron el proyecto a sus pares del Megacity Logistic Lab del MIT, quienes se interesaron en la

iniciativa y la postularon conjuntamente al fondo MISTI (MIT International Science and Technology Initiatives), el cual les entregó financiamiento para los próximos doce meses, tiempo que durará la primera etapa del proyecto.

El objetivo del estudio es poder analizar las prácticas actuales en materia de redes de abastecimiento y distribución, encontrar espacios para poder adoptar buenas prácticas que ayuden a mejorar la competitividad y reducir el impacto ambiental de esta actividad. Lo anterior en base a una metodología de análisis de datos y visualización desarrollada por el Center for Transportation & Logistic del MIT.

En específico, los investigadores se concentrarán en dos aspectos de este fenómeno: las cadenas de distribución en la industria farmacéutica (como ejemplo específico de B2B) y aquellas asociadas al comercio electrónico (B2C).

En este último ámbito, Chile ha experimentado un crecimiento de un 30% en los últimos dos años, posicionando al país como el segundo en Latinoamérica con el mayor uso

de Internet como canal de ventas. Según Villalobos, "que cada vez más personas estén usando el comercio electrónico supone nuevos desafíos de distribución que tienen impactos negativos en la calidad de vida, como la congestión y la contaminación".

Con el diagnóstico que se generará a través de este estudio, los investigadores esperan poder proponer buenas prácticas que hagan más eficiente la logística de distribución y disminuyan el impacto de esta actividad en el ambiente y en la población. Entre las medidas que se espera evaluar preliminarmente se encuentran las infraestructura de soporte, adoptar medidas de coordinación de horario, zonas de estacionamientos y tarificación vial. "Otra alternativa innovadora probada en contextos urbanos desarrollados es licitar la distribución de mercancía en zonas urbanas saturadas, lo cual permite consolidar la carga y hacer más eficiente el uso de los vehículos", explica Villalobos.

Durante el primer semestre de 2013 se realizará en Santiago un Workshop para dar inicio a este proyecto.

<http://megacitylab.mit.edu>

EL ÉXITO SE PUEDE PLANIFICAR

CENTRO DE BODEGAJE PARA DISTRIBUCIÓN



5
AÑOS

84.500 M2
TOTALES EN ARRIENDO

ARRIENDO DE BODEGAS



MAIPÚ • SAN BERNARDO

UBICACIONES ESTRATÉGICAS

- Acceso controlado
- Amplios patios de maniobras
- Vigilancia permanente 24 horas
- Monitoreo por circuito cerrado de televisión (CCTV)

- Patios iluminados
- Superficies flexibles
- Operación 24 horas
- Red seca y húmeda para control de incendio

www.centralbodegas.cl

Fono: 2 726 29 00

5
AÑOS
84.500 M2
TOTALES EN ARRIENDO

GREEN LOGISTIC INICIA SUS OPERACIONES EN EL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN PARA PRODUCTOS PELIGROSOS



Green Logistic inició durante el presente verano sus operaciones en el nuevo Centro de Distribución para sustancias peligrosas, ubicado en el sector de "El Noviciado", comuna de Lampa.

Las nuevas instalaciones permiten el almacenamiento de productos clase 3, 6, 8, 9 y aerosoles. Además, el Centro cuenta con capacidad para almacenar alimentos, cosméticos y carga general, lugar donde se incluye una zona de valor agregado para maquila, termolaminado, etiquetados, estucherías u otras actividades de valor agregado.

Para Felipe Alvarez, gerente comercial de la compañía, tener un centro de distribución de carga peligrosa y carga general en un mismo lugar significa una gran ventaja para el cliente. "Gracias a esta posibilidad, el cliente no tiene que estar separando su operación en distintas instalaciones u operadores logísticos", sostuvo.

Asimismo, el gerente señala que "este es un gran paso dentro de los proyectos que tenemos como compañía, en donde hemos planificado seguir creciendo en infraestructura este año y los venideros".

REPRESENTANTES DE MUNICIPIOS AEROPORTUARIOS DE LATINOAMÉRICA VISITARON BODENORFLEXCENTER

Delegados de municipios aeroportuarios, en conjunto con representantes de CEPAL, Naciones Unidas, Ministerio de Obras Públicas, Dirección de Aeropuertos, DGAC y concejales de la Municipalidad de Pudahuel, visitaron Parque Logístico de BodenorFlexcenter en el marco de la IV Cumbre Latinoamericana de Municipios Aeroportuarios que se celebró entre el 24 y 25 de enero de 2013.



El recorrido incluyó visitas técnicas a centros de distribución que están operando en el condominio, como el nuevo site logístico de PEPSICO. Los visitantes de aeropuertos de Ecuador, Argentina, Brasil, Uruguay y México también conocieron las 3 obras que se encuentran en construcción: Etapa 3 (donde estará Indumotora), el nuevo Centro de Distribución de DITEC Automóviles y el próximo Centro de Distribución de Sal Lobos, que en total suman más de 50.000 m2 de infraestructura logística del mejor nivel en la región.

Durante el desarrollo del seminario, el cual fue auspiciado por BodenorFlexcenter, se firmó la creación de ALMA, Asociación Latinoamericana de Municipios Aeroportuarios, la cual tiene por objeto promover una red regional para el intercambio de conocimiento y buenas prácticas frente a los desafíos y oportunidades que se presentan en la actividad aeroportuaria contemporánea.

COMERCIAL CABM® LTDA. RECUPERA LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

Comercial CABM® Ltda. entrega soluciones integrales que optimizan la operatividad de los negocios, eliminando problemas que se puedan presentar por falta de mantención de pisos industriales, bodegaje y retail.

Comercial CABM® Ltda. se enfoca en la recuperación de superficies que no están en condiciones de uso seguro, lo que permite aumentar la productividad, vida útil del pavimento y de los equipos que transitan sobre éste. Cuenta con un equipo técnico - profesional con la misión de satisfacer las necesidades de sus clientes - siempre orientados a entregar un trabajo de calidad y excelencia.

La empresa tiene una amplia presencia en el mercado, destacando en la industria alimenticia y de bodegaje, áreas donde entrega soluciones oportunas y eficientes.

Entre los servicios está el tratamiento de alabeo, cuyos principales objetivos son: cumplir con regulaciones para exportación de productos elaborados y/o manufacturados; cumplir con estándares o requisitos sanitarios; recuperar superficies que no están en condiciones de uso seguro; aumentar la productividad de la planta y aumentar la vida útil del pavimento y los equipos que transitan sobre éste.

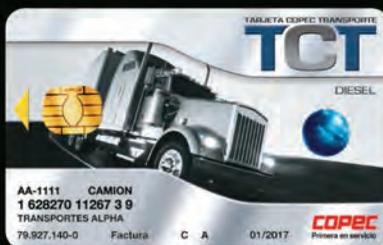
ADVANCE, EL PROGRAMA EJECUTIVO DE PREGRADO QUE PERMITE MEJORAR TU FUTURO

La Universidad Andrés Bello ofrece el Programa Ejecutivo de Pregrado Advance, diseñado para aquellos profesionales que buscan una oportunidad de obtener una segunda carrera o completar sus estudios con una educación de calidad.

A través de una metodología especializada para quienes trabajan, Advance ofrece a los alumnos con estudios previos y experiencia laboral estudiar con un sistema de clases tres veces por semana, ciclos trimestrales, un horario fuera de oficina y con docentes especializados en educación de adultos (andragogos). El programa se imparte en las tres sedes de la Universidad Andrés Bello en Chile: Santiago, Viña del Mar y Concepción. Sus siete carreras, Contador Auditor; Ingeniería Civil Industrial; Ingeniería Comercial; Ingeniería en Administración de Empresas; Ingeniería en Computación e Informática; Ingeniería en Seguridad y Prevención de Riesgos; e Ingeniería Industrial, fueron diseñadas bajo un formato flexible y ejecutivo.

Cabe destacar que la U. Andrés Bello ofrece la opción de optar a los siguientes programas de postgrados: Magíster en Dirección de Operaciones y Logística (versión on line); Magíster en Ingeniería Industrial con menciones; y Magíster en Logística y Gestión de Operaciones con y sin mención. Asimismo, optar a la continuidad de estudios en diversos diplomados en las áreas de operaciones y logística.

➤ TARJETA COPEC TRANSPORTE INNOVACIÓN PARA LA GESTIÓN DE SU FLOTA



Crédito directo para adquirir petróleo Diesel y lubricantes Mobil en más de 330 Estaciones de Servicio Copec.



➤ Nuevas funcionalidades para optimizar la gestión de su flota:

- Envío de reportes on-line y mensajes de control hacia teléfonos celulares y smartphones.
- Opciones de pago y abono en línea de facturas y consumos a través de la web.
- Solicitudes de reposición de tarjetas vía Internet.
- Más operaciones interactivas disponibles en la página web TCT.



Certificación ISO 9001
Proceso de emisión
tarjetas TCT

Solicite información al

800 200 220

www.tct.cl www.copec.cl

COPEC
Primera en servicio

GEODIS WILSON ABRE NUEVAS BODEGAS

Con el objetivo de continuar satisfaciendo las necesidades y requerimientos de cada cliente, Geodis Wilson inauguró sus nuevas bodegas en Quilicura. Con más de 13.670 m² de infraestructura, construidas con un diseño y materiales de primer nivel.



De esta manera la compañía no sólo aumenta su capacidad de almacenamiento, sino que también, gracias a la tecnología con la que cuenta este nuevo centro, se optimizará el control de los productos que allí se resguardan, ampliando la oferta de productos para los clientes de retail y de servicios de valor agregado.

En detalle, se trata de 24 andenes, 3 rampas de acceso, 115 m² para sala de transportistas, 177 m² de estacionamientos con capacidad para 64 vehículos, un patio de camiones de 5.294 m², además de un estanque de incendio, bomba para sala de incendios y un generador. Es decir capacidad, tecnología y seguridad con los más altos estándares.

PREPARAN ENTREGA DE SEGUNDA ETAPA DEL CENTRO DE BODEGAJE CASAS VIEJAS

Centro de Bodegaje Casas Viejas, ubicado en la comuna de Maipú, ya se encuentra construyendo su segunda etapa, que contará con 8.475 m² con la calidad y características que distinguen a Central Bodegas en el mercado.

A la fecha la obra presenta un avance del 60% y se espera su puesta en servicio para junio de este año. Esta segunda etapa será ocupada en su totalidad por una importante empresa que instalará en el lugar sus bodegas y centro de distribución. Los aspectos que resaltaron para dicha elección fueron la calidad de la construcción, los altos estándares de seguridad, amplios espacios de maniobrabilidad y fácil acceso.



La primera etapa cuenta con la misma cantidad de superficie y aún dispone de espacios para que las empresas realicen su logística desde este centro estratégico, cercano a la ruta 68 y Américo Vespucio. Con la construcción de la segunda etapa del centro de bodegaje Casas Viejas, Central Bodegas aumentará la superficie total disponible en un 10% y para junio de este año se apronta el inicio de la construcción de la tercera etapa del proyecto, la que ya está en conversaciones para la instalación en sus dependencias de una importante empresa exportadora.

Sus clientes destacan la conectividad, seguridad, controles internos, construcciones sísmicas y por sobretodo, la atención directa y las soluciones a medida que Central Bodegas otorga a cada cliente.

TAMEGAL INGRESA AL ICHA

Con el objetivo de estar permanentemente informados sobre las normativas que rigen la calidad de los productos y construcciones fabricadas en acero en Chile, y de esa forma agregar mayor valor a su oferta, Tamegal se incorporó al Instituto Chileno del Acero (ICHA).

"Después del terremoto de 2010, nos percatamos que era fundamental pertenecer a una institución que nos aporte mayor claridad en las normas de diseño para los cálculos estructurales de proyectos relacionados con el acero", explicó Juan José Álvarez, Ingeniero de Proyectos de Tamegal.

"En esta materia – agregó el ejecutivo – nosotros estamos muy preocupados de cumplir todos los estándares que la industria exige, sin embargo, existen muchos proveedores que usan acero de calidad internacional que, según ellos, es mejor que el nacional, pero que para el episodio del terremoto no pasaron la prueba. Y esto por supuesto que afirma que la calidad de algunos productos comercializados en Chile es deficiente".

Para Tamegal pertenecer al ICHA es muy importante, pues valida aún más sus proyectos de estructuras de acero en centros de distribución, al mismo tiempo que representa un sello de confianza para el consumidor final, que es quien, en definitiva, va a invertir en el proyecto.

AR STORAGE SOLUTIONS OBTIENE UN CRECIMIENTO DEL 20 % EN 2012



La división Racking de AR Storage Solutions ha registrado excelentes resultados. Al cierre del ejercicio 2012 la facturación ha crecido un 20% respecto a 2011.

Este crecimiento se debe a diversos factores. Destaca la consolidación de ventas en los mercados europeos como Inglaterra, Francia, Alemania, a través de su canal de Distribución. AR Racking se convierte así en referente europeo en soluciones de almacenaje de gran carga y continúa con su objetivo de creación de una sólida red de distribución que cubra todas las zonas de Europa.

Asimismo y unido a la estrategia de internacionalización iniciada hace años, la presencia de AR en el mercado exterior se consolida con un importante crecimiento en el mercado latinoamericano y desarrollando interesantes proyectos en África y Oriente Medio.

Por otra parte, en los últimos años AR se ha convertido en uno de los primeros referentes en el mercado de instalaciones de sistemas autoportantes y sistemas automáticos, a través de nuestra colaboración con integradores, habiendo desarrollado el año 2012, grandes y complejos proyectos en Europa y Latinoamérica.

Con el respaldo de un gran grupo industrial del acero con más de 70 años de experiencia (GRUPO ARANIA), AR ofrece una amplia gama de estanterías para gran carga de altas prestaciones, cumpliendo con los estándares internacionales más estrictos y aportando soluciones adaptadas a cada proyecto.

Según el gerente de AR Racking, Iñaki Arriola, "continuando con la estrategia de crecimiento orientada al cliente y apoyando un plan estratégico centrado en el desarrollo de los mercados internacionales podemos concluir que 2012 ha sido un buen año y afrontando así el futuro, estamos convencidos que 2013 y sucesivos serán años muy importantes para nuestra marca".

Cargo
Week
Americas

e x p o
carga

PRESENTADO POR:



R.H. SHIPPING®

Shipbrokers & International Freight Forwarders

11-13
Junio 2013
WTC Ciudad de México

18,000 profesionales de comercio exterior, transporte
de carga y logística reunidos en un mismo lugar

CWA-Expo Carga 2013

¡Solo falta usted!



Regístrese SIN COSTO en:

www.expo-carga.com Ingrese la clave CWAR087

Escanee
para + info



Patrocinador Silver



Socios Estratégicos



Organizado por



Síganos en:



Cargo Week Americas/Expo Carga



Cargo Week Americas - Expo Carga



@ExpoCarga

+52 55 5442-5760 | ventas@expo-carga.com | info@expo-carga.com

SKC RENTAL: COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD



En el marco de su campaña medioambiental "Un contrato, un árbol", la empresa especialista en arriendo de maquinaria participó en una noble iniciativa de un grupo de estudiantes de la Universidad Adolfo Ibáñez para apoyar el desarrollo de áreas verdes en la Escuela Rural G-457, ubicada en el sector de Lagunillas en Cabablanca.

El aporte de la compañía perteneciente al grupo Sigdo Koppers consistió en un

juego de plaza con columpios y toboganes, el cual fue instalado en el sector recreativo del establecimiento, además de entregar más de 55 plantas que fueron utilizadas por alumnos y apoderados para cultivar un huerto. Todo esto tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los niños y dejar un significativo legado a la comunidad.

El programa "Un contrato, un árbol" nació en el año 2008 y, hasta la fecha, ha permitido entregar más de 16 mil árboles en todo el país, demostrando y reafirmando el compromiso de la empresa con el entorno y el bienestar social.

NUEVA GERENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE WISETRACK

Wisetrack Chile, empresa que ofrece soluciones y servicios de integración y valor agregado para aumentar el control, eficiencia, productividad, cumplimiento y seguridad de la gestión de flotas vía GPS, tiene como meta de este año, elevar el nivel de servicio a sus clientes. En enero de 2013, Wisetrack creó la Gerencia de Servicio al Cliente, área que estará a cargo de Francisco Morales, quien fue promovido de Gerente de Cuentas de Retail y Consumo masivo, con una carrera interna de más de 4 años, por lo cual cuenta con una larga trayectoria y experiencia en materia de gestión y desarrollo de proyectos.



"Alineados con la visión de Wisetrack de transformarnos en socios estratégicos de nuestros clientes hemos convertido el área de CRM en una de las más importantes dentro de la empresa. Queremos estar cerca de nuestros clientes y asegurar los mejores estándares de servicio para mantener su confianza", comentó el ejecutivo. Con más de 7 años de experiencia, Wisetrack provee soluciones totalmente integradas a los diferentes giros industriales, mejorando los procesos de logística y producción de sus clientes, actuando como consultores en sus distintas problemáticas.

"Nuestro desafío es poder brindar un servicio end to end a nuestros clientes convirtiéndolo en el valor agregado de nuestra compañía" afirma Morales.

UPS LOGRÓ GANANCIAS RÉCORD POR ACCIÓN

UPS anunció que el cuarto trimestre de 2012 y del año se alcanzaron ganancias récord por acción diluidas de US\$ 1.32 y US\$ 4.53 respectivamente, junto con generar un flujo de caja disponible anual de aproximadamente US\$ 5,4 mil millones.

"El año 2012 presentó sus retos, especialmente en la debilidad del comercio global. Sin embargo, UPS ejecutó bien, brindando un servicio superior a sus clientes", declaró Scott Davis, presidente y CEO de UPS. "A pesar de las modestas expectativas de crecimiento macro para el 2013 y la incertidumbre en los EE.UU. generada por la falta de avance en Washington, el modelo comercial de UPS brindará resultados consistentes, con crecimiento de ingresos operativos en todos los segmentos."

¿QUÉ REQUIEREN INCORPORAR LOS EJECUTIVOS PARA DESEMPEÑARSE ADECUADAMENTE EN SUS CARGOS?

Conocida es la afirmación, que la capacitación es una actividad alejada de las necesidades de las empresas y de lo que los trabajadores desearían como medio de desarrollo de sus capacidades. Considerando esta premisa, la Unidad de Educación Continua del Departamento de Administración de la Facultad de Administración y Economía (FAE), de la Universidad de Santiago, viene desarrollando un plan de actualización de sus programas de Diplomados cuyas directrices se presentan a continuación.

La formación para el trabajo acompaña la estrategia de negocio de la empresa. Si nos encontramos ante un problema de cualquier índole, es imprescindible una rápida y asertiva solución. Sin embargo, y esto es lo relevante, los problemas los solucionan las personas, requiriendo para ello manejar un conjunto de conocimientos y herramientas para desarrollar su gestión. Ello es posible adquirir (es urgente que los incorporen) en un breve programa llamado Diplomado (120-150 horas).

Los ejecutivos y trabajadores, independientemente de su rol y jerarquía (rango), se orientan al logro de resultados de la organización. Es imposible que las personas midan resultados o impactos, si no conocen el proceso del cual forman parte. Los diplomados en este sentido, les permiten una mirada global del área en forma de síntesis rescatando lo medular y entregando herramientas aplicables a su trabajo. Es más rentable invertir en una formación de diplomados que en un curso breve y específico (sin duda).

La formación en una empresa debe ser permanente y ascendente. ¿Las razones? Lo primero por la velocidad de los cambios de conocimientos y tecnologías, lo segundo, para posibilitar el desarrollo de ejecutivos y trabajadores contribuyendo a su realización y felicidad. En esta línea, los programas de Diplomados están diseñados bajo una metodología de trabajo que integra contenidos básicos y complejos en la sala de clases con estudios de casos, que muchas veces, provienen de las empresas a las que pertenecen los alumnos. Para la Universidad de Santiago de Chile, la formación para el trabajo constituye un compromiso permanente con la sociedad y el mundo laboral. Su proceso de articulación con la empresa tiene larga data, robusteciéndose con la incorporación de docentes provenientes de la industria a sus programas de diplomados.

ARRIMAQ CAPACITA A EXPERTOS DE ACHS EN LOS AVANCES TECNOLÓGICOS DE EQUIPOS DE MOVIMIENTO DE MATERIALES

Una capacitación teórica y Práctica fue la que recibieron los expertos en prevención de riesgo de la Asociación Chilena de Seguridad, ACHS, en las dependencias de Arrimaq.



En la oportunidad los asistentes pudieron conocer los últimos avances tecnológicos de las máquinas eléctricas BT y Raymond, equipos que cumplen con las más exigentes normas de seguridad a nivel mundial, para así potenciar las competencias de estos profesionales y otorgar una asesoría más especializada a las empresas adherentes a la ACHS.

Con estas capacitaciones Arrimaq y la ACHS buscan difundir los sistemas de seguridad más avanzados para que las empresas y sus trabajadores los soliciten en los equipos que operan en sus plantas.

Por qué seguir manejando una solución tradicional cuando puedes tener una más rápida con lo último en tecnología a un menor costo?

LogFire – El Nuevo Poder de la Cadena de Suministro





Dr. Lapide posee más de 30 años de experiencia en el área industrial, asesoría, investigación comercial y académica. Recientemente fue Director de la Gerencia de Adquisiciones del Centro de Transporte y Logística MIT (CTL). Asimismo, Dr. Lapide dirigió el lanzamiento del Proyecto de la Cadena de Abastecimiento 2020 del MIT y actualmente es el encargado de dictar el Seminario de Estrategia de Alineación del Centro de Transporte y Logística. Simultáneamente, es el Director de Investigación de la Agrupación de Soluciones para Administración de Adquisiciones cuyo enfoque está en el desarrollo de estrategias avanzadas, principios y métodos para equiparar abastecimiento y demanda, en forma óptima.



LARRY LAPIDE Ph.D.

Lecturer, College of Management, University of Massachusetts: Boston Campus. Research Affiliate, MIT Center for Transportation and Logistics (CTL).

Supply Chain Futures

BALANCEANDO EL ABASTECIMIENTO Y LA DEMANDA

CONGRESO LOGÍSTICO
09 JULIO 2013 - 08.30 - 18.00
CUPOS LIMITADOS!

Lugar: Centro Parque

Presidente Riesco 5330 - Parque Araucano - Las Condes

Programa General: Martes 09 Julio 2013 /08.30

Idioma del Congreso: Inglés con traducción simultánea



Logistec
para Profesionales.
www.revistalogistec.com

08.30 - 09.00	Acreditaciones
09.00 - 09.10	Bienvenida y Presentación Relator Larry Lapide Ph.D.
09.15 - 11.00	"Excelencia en Cadenas de Abastecimiento=Alineamiento Estratégico".
11.00 - 11.30	Coffee Break
11.30 - 13.00	"Implementación de una Guía de Planificación de Operaciones y Ventas".
13.00 - 14.15	Almuerzo
14.30 - 16.00	"Administración y Optimización del Abastecimiento y la Demanda".
16.00 - 16.30	Coffee Break
16.30 - 17.30	"El Futuro de la Cadena de Abastecimiento".
17.30 - 18.00	Mesa Redonda - Conclusiones

Más información en: <http://bit.ly/supplychainfutures>

Patrocinan:



Produce:

