

# Logistec

para Profesionales Informados



[ www.logistec.com ]

# ECOMMERCE RETOS PARA EL SECTOR LOGISTICO



LOGISTEC  
EDICION

**78**

AGOSTO - SEPT. 2013

CIRCULA INSERTO  
SDF - AISL

SUPPLY CHAIN: INVENTARIO CERO  
EQUIPAMIENTO: PALETIZADO / SLOTING  
EN RUTA: DISTRIBUCIÓN URBANA  
AVANCES: EXPO LOGISTEC 2014

SERVICIOS DE TRANSPORTE | NUESTRO ENFOQUE MARITIMO-AEREO

## Servicios de transporte marítimo-aéreo combinados: una ventaja competitiva

Le proporcionamos la combinación perfecta entre ahorro de tiempo y costo al unir las ventajas del flete marítimo con la rapidez del flete aéreo.

expect more.



GEODIS  
wilson

[www.geodiswilson.cl](http://www.geodiswilson.cl) - Tel.: 2450 3600 - [info@cl.geodiswilson.cl](mailto:info@cl.geodiswilson.cl)



# AGUNSA

## Transformando ideas en valor

### AGUNSA REPORT

Una empresa AGUNSA

Transporte terrestre | Almacenaje | Operación logística | Venta y arriendo de contenedores | Diseño de módulos | Administración de bodegas | Cross-docking | Carga de proyectos | Consolidación de carga | Administración barrio contratista | Logística internacional | Agenciamiento a naves del transporte marítimo | Logística portuaria | Apoyo a la cosecha | Mantenimiento y operación en instalaciones mineras | Aseo industrial | Apoyo operacional de la SX y en la nave EW | Muestreras | Mantenimiento de equipos.

#### CONTACTO

mineria@agunsa.cl / (56-2) 24602222

[www.agunsa.cl](http://www.agunsa.cl)

powered by *logistec 2.0*



## [ CENTRORECURSOS ] DIRECTORIO

AÑO 12 EDICION 78  
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 | Karina Márquez

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL  
Eugenio Caldentey | Sergio Flores | Rodrigo Garrido  
Ariel Castiglioni | Julio Villalobos | Raimundo Veloso

SUSCRIPCIONES  
suscripciones@revistalogistec.com

 www.geodiswilson.cl   C2	 www.redmegacentro.cl   C3	 www.expologistec.cl   C4	 www.agunsa.cl   1
 www.kuehne-nagel.com   5	 www.emotrans.cl   7	 www.tnt.cl   11	 www.eit.cl   13
 www.bodenorflexcenter.cl   15	 www.tw.cl   17	 www.legno.cl   19	 www.bsfc.cl   21
 www.mecalux.cl   23	 www.cygnussuite.cl   25	 www.sologistik.cl   27	 www.goldenfrost.cl   29
 www.estrellasolitaria.cl   31	 www.cosenza.cl   35	 www.tamegal.cl   39	 www.globalstorage.cl   41
 www.multivac.com   45	 www.skrental.com   47	 www.servilog-chile.com   49	 www.honeywell.com   55
 cl.vrc.pt   57	 www.greenlogistic.cl   59	 www.chilexpress.cl   67	 www.greensystems.cl   69
 www.mindugar.com   71	 www.vigatec.cl   73	 www.liftservice.cl   75	 www.sdigroup.cl   77
 www.apllogistics.com   79	 www.arrimaq.com   81	 www.mersan.cl   83	 www.centralbodegas.cl   85
 www.ar-storage.com   87	 www.olog.cl   91		 www.sdigroup.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 LOGISTEC DESCARGANDO  
MEDIA KIT 2013 O INGRESA A  
[http://bit.ly/mediakit\\_lgt\\_2013](http://bit.ly/mediakit_lgt_2013)



**¡UNA EDICIÓN ESPECIAL!**

Nuestra edición 78 se ha transformado en un ejemplar especial y así lo hemos intentado reflejar en sus páginas, donde -de manera sutil- nos hemos convertido como Revista Logistec en parte de la noticia.

Hemos manifestado nuestra alegría y agradecimiento por los múltiples saludos por nuestros 13 años de existencia. Este cumpleaños ha tenido un sabor distinto, al sentirnos como medio especializado parte de la industria logística, la cual ha crecido fuertemente a nivel nacional.

Por otra parte, "Supply Chain Futures" fue un éxito. La convocatoria fue tuvo nuestro congreso es motivo de alegría, al transformarnos así en un puente valido entre los profesionales logísticos y el conocimiento. Con más de 200 asistentes, el encuentro se transformó en la instancia precisa de interacción entre las distintas áreas que conforman el mercado logísticos.

Por otra parte, basado en los años de posicionamiento y el éxito de nuestras actividades, hoy lanzamos la tercera versión de EXPO LOGISTEC 2014, el principal encuentro logístico del país, que se llevará a cabo el próximo 27

y 28 de marzo, en las dependencia del Centro de Distribución Megacentro- Miraflores. Con el conocimiento y la experiencia de las versiones anteriores esperamos reunir a más de 80 empresas del sector con más de 4 mil visitas, quienes podrán vivir la experiencia y disfrutar de las ventajas de ser parte del evento logístico chileno por excelencia. Intentamos crecer junto a la industria logística, transformarnos en un puente entre las empresas del sector y ser un medio de conocimiento especializado; sin embargo para eso necesitamos seguir contando con su respaldo de nuestros lectores y clientes por muchos años más.



<b>PUNTO DE VISTA</b>	<b>04</b>
Jean-Charles Deconninck	
Retos de la Cadena de Suministro	
<b>SCM ESTRATÉGICO</b>	
Gestión de Pallets	<b>20</b>
Omni-Channel	<b>22</b>
Logística Reversa	<b>26</b>
<b>ANÁLISIS</b>	
Ariel Castiglioni	<b>34</b>
Raimundo Veloso	<b>36</b>
Julio Villalobos	<b>38</b>
<b>EN PRÁCTICA</b>	
BODENOR FLEXCENTER	<b>50</b>
TNT	<b>52</b>
MEGALOG	<b>60</b>
TW LOGÍSTICA	<b>62</b>
CENTRAL BODEGAS	<b>64</b>
<b>LÍDERES</b>	
Planeación	<b>54</b>
RTLS	<b>56</b>
Comex	<b>58</b>
<b>EN RUTA</b>	
Distribución Urbana	<b>66</b>
Transporte de Carga Aérea	<b>70</b>
Comex	<b>74</b>
<b>RRHH</b>	
Habilidades Blandas	<b>82</b>
Minería	<b>86</b>



3

**P08**  
**CONGRESO SUPPLY CHAIN FUTURES**  
 REUNIÓ A IMPORTANTES  
 PROFESIONALES LOGÍSTICOS

**P12**  
**SUPPLY CHAIN**  
 INVENTARIO CERO  
 ECOMMERCE

**P42**  
**EQUIPAMIENTO Y TECNOLOGÍA**  
 PALETIZADO  
 SLOTTING

**P88**  
**EXPO LOGISTEC 2014**  
 ESPERA A MÁS DE 80 EXPOSITORES



4

# EL GRAN RETO DE LA CADENA DE SUMINISTRO INTERNACIONAL INTEGRADA

Por Jean-Charles Deconninck

La economía europea de hoy, a pesar de que todavía muestra una visión de funcionamiento que está localmente arraigada en el pasado, en realidad está totalmente inmersa en una economía global y de intercambios mundiales. La fuerza impulsora actual de transformación económica y estructural de los países europeos es, sin duda, la globalización de los intercambios de mercancías.

Estos profundos cambios que estamos viviendo deben ser vistos como un extraordinario potencial para el desarrollo de todas nuestras industrias y servicios a través

de la apertura a la competencia que activará la innovación y el progreso en un contexto donde hay una búsqueda constante de productividad.

El desafío para la cadena de suministro es el de romper con un modo de ejecución puro y cambiar a uno de colaboración constante entre todos los jugadores que conforman la cadena. Para ello, las normas y estándares para el intercambio de datos y la capacidad de proporcionar a todos los jugadores, en tiempo real, los datos que necesitan para coordinar, anticipar las acciones, así como para dirigir las tareas que tienen que realizar como parte de su operación en la cadena, se están convirtiendo en los principales desafíos que enfrenta la cadena de suministro.

Los cambios de estrategias e innovación serán necesarios para mantener la competencia, pero sólo mediante el arte de la gestión de la cadena de suministro será posible garantizar la calidad de la ejecución, y por lo tanto permitir el éxito comercial. Es necesario entregar el producto correcto, al precio adecuado y en el momento preciso al cliente. Esto se está convirtiendo en una ventaja competitiva en un mundo en el que ya no hay escasez de productos y dónde existen múltiples ofertas. Esta es la nueva realidad y por ello la diferencia competitiva convierte al trabajo en calidad de servicio. La cadena de suministro está en el corazón de estas nuevas exigencias y esto está atrayendo a especialistas de la logística hacia una transformación en su profesión.

Esta es la razón por la que la cadena de suministro ya no es solo almacenar y transportar, sino que se está convirtiendo en un trabajo de colaboración y de compartición de recursos.

**Los especialistas logísticos se convierten en los responsables de la creación de valor así como en los encargados del**

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](mailto:info.santiago@kuehne-nagel.com)

[www.kuehne-nagel.com](http://www.kuehne-nagel.com)

**retorno de inversión.** La cadena de suministro tiene que satisfacer las necesidades de los clientes finales. Se tratan de consumidores cada vez más exigentes, y sus demandas se presentan por la necesidad de reducir los plazos de entrega y garantizar la necesaria calidad de servicio. La mayoría de los compradores por Internet consideran que los gastos de envío son excesivos. Este nivel de demanda requiere logística especializada que sepa cómo responder a las nuevas demandas de satisfacción del cliente, así como la posibilidad de adoptar nuevas ventas y cuestiones de marketing. Para que los plazos de entrega, la calidad y la personalización puedan convertirse en argumentos de venta, los minoristas y sus contratistas de logística tienen que ser capaces de producir este nuevo valor.

Los especialistas en logística de hoy en día también son plenamente conscientes de su responsabilidad ecológica. Hacen malabarismos con las nuevas regulaciones, los impuestos ecológicos, la huella de carbono, las normas y las mejoras en la cadena de suministro, especialmente en términos de transporte e impacto en el medio ambiente. Estos nuevos requisitos están transformando el papel del especialista logístico, ya que ahora deben gestionar su cadena de suministro, teniendo también en cuenta el medio ambiente en un contexto de responsabilidad social de las empresas. Estos especialistas logísticos también deben tener en cuenta las nuevas exigencias financieras de la cadena de suministro y evaluar rápidamente los efectos financieros de cualquier modificación en el sistema logístico. Este nuevo enfoque requiere de una mayor eficiencia en la interpretación de datos de herramientas que ayudan en la toma de decisiones.

## HACIA LA PRODUCTIVIDAD GRACIAS AL USO DE HERRAMIENTAS EFICACES

Gestionar un almacén mediante el uso de una hoja de cálculo simple, rápidamente se convierte en un reto a partir de cierto vo-

lumen de mercancías. Una solución SGA (Sistema de Gestión de Almacén) es compatible con un negocio en crecimiento al mismo tiempo que ayuda a mejorar la productividad. Con un SGA es posible planificar y adaptarse a los volúmenes expedidos por los minoristas y a su variabilidad dependiendo de las temporadas, ya que está diseñado para sincronizar el intercambio entre los diferentes sistemas: por ejemplo, voz y pantallas LED.

Sin embargo, todavía existen campos que se relacionan con el almacén y que puede evolucionar más, como por ejemplo la aplicación de escenarios de ejecución que permitan la secuenciación inteligente que es útil en un contexto de comercio electrónico. A partir de un cierto nivel de volumen, existen ayudas visuales para la preparación de paquetes (pick to light, put to light, etc.). Además del SGA, las soluciones Yard Management y Labour Management también generan ganancias de productividad. Yard Management es un software que se utiliza para impedir demoras en el transporte dentro del almacén y para evitar el tiempo de inactividad. Y la solución de Labour Management permite planificar mejor el uso del conjunto de los recursos en el almacén, anticipar los picos de actividad y optimizar la gestión de su personal.

Más allá del almacén, considerables aumentos de productividad son posibles gracias a la integración de un Sistema de Gestión del Transporte que maneje la agrupación de todos los pedidos y garantice la trazabilidad del envío.

## AGRUPACIÓN DE RECURSOS: COOPERACIÓN HORIZONTAL PARA OPTIMIZAR COSTES

La puesta en común comprende compartir los recursos de logística, almacén, camiones



**Jean-Charles Deconninck**  
Presidente de Generix Group, editor de soluciones software para la cadena de suministro, y Vicepresidente de ASLOG, Asociación Francesa de Logística, ha sido elegido recientemente miembro de la ELA, Asociación Europea de la Logística.

La ELA es una federación de 30 organizaciones nacionales que cubren los principales países de Europa Central y Occidental. La misión de la ELA es definir y proponer soluciones a nivel europeo para facilitar el desarrollo industrial a través de la red logística. Para ello, ELA define las normas y programas de capacitación, y alienta su uso internacional. El Consejo de la ELA es responsable de diseñar las estrategias de la asociación y orientaciones políticas.

y proveedores entre una serie de empresas para alcanzar economías de escala gracias al aumento de volumen. En función de los objetivos establecidos, o las restricciones de los grupos que organizan los cargadores, la puesta en común se puede implementar para los stocks y/o para el transporte de mercancías. Totalmente basado en un enfoque de «colaboración», esta organización constituye una respuesta eficaz en las entregas al cliente sin aumentar los tiempos de entrega ni los costes de transporte.

Cuando se agrupan los stocks reunidos por un

solo operador logístico en una de las instalaciones del proveedor donde hay espacio de almacenamiento y un sistema de gestión de almacén se pueden gestionar los productos pertenecientes a un tercero. Para ir un paso más allá que la mera agrupación de stocks, si se comparte la gestión de suministros se podrán cargar camiones completos de múltiples proveedores.

Mientras la agrupación de stocks supone automáticamente la formación de camiones con cargas compartidas por varios cargadores que salen del almacén al mismo tiempo, el transporte también agrupa prácticas con un sistema de multi selección para recoger desde diversos lugares. En este caso, una solución de gestión de transporte (TMS) no sólo hace que sea más fácil poner en común las cargas a transportar, sino que también se optimiza las rutas de entrega.

Los sistemas abiertos son esenciales para que las empresas puedan utilizar las mismas herramientas y conservar la confidencialidad de ciertos datos (precios, stocks, bases de datos de referencia). Por ejemplo, uno de nuestros clientes especialistas en logística se



# “YA NO ES UNA CUESTIÓN DE SI SE DEBE INSTALAR UN SGA O UN TMS, SINO MÁS BIEN EL ACCESO A LOS SERVICIOS QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS: RECEPCIÓN, ENVÍO, PREPARACIÓN, TRACK & TRACE”.

encarga de la logística de dos proveedores de piezas de automoción que a su vez son competencia.

## COLABORACIÓN: LA COOPERACIÓN VERTICAL HACIA UNA VISION INTEGRADA Y GLOBAL DE LOS FLUJOS DE MERCANCIAS

Si la puesta en común es similar a una colaboración vertical entre industriales, la colaboración se ajusta horizontalmente. Por tanto, la colaboración es la cooperación entre todos los actores de la cadena de suministro para gestionar la trazabilidad y los indicadores mientras se consigue el beneficio de una visión global de los flujos y de las alertas.

Esta forma de colaboración encaja en el enfoque de desarrollo aplicando soluciones informáticas. Generix Grupo ha aplicado esta idea al desarrollo de portales colaborativos para administrar de forma remota los almacenes, el transporte (facturas, alquiler, seguimiento y localización, etc), los aspectos de suministro compartidos o agrupados, así como la gestión de transacciones a través de la utilización de traductores de EDI (Intercambio electrónico de datos) y conversores

EAI. En una cadena de suministro enfrentar nuevas restricciones externas, hace que especialistas en logística busquen modelos flexibles que sean muy ágiles y fáciles de implementar.

Los problemas a los que se enfrentan deben resolverse rápidamente: Una cadena de suministro no puede detenerse o reducir su velocidad, solo porque los sistemas de IT estén migrando. Para responder a estas nuevas necesidades, Generix Group ha transformado la arquitectura de sus soluciones y la forma en que se venden a un modo SaaS (Software as a Service). Gracias a este enfoque de distribución, los entornos existentes se pueden duplicar, de modo que un almacén se puede configurar en tres semanas en lugar de en muchos meses.

Además, el consumo por uso, significa que los especialistas en logística pueden acceder a una lista de servicios que activan solo cuando los necesiten. Ya no es una cuestión de si se debe instalar un SGA o un TMS, sino más bien el acceso a los servicios que satisfagan las necesidades específicas: recepción, envío, preparación, Track & Trace... Un enfoque contractual en modo SaaS también significa que los costes pueden variar ya que se paga sólo por lo que usa, basándose en el uso de unidades de trabajo que realmente reflejen su nivel de negocio.

### REMMERS OBTIENE PREMIO EUROPEO A LA EXCELENCIA LOGÍSTICA 2013.

Remmers Baustofftechnik GmbH, empresa especializada en la manufacturación y venta de productos específicos para los sectores de la construcción, recibió, por casi unanimidad, el premio Europeo a la Excelencia Logística 2013. En las características que lo llevaron a obtener el galardón están la Centralización de la orden de tomar la función combinada con la extensión del plazo, la modernización y actividades de almacenamiento y distribución de centralización de 6 centros, así como la logística automatizada de TI, todas áreas en la cual la empresa obtuvo resultados significativos y sorprendentes.

Operational  
Excellence  
Globalized  
**250 Locations**  
**120 Countries**

[www.emotrans.com](http://www.emotrans.com)

Air Services  
Ocean Services  
Compliance  
Customs Services  
IT Capabilities  
Global Logistics

[info@emotrans-chile.cl](mailto: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 CODIGO QR

Santiago: Fidel Cteiza 1916 Of. 402  
Providencia - Santiago - Tel.: 562 2.2047000  
Iquique: Calle Ramírez 846 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. 203B - Tel.: 562 2 6905153  
Antofagasta: J&C Comex Ltda.  
Puerto Natales 624



**Larry Lapide, Ph.D.**

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, un consorcio de compañías que patrocinan proyectos de investigación multianual, enfocados en el desarrollo de estrategias avanzadas, principios y métodos para equiparar abastecimiento y demanda, en forma óptima.



# EXITOSO CONGRESO REUNIÓ A IMPORTANTES PROFESIONALES LOGÍSTICOS

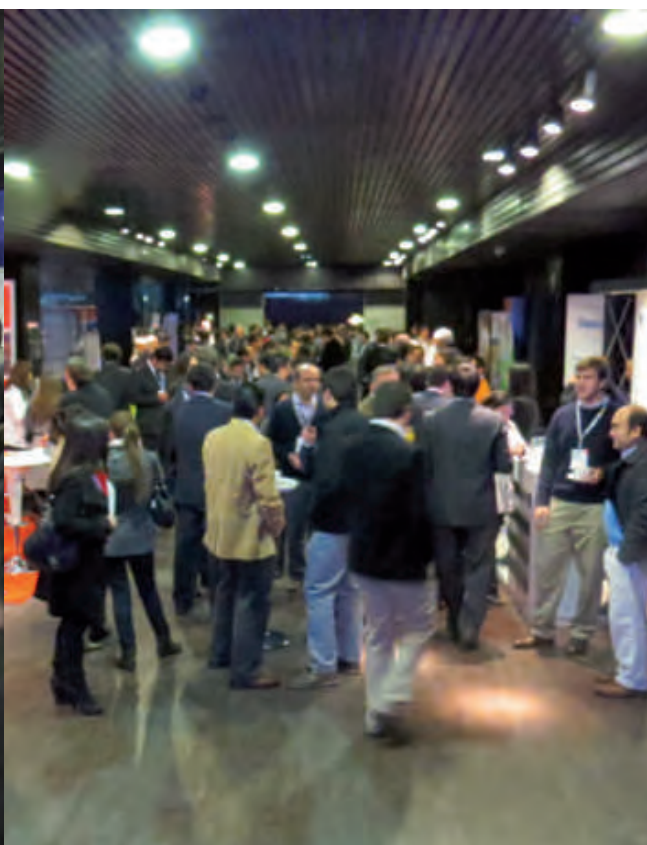
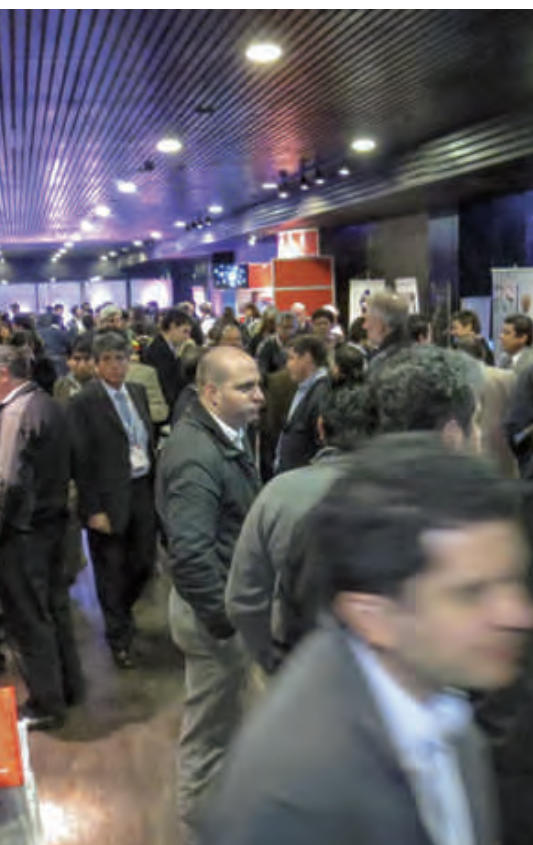
**“SUPPLY CHAIN FUTURES”, BALANCEANDO EL ABASTECIMIENTO Y LA DEMANDA** Más de 200 asistentes concurren a la clase magistral del Ph. D. Larry Lapide, quien profundizó sobre los actuales problemas que enfrenta la cadena de abastecimientos y los futuros desafíos que deben asumir los profesionales del área.

Como antesala a las actividades que se desarrollarán en el marco de Expo Logistec 2014, evento más importante de la industria logística en Chile, más de 240 profesionales asistieron al Congreso Internacional, “Supply Chain Futures, balanceando el abastecimiento y la demanda”.

Instancias de encuentro del mundo logístico no son comunes en Chile. Sin embargo, en esta oportunidad se congregaron más de 220 profesionales logísticos de las más importantes industrias del país en el Congreso Internacional “Supply Chain Futures”, balanceando el

abastecimiento y la demanda. El encuentro, organizado por Revista Logistec, se realizó el pasado 5 de agosto en el recinto de convenciones Centro Parque, ubicado en la comuna de Las Condes, donde los asistentes tuvieron la oportunidad de escuchar la clase magistral de Ph. D. Larry Lapide, investigador afiliado del Centro de Transporte y Logística MIT-CTL y catedrático de la Universidad de Massachusetts, Boston, catalogado como uno de los profesionales más destacados del área de abastecimiento.

El relator se declaró contento por la asistencia al encuentro y por las distintas instancias de interacción con los profesionales chilenos de las áreas de Supply Chain y Logística, Abastecimiento y Operaciones; Gerentes Generales y Comerciales; transporte y distribu-



La clasificación de la logística entorno a una estrategia definida es fundamental, más cuando el día día en ocasiones hace que uno no la defina. Establecer los distintos focos de estrategia fue muy interesante escucharlo. Ahora la tarea es ver cómo establecer e incorporar estos puntos y ahí está el desafío.

**RICARDO JUNGK, GERENTE DE SUPPLY CHAIN, SMU S.A.**

En cuanto a la concurrencia estoy muy sorprendido. El número de gente que asistió está muy bien, lo que demuestra que hay interés, más aún cuando el sector logístico se ha ido desarrollando de forma importante y cada vez más de modo estratégico al interior de las compañías y se transforma en una ventaja competitiva al interior de una empresa. Mientras más aprendamos, más nos podemos diferenciar.

ción con quienes profundizó las problemáticas y eventuales soluciones que tiene la industria de cara a enfrentar el futuro de las empresas. Los asistentes, importantes profesionales y ejecutivos de sector como el retail, minería y consumo masivo, valoraron el en-

cuentro y la oportunidad de reunirse entorno al conocimiento y la experiencia. La clase magistral contó con tres distintas etapas, las cuales profundizaron en las más destacadas instancias de la cadena. En la primera etapa, denomina Alineamiento Estratégico (=Supply Chain Excellence) las conclusiones apuntaron a definir que la excelencia es alinear la cadena de abastecimiento a una estrategia empresarial competitiva, a la necesidad de alinear la estrategia de la cadena de abastecimiento para respaldar, mejorar y ser parte integral de una estrategia corporativa; establecer un modelo operacional y medidas de desarrollo operacional basadas en lo que se puede destacar y no en lo que no se puede lograr; finalmente, implementar prácticas que se refuercen entre sí.

La segunda parte de la exposición titulada: Cómo diseñar un proceso de Planificación de ventas y operaciones (V&OP) abordó los factores de éxito de V&OP como establecer reuniones constantes del área, agendas estructuradas, participación multidisciplinaria,

Este fue un muy buen evento. Nos da visibilidad de cómo administramos la cadena de suministro en Chile. Esperaba encontrar cosas nuevas, pero me voy con la gran sorpresa de que muchas de las cosas que acá nos señalaron ya estamos aplicando en la compañía. Sin embargo, lo más novedoso fue el triángulo de beneficios, donde deberíamos identificarnos para tener una estrategia más clara. En cuanto a la discusión de lo que viene, mi opinión es que pensar en el 2020 es muy a corto plazo, quizás lo correcto sería hablar ya del 2030 o 2040 para proyectar los cambios.

**CARLOS QUIROGA, GERENTE DE SUPPLY CHAIN EN ORICA MINING SERVICES**

No siempre se da la instancia para reunirnos, principalmente porque el mundo logístico es muy diverso y no existe la profesionalización del área aún. La falta de colegiatura es a la vez la falta de reunión del sector.

participantes empoderados para tomar decisiones y un proceso colaborativo interno que conduzca a responsabilidad/concenso,

El Congreso me pareció bastante bueno. Su importancia está dada por la presencia de expertos de nivel internacional en el tema, la entrega y aporte de información actualizada en la materia y experiencias que nos ayudan a mejorar en el desarrollo de nuestras propias logísticas.

**CARLOS ARREDONDO, GERENTE DE LOGÍSTICA EMPRESAS LA POLAR S.A.**

dado que se aseveró que en una jerarquía de planificación es importante en un proceso colaborativo; entre otros puntos.

“Gestión de la Demanda: Optimización del Abastecimiento y la Demanda a través del tiempo” se denominó la tercera fase de la

exposición, donde Lapide concluyó, entre otras cosas, que la óptima gestión de la demanda es el próximo avance importante en la gestión de la cadena de abastecimiento y cómo los gerentes del área necesitan conectarse con los gerentes de atención al cliente para que esto se lleve a cabo.

La cuarta etapa y final llamada “Cadena de Abastecimiento y sus Futuros Escenarios” arrojó como conclusiones el examinar las suposiciones lógicas acerca del futuro, desarrollar estrategias de excelencia bajo cada posible futuro, utilizando alineación estratégica y planificación de escenarios y gestión de riesgos para preparar su Cadena de Abastecimiento de cara al Futuro. El

congreso contó además con la participación de importantes empresas sponsor como: Correos Chile, SDI Group, Spitec, Mecalux, Green Logistic, Sologistik; Logicentro, Harsar Chile, APL Logistics, Megalog, INLOG y TNT, quienes pusieron a disposición de los asistentes las más novedosas soluciones logísticas. Las compañías participantes vieron en el encuentro la oportunidad de acercarse de modo directo a los profesionales y tomadores de decisión de las distintas industrias.



**Álvaro González, Ricardo del Solar, Nazmy Apik, Marcelo Hidalgo y Andrea Manríquez Telefónica Chile.**



**Santiago Pairone, Gerente Corporativo Supply Chain Arcor; Fernando Di Giustto, Gerente Arcos; Rodrigo Romero, Gerente Logística de Arcor y Alejandro Cadiz. Jefe de Logística.**



**Alexander Schizke, Gerente Comercial de TW Logística; Carlos Quiroga, Gerente Supply Chain Orica Mining Services; Germán Espinoza, Key Account Manager TW.**



**Nelson Campos, gerente general de Mecalux y Francisco Borie, Regional Material Holding Toyota.**



**Cristian Paez, Gerente Comercial Redtec; Marco Mardones, Gerente de Logística Watt's S.A.**



**Gabriel Ayala, Gerente Cadena de Abastecimiento Ipacer S.A.; Patricio Durán, Gerente Empresas Tucapel; María Laura Castillo, Subgerente Supply Chain Frutos del Maipo Ltda.**



**Claudio Balboa, Planificación de Producción; Pamela Aguilar, Sebastián Almarza, Glen Rodríguez de Producto de Acero S.A, Prodinsa.**



**Javier Díaz, Subgerente de Planificación Laboratorio Chile, Pedro Suarez, Subgerente Laboratorio Chile; Cristián Godoy Suplly Chain Laboratorio Chile.**



**Matías Undurraga, gerente de gestión Agrocommerce S.A; Victor Grunberg, Gerente General Green Logistic; Miguel Orellana, Gerente de Operaciones Green Logistic y Francisco Lerma, gerente Logística de Abastecimiento Foodpack.**

# NOS MOVEMOS POR TODO CHILE CON EL MEJOR RESPALDO Y CALIDAD.

## Envíos Nacionales de Arica a Punta Arenas



- Más de 60 sucursales.
- Cobertura en más de 450 localidades.
- 2.000 empleados.
- 500 vehículos propios.
- 50.000 bultos manipulados diariamente.



### Servicio al Cliente

**Nacional:**  
Santiago: (02)-(2) 360 5020  
Regiones: 600 360 5020  
[www.tnt.cl](http://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.



# INVENTARIO CERO: ¿UNA ALTERNATIVA FACTIBLE?

Si bien, internacionalmente muchos hablan de los alcances que la opción de inventario cero tiene en función de optimizar las operaciones y reducir los costos, siempre en la línea de mantener la mejora del servicio o del producto, en nuestro país aún se discuten sus alcances y viabilidad estratégica. La clave parece estar en complementar y potenciar dichos objetivos que aparentemente parecen contradictorios: Reducción de inventario y disponibilidad de los productos.



**Francisco Brahm**  
Consultor  
Ceop Consulting



**Sergio Flore**  
Socio  
Neogística S.A.

12

La globalización ha marcado pautas en el comportamiento de las empresas a nivel de desarrollo y relación entre ellas. Es así como la evolución de los negocios y la necesidad de competir han obligado a las empresas a innovar, a diferenciarse y a encontrar formas eficientes de producir y de ofrecer sus productos al mercado.

## ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

En esta dinámica se permite la rápida difusión de las innovaciones, de las nuevas tecnologías y de los nuevos métodos y procesos productivos. En esta línea, las empresas han puesto sus ojos en las modificaciones que sus procesos logísticos y operacionales pueden vivir. En aras de la competitividad de las empresas se han buscado formas y técnicas de gestión, tendientes a potenciar la eficiencia y el servicio; y para lograrlo algunas compañías han puesto énfasis en la reducción de inventarios como una disminución de costos, optimización de sus recursos, simplificación de la gestión, pero sin alterar la calidad del servicio o producto ofrecido. Esta estrategia, si bien tiene adherentes en todo el mundo, también cuanta con voces críticas que advierten sobre los eventuales riesgos que conllevaría. ¿Cuáles son sus ventajas?, ¿Cuáles son sus riesgos? y

¿Cómo opera? son algunas de las interrogantes y conceptos que profundizarán Sergio Flores, profesor de la Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) y socio de Neogística S.A y Francisco Brahm, consultor de CEOP Consulting e investigador asociado de la Escuela de Administración y Economía de la Pontificia Universidad Católica (PUC).

## ¿UN DESEO O UNA CONSECUENCIA?

Ante esta lógica, ambos profesionales coincidieron en que un correcto manejo de inventarios se ha convertido en pieza clave de la gestión de operaciones y finalmente en el éxito de las empresas.

Según los profesionales el tipo de producto, la variabilidad de la demanda de los productos, la capacidad de respuesta de los proveedores, la vida útil y la temporada de los productos son algunos de los aspectos a considerar al momento de analizar la cobertura del inventario que una empresa necesita para operar con éxito y eficiencia. Igualmente, ambos profesionales coincidieron en que la utilización de herramientas

tecnológicas de optimización y visualización, presentes actualmente, permiten construir y controlar la frontera entre el nivel de inventario y la disponibilidad.

Al abordar el concepto de "inventario cero", entendido como "el stock mínimo de inventario con que se opera", el académico de la Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) sostiene que éste es un "deseo o un eslogan de las empresas que es casi imposible de concretar por el dinamismo propio de las operaciones", destacando que en las décadas de los '70 y '80 se habrían difundido significativos avances obtenidos por TOYOTA en cuanto a la disminución y optimización del inventario.

Por su parte, Brahm aseguró que –a su juicio- el inventario cero "no es un fin en sí mismo, ya que, en primer lugar, el tener inventario cero tiene tanto costos como beneficios, y en segundo lugar, la decisión de inventario no es independiente de la estrategia de la

compañía y debe estar alineado con el resto de las decisiones de la organización". "En determinadas ocasiones, el inventario cero es una consecuencia. El concepto clave está en un 'inventario óptimo' que se logra tras evaluar condiciones como el tipo de productos y la demanda del producto. Existen empresas cuya cadena de abastecimientos son rápidas y ahí el inventario cero puede ser una consecuencia, pero -a mi juicio- nunca una estrategia válida para todas las empresas por igual", sentenció Brahm.

Alternativa o consecuencia la clave para ambos académicos está en la capacidad de administración que tengan las compañías con respecto al inventario. En esta línea, el académico de la PUC explicó que "el inventario cero es el resultado de tener en otra parte de la empresa una estrategia que obliga a tener inventario cero, por ejemplo con cadenas de abastecimientos rápidas". En otro aspecto, los profesionales coincidieron en que la utilización de herramientas tecnológicas

de optimización y visualización presentes actualmente permiten construir y controlar la frontera entre la magnitud del inventario y la disponibilidad de productos para satisfacer la demanda de los clientes.

## ¿UNA CUESTIÓN DE AHORRO?

Una de los pilares fundamentales para el éxito de una empresa es mantener la ecuación perfecta entre egresos e ingresos. La estabilidad económica de una compañía permite que ésta se proyecte en el tiempo, visualice su crecimiento para posicionarse como líder en su respectivo mercado y en esta dinámica el ahorro de costos está siempre presente. En esta línea, el inventario -en sí mismo- implica costos, por lo cual una eventual disminución de éste arrojaría ahorros. Los profesionales analizaron este punto, coincidiendo en que -sin duda- la posibilidad de ahorros es la clave de cualquier estrategia que se asuma en



# APOYAMOS CON SOLUCIONES QUE MAXIMIZEN SU INVERSIÓN



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



[info@eit.cl](mailto:info@eit.cl) / [www.eit.cl](http://www.eit.cl)

cuanto al inventario. Entendiéndolo así, el sistema de inventario cero supondría un gran ahorro de capital de trabajo y un ahorro de costos de oportunidad, dado que al tener un inventario justo para cumplir con las ventas pactadas no hay ningún recurso inmovilizado u ocioso. A estos beneficios se sumarían otros como evitar la obsolescencia de los insumos o productos, reducir el tamaño de los almacenes y los recursos dedicados a la administración de éstos, etc. Sin embargo, Flores advirtió que "la experiencia nos muestra que los productos que tienen demandas muy variables requieren mayor cobertura de inventario para así poder cumplir con los periodos de peak", lo que imposibilitaría la aplicación de inventario cero. Por su parte, el consultor de Ceop Consulting agregó que "los inventarios son muy costosos y eso insta a las empresas a buscar soluciones que permitan bajar el tamaño del inventario, eliminando así costos financieros, mermas, pérdidas, gastos de almacenamiento y también en RR.HH. Esto es especialmente importante en empresas intensivas en inventario, por ejemplo, los mayoristas, los retailers, etc".

14

No cabe duda que la gestión de inventario es un factor fundamental que va a definir el éxito de la gestión de operaciones de una compañía. Ante ello, el objetivo es ocupar el mínimo inventario posible sin poner en riesgo el funcionamiento de los procesos o la satisfacción de la demanda. "Reducir los inventarios tiene un beneficio significativo para las empresas, siempre que esa reducción no afecte de manera significativa los niveles de disponibilidad de productos terminados, lo que se podría traducir en clientes insatisfechos o venta perdida. Por otra parte, la excesiva reducción del inventario de materias primas podría afectar la continuidad de los procesos productivos y en definitiva capacidad de producción", detalló el socio de Neogística S.A.

## ASEGURAR LA CALIDAD Y SERVICIO

La correcta relación e interacción entre reducción de costo y calidad de servicio es la clave. Si una reducción de costos redundará en

una baja en la calidad de servicio entregado a los clientes, la situación se hace peligrosa y cuestionable, según manifestaron los académicos.

En la actualidad los insumos que se necesitan para fabricar un producto cambian constantemente y lo mismo pasa con las necesidades de los clientes, por lo cual contar la capacidad de responder rápidamente a los distintos requerimientos es fundamental para posicionarse como una empresa líder en su mercado.

Los inventarios deben ser evaluados de acuerdo a los beneficios que implica mantenerlos, entre los que se encuentran el poder satisfacer demandas anticipadas, ganar posición en el mercado o fidelidad con los clientes: proteger frente a variaciones de precio y manejar esta decisión como una variable competitiva y obtener descuentos por volumen o anticiparse a crisis de escasez de productos o materias primas.

El socio de Neogística añadió que la posición geográfica de Chile es uno de los factores a considerar al momento de diseñar y estimar la cobertura del inventario. "La posición de Chile implica largos lead time de abastecimiento de productos y materias primas, lo que hace difícil pensar en el cero absoluto", enfatizó el académico de la PUCV.

En esta línea, determinar el nivel de inventario, según Francisco Brahm, depende del "nivel de servicio que una empresa establece para su operación y con eso se comienza a determinar la estrategia de inventario". "El inventario cero tiene el problema de quiebre de stock. Debe haber un balance entre inventario y los costos, más aún si existe la amenaza de ver afectada la calidad de servicio. Finalmente, los costos de afectar el servicio son típicamente mucho más altos que los costos asociados a los inventarios", sostuvo el consultor de CEOP Consulting.

Si bien, Brahm no ve al inventario cero como una opción estratégica, si apunta al inventario óptimo, el cual define como "aquel que satisface la demanda del cliente. Alternativamente, el inventario óptimo es el

inventario mínimo que mantiene la calidad de servicio".

## CONDICIONES PARA SU APLICACIÓN

El trabajo codo a codo con los proveedores es algo que está implícito en esta política de gestión. Se les debe anticipar información sobre las necesidades conjuntas y acordar niveles de abastecimientos ciertos y concretos. Estos acuerdos son clave, dado que no podemos aplicar políticas de bajo inventario si las fuentes de abastecimientos no son confiables.

Si bien, el éxito de esta estrategia de operación es independiente del tamaño de la empresa que la aplique, la clave parece estar en establecer los parámetros y ejercer un trabajo profesional de calidad y organizado para evitar eventuales quiebres de stock que harían inviable esta modalidad. Para llevar a cabo una modalidad óptima de inventario las empresas requieren de procedimiento administrativos y sistemas de información optimizados que permitan saber, de modo fidedigno y con precisión, la magnitud de sus inventarios físicos y en tránsito.

Las empresas modernas entienden a la organización como un todo, donde cada una de las áreas debe luchar por sus objetivos, pero manteniendo la sinergia o integración con el resto de la organización. Y es que, intrínsecamente, cada una de estas áreas va a esperar cosas diferentes de los inventarios.

Según Sergio Flores para acercarse a la meta de inventario cero "es necesario un largo proceso que implica la reducción de ineficiencias y mermas en diversos componentes de la cadena de abastecimientos".



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)



# Bodenor Flexcenter

Da la bienvenida a los nuevos centros de distribución de

DITEC  
AUTOMOVILES



PEPSICO



Mondelēz  
International



Son parte de nuestra selecta cartera de clientes.  
Bodenor Flexcenter el Parque Logístico, más moderno de Chile.



Arriendo de Centros de Distribución y Bodegas de Clase Mundial.

☎ 23701090 | [www.bodenorflexcenter.cl](http://www.bodenorflexcenter.cl)

# ECOMMERCE: ESCENARIO ACTUAL Y RETOS PARA EL SECTOR LOGÍSTICO

El Comercio electrónico llegó para quedarse. Por ello, nuevamente abrimos el foro de discusión con nuestros lectores, quienes nos dieron su punto de vista respecto del desarrollo exponencial que presenta el eCommerce en nuestro país y cuáles son, desde el punto de vista logístico, los principales retos que representa esta plataforma de negocio.



16

## REDES SOCIALES

**D**urante 2012, las ventas de comercio electrónico en Chile ascendieron a US\$ 1.300 millones, equivalente a un alza de 20%, respecto de 2011. A su vez, las estimaciones apuntan a que en 2013 las ventas superarán los US\$1.500 millones, en un mercado en que los usuarios de internet en el país ya sobrepasan los 10 millones.

Estas y otras cifras, fueron presentadas el pasado 4 de junio por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, en el marco de la sexta versión del 'eCommerce Day 2013' realizada en el centro de convenciones Centro Parque.

En el discurso de apertura del encuentro, que reunió a más de 1.400 ejecutivos y empresarios, el Secretario General de la CCS, Cristián García-Huidobro, se refirió a la evolución que ha experimentado el comercio electrónico en Chile, señalando que -a diferencia de otras áreas de la economía- en este sector basta un corto periodo para que ocurran grandes transformaciones, surjan nuevas tendencias y actores, nuevos modelos de negocios, más consumidores y nuevos hábitos de

uso. Durante esta intervención, el ejecutivo señaló que "en 12 meses hemos visto, entre otras cosas, algunas de las grandes transformaciones, nuevos modelos de negocio basados en la conectividad móvil y su rápida adopción entre los consumidores, las compras sociales, la madurez de tecnologías que facilitan y enriquecen la experiencia del cliente y contribuyen a mejorar las tasas de conversión, tendencias que marcan la pauta de las nuevas áreas de desarrollo en el sector".

Los factores expuestos por el Secretario General explican la clara tendencia al crecimiento del eCommerce en nuestro país, situación que plantea un ineludible reto para el sector logístico, teniendo en cuenta que la irrupción del eCommerce, como nuevo canal de venta ha generado el nacimiento de un nuevo cliente mucho más exigente, que demanda plazos de entrega rápidos y fiables, pedidos sin errores, flexibilidad en el horario de entrega, conocimiento online del estado de su pedido, posibilidad de pagar contra reembolso, tratamiento ágil de las devoluciones, entre otros requerimientos.

Desde esta perspectiva, la logística desarrollada en el marco del comercio electrónico debe tener como fi-

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](http://www.tw.cl)



18

nalidad última el diseño de una cadena de suministro que siga los parámetros de la Web como canal de distribución, ya que la competitividad en la Red depende, en gran medida, de la eficacia y eficiencia de los procesos logísticos de cada empresa.

Considerando lo anterior, nuevamente abrimos el debate virtual hacia nuestros lectores, quienes nos entregaron sus puntos de vista respecto del desarrollo exponencial que presenta el eCommerce en nuestro país y cuáles son, desde el punto de vista logístico, los principales retos que representa esta plataforma de negocio.

## CULTURA ONLINE

"Culturalmente, estamos muy preparados para el comercio electrónico. Hoy se van eligiendo estos canales de comercialización como primeros canales (sic) en algunos rubros comerciales". Esta primera aseveración, expuesta por uno de nuestros lectores, nos da pie para abordar una realidad concreta:

el eCommerce a nivel nacional va en alza. A este respecto, según cifras emanadas de la CCS, en Chile, los mercados ligados a los rubros de tecnología, ventas de artículos electrónicos, software y hardware; además de las empresas de transporte aéreo, son los que han exhibido un mayor crecimiento en el canal de ventas electrónico. Por otro lado, desde la óptica del consumidor, la alta penetración de Internet, combinada con una masificación de las tarjetas de crédito, han tornado muy atractiva a esta plataforma de compra. De esta forma, la apertura hacia los medios virtuales de compra, por parte de los consumidores, sumado a la mayor oferta comercial en la red, dispuesta por el retail, las Pymes y las empresas de servicios, fundan las bases donde se sostiene el crecimiento del eCommerce a nivel nacional.

## RETOS LOGÍSTICOS

Como sabemos, la logística se ocupa primordialmente de tres clases de flujos: físicos (transporte de bienes, almacenaje, empa-

## LOS OPERADORES LOGÍSTICOS SON QUIENES DEBEN REALIZAR UN TRABAJO MINUCIOSO Y FLEXIBLE, A FIN DE PODER CUMPLIR LAS PAUTAS DE ENTREGA ACORDADAS ENTRE SUS CLIENTES Y EL CONSUMIDOR FINAL.

quetado, clasificación, etc.), financieros (recepción de cobros y emisión de pagos) y de información asociada.

Teniendo en cuenta lo anterior, entre los principales desafíos que encontramos en el eCommerce, dirigido al consumidor final, los relativos a los flujos físicos son los más importantes. Según nuestros lectores, el factor 'consumidor final', entendido como un particular, representa una problemática en sí mismo, y sus particularidades no se pueden igualar a las exigencias que pueden presentarse en las relaciones comerciales cuando el cliente es una empresa. Entonces, enfocados al comercio electrónico hacia el consumidor final, como individuo; podemos establecer los siguientes factores o problemáticas en torno a la operación logística:

**CONSUMIDOR EXIGENTE.** El usuario que realiza sus compras en Internet demanda, continuamente, información sobre todos los aspectos de su operación de compra y despacho del producto. No sólo eso, además, exige que esta información sea lo más completa y actualizada posible.

Consecuentemente, el consumidor espera que la experiencia de compra online sea mucho más ventajosa que una presencial. Exige conocer, en tiempo real, el estado en que se encuentra su pedido y, de ser posible, incluso la localización geográfica del envío. Todo ello, le entrega al consumidor, dos certezas básicas: el que su compra llegará en el tiempo y en la forma convenida, lo que - a su vez- le llevarán a efectuar futuras compras

en esta modalidad. El cumplimiento del Just in time, es por tanto una premisa esencial en el eCommerce. Sobre este punto, los lectores concordaron en que, hacer una buena proyección de ventas y contrastar eso con la capacidad de entrega que se tiene para cumplir con los estándares ofrecidos es primordial, No basta con tener la mejor plataforma de servicio o la mejor disponibilidad de stock. Si no se cumplen los plazos de entrega estipulados en la compra, todo se va a la basura.

**LA SINGULARIDAD DE LA DEMANDA.** Es otro factor a considerar. En este punto, no sólo se debe considerar el tipo de producto que se venderá, sino también la formato en que será requerido por el consumidor o las distancias que recorrerá el producto antes de llegar a manos de su dueño. Todos estos aspectos son de gran importancia a la hora de estructurar todo el sistema logístico que se pondrá en marcha para satisfacer la demanda. En este caso, la tercerización de

servicios logísticos es clave, ya que son estas empresas las que deberán abordar la mayoría de los procesos de la cadena, desde el empaque de los productos (que puede darse en distintos formatos o pueda exigir protección adicional, como es el caso de los medicamentos, los productos perecibles, frágiles, etc.), hasta las complejidades en la entrega, tales como: rutas inaccesibles o complejas u horarios de recepción poco flexibles.

Sobre este último punto, cabe destacar la siguiente reflexión expuesta por uno de nuestros lectores respecto de que "el incremento del eCommerce genera, también, un gran crecimiento en el número de entregas. Pero ¿en qué horarios se realizarán estas entregas?". Lo normal es que éstas se den en los horarios en que el receptor se encuentra en su domicilio, es decir, entre las 18:00 y las 21:00 horas, a más tardar. No obstante - explicó el lector- tantos despachos, en una ventana horaria tan pequeña, implica muchísimos más vehículos en las ciudades

en unas horas que ya suelen estar cagadas de tráfico. ¿Estarán las ciudades preparadas para este aumento de ventas que suponen un aumento de tráfico vehicular? creo que no", puntualizó. Anticiparse a estas y otras problemáticas es tarea de los operadores logísticos, quienes deben realizar un trabajo minucioso y flexible, a fin de poder cumplir las pautas de entrega acordadas entre sus clientes y el consumidor final.

Desde una óptica más crítica, nuestros lectores expresaron que para lograr estándares internacionales en torno al eCommerce, el mayor reto es crear conciencia a las empresas sobre el valor de una eficiente operación logística, teniendo en cuenta que este tipo de comercio es dinámico y complejo. En esta línea, según lo expuesto por los participantes, trabajar sobre el dinamismo de las operaciones, sobre la digitalización de los procesos y sobre la cultura del trabajo sin procedimientos definidos, es esencial. 🚫



# Pallets Plásticos



Nos interesa resolver los requerimientos de Pallets de nuestros Clientes, comprender lo que necesitan y asesorarlos para que elijan lo correcto y no paguen de más.



# GESTIÓN DE PALLETS: PUEDE LLEVAR A LOS GERENTES DE TRANSPORTE A LA FAMA

Cómo obtener más rentabilidad en las operaciones era el tema central en las agendas de las empresas hace no muchos años. Hoy se suma otro, no menos importante: convertirse en empresas sustentables, y para ello, las organizaciones deben prestar especial atención a que sus procesos operativos lo sean.



**Fernando Escudero**  
Director  
Oxirium

20

La logística, actualmente, tiene la posibilidad de ser uno de los jugadores principales de este juego, y puede brindarle soluciones a las empresas para ambas preocupaciones. La correcta gestión de los pallets (y de los retornables en general), es la clave.

En efecto, la gestión de los pallets vacíos y de los retornables en general, es una preocupación (por no decir un gran problema) para el sector de logística de las empresas. Al momento de expedir las entregas para su distribución, muchas organizaciones despachan pallets y otros retornables, junto con sus productos, sabiendo que una vez que pasan por la puerta, nunca más serán recuperados. O que, en el mejor de los casos, aquellos que puedan ser recuperados lo harán a un costo altísimo de transporte. Y ahí el dilema, incrementar los gastos de transporte (y costos operativos ocasionados) a efectos de recuperarlos versus comprar cada vez nuevos retornables para tener el stock

suficiente (y disponible), para poder cumplir con las entregas. Las empresas se encuentran atrapadas en este dilema, sin visualizar que la salida, la mejor opción, no está entre esas dos, sino en rediseñar sus procesos de gestión de vacíos sobre una plataforma tecnológica que posibilite su correcto seguimiento.

## MENOS COSTO PARA LA EMPRESA Y PARA EL MEDIO AMBIENTE

Y allí está la clave, donde la logística puede matar dos pájaros de un tiro. En estos tiempos, en los que el mercado exige productos en tiempo récord, en los que nadie puede permitirse tener un punto de venta desabastecido y cuando el costo de transporte incide como nunca en el costo del producto final, un Gerente de Transporte que pueda mostrar ahorros evidentes en su gestión, se convierte en la estrella del momento. Y si lo que disminuye no sólo son los costos, sino

también el impacto del medio ambiente mejorando la huella de carbono, que vaya preparando su ingreso al Salón de la Fama de la Logística, si es que existe.

Las empresas están administrando mal sus pallets y sus retornables en general. En el mejor de los casos registran la cantidad de unidades despachadas y se preocupan de que sus transportes pasen reporte de qué hicieron con esos pallets, mediante la emisión y posterior rendición de vales (o vouchers) por cantidad subida al camión. Algunas se toman el trabajo de relevar en sus clientes cuántos pallets o retornables podrían recuperar para ser usados, y las menos los recuperan en forma eficiente. La mayoría vuelve a comprar cada mes la cantidad de unidades que necesitan para armar sus pedidos, porque piensan que es más barato comprar nuevos que recuperar usados. 🌱



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistic.com](http://www.revistalogistic.com)

“Gracias por confiar en nuestro equipo”



Arturo Salvatierra Ibáñez  
Gerente de Adm. y Finanzas

Sergio Barros Ruiz-Tagle  
Gerente General

**BBSF** BODEGAS  
M.R. **SAN FRANCISCO**

Chile | Perú | Colombia

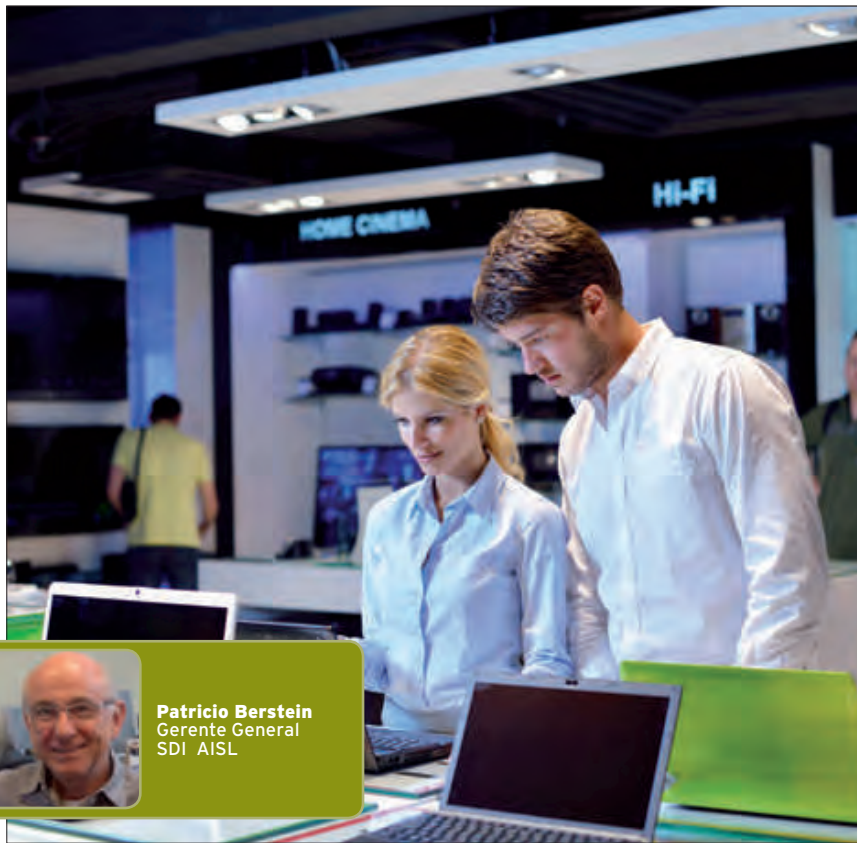
28 años

Desarrollando Espacios de Confianza

► [www.bsf.cl](http://www.bsf.cl)

## OMNI-CHANNEL

La forma de comprar productos por parte de los consumidores está cambiando a un ritmo acelerado, debido a la masificación de internet y a través de ésta el fácil acceso a la información sobre los productos disponibles en el mercado y sus precios. La velocidad con la cual se puede recabar información y llegar a una decisión de compra pone tremenda presión a los retailers para entregar el producto seleccionado con velocidad comparable, sin tener que ir a una tienda.



**Patricio Berstein**  
Gerente General  
SDI AISL

Los tiempos de entrega de los productos ahora se miden en horas, no días y debe haber absoluta certeza de su disponibilidad. El consumidor no perdona una entrega errada o fuera de plazo y a través de las redes sociales su experiencia se transmite prontamente a miles de otros consumidores, afectando en forma significativa las ventas de quien falla en la entrega.

operativa junto con absoluta visibilidad y precisión de inventario en la cadena completa, incluyendo el o los centros de distribución y cada uno de los locales de venta. Esto hace que los sistemas de planificación de inventario en las tiendas se vean complicados y tengan que ser adecuados, por cuanto las ventas pueden tener un origen diferente al tradicional, complicando los algoritmos de cálculo de niveles de inventario y puntos de reposición.

### LOS TIEMPOS DE ENTREGA DE LOS PRODUCTOS AHORA SE MIDEN EN HORAS, NO DÍAS

Por: Patricio Berstein

Estos cambios han hecho que el mercado esté avanzando a gran velocidad hacia a lo que se denomina "Omni-Channel", que significa que los productos están disponibles para ser ordenados a través de cualquier canal, ya sea en la tienda, catálogo, call center, sitio web o aplicación para teléfono celular y son entregados al cliente a través de cualquier instancia: despachado a domicilio desde el centro de distribución, despachado a domicilio desde la tienda más cercana, retirado por el cliente desde un local del retailer, o retirado por el cliente desde un casillero instalado en un punto de acceso conveniente, como puede ser una estación de servicio o una estación del Metro.

Estudios a nivel global realizados en los últimos años muestran que más de la mitad de los retailers encuestados han procedido a combinar sus centros de distribución para e-commerce con los que abastecen las tiendas, a fin de disponer de todo el inventario para cualquier canal de venta, minimizando los inventarios en los mismos.

Para esto están adecuando sus procesos a fin tener la capacidad para reponer cada uno de sus puntos de venta más frecuentemente, con una mayor variedad de productos y cada uno en menor cantidad. Es decir, la reposición de las tiendas se está asemejando cada vez más a múltiples pedidos de e-commerce con la diferencia de que muchos de los pedidos van a un mis-

Para responder a este desafío desde el punto de vista logístico se hace necesario lograr extrema agilidad



# Aumente su productividad optimizando su bodega

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



50 años de experiencia ofreciendo  
**soluciones de almacenamiento**

Gran disponibilidad  
de stock

- ✓ Presencia en más de 70 países
- ✓ 11 centros productivos
- ✓ 4 centros tecnológicos
- ✓ Productos adaptados a las normas vigentes en cualquier parte del mundo

 **MECALUX**

[www.mecalux.cl](http://www.mecalux.cl) – [comercial@mecalux.cl](mailto:comercial@mecalux.cl)

Cerro San Luis, 9.989 - Bodega 21 - Quilicura Santiago - Fono (56-2) 2827 6000 - Fax (56-2) 2827 6010



**PARA COMPLICAR MÁS LAS COSAS LOS RETAILERS TRADICIONALES, TANTO AMAZON COMO E-BAY (E-BAY NOW), GOOGLE (GOOGLE SHOPPING EXPRESS) E INCLUSO WALMART (WALMART TO GO) HAN LANZADO LA OFERTA DE ENTREGA DE COMPRAS REALIZADAS POR INTERNET EL MISMO DÍA, ALGUNOS INCLUSO EN UN PAR DE HORAS.**

mo destino. Es como si un gran número de clientes de e-commerce viven en el mismo edificio de departamentos.

24

Para complicar más las cosas a los retailers tradicionales, tanto Amazon como e-Bay (e-Bay Now), Google (Google Shopping Express) e incluso Walmart (Walmart To Go) han lanzado la oferta de entrega de compras realizadas por internet el mismo día, algunos incluso en un par de horas.

Esto ofrece una enorme oportunidad para las cadenas de retail, ya que cuentan con locales cercanos a todos sus clientes, por lo que podrían ofrecer este nivel de servicio aprovechando cada uno de sus puntos de venta para desde allí hacer entregas a los clientes ubicados en el área cercana, utilizando los servicios de un courier que retire el producto en la tienda y lo lleve al domicilio del cliente. Más aún, consolidando un número de pedidos se pueden optimizar los costos de entrega, haciendo cortes cada cierto número de horas.

Es interesante notar que algunas empresas están experimentando hacer estas entregas a través de otros clientes que van a visitar sus locales y viven en el mismo barrio del

comprador. Ciertamente internet y las redes sociales permiten reclutar gente para estos propósitos. Este nivel de servicio entrega tremendo valor al consumidor, al poder contar con entrega confirmada en plazos muy reducidos, lo que ciertamente impulsa el crecimiento de ese tipo de venta. Aún más, uno puede ir a un local y hacer la compra para que le sea entregada en su domicilio, o donde quiera, en pocas horas.

Recapitulando, para que todo esto funcione ciertamente se requiere visibilidad y precisión en los inventarios en toda la cadena y extrema agilidad en el Centro de Distribución a fin de poder reponer con pedidos pulverizados cada una de las tiendas y al mismo tiempo despachar a diferentes domicilios, estaciones de servicio, cafeterías y casilleros una gran cantidad de pequeños pedidos individuales con precisión y en pocas horas desde su recepción.

Este es un gran desafío, que apunta hacia mantener el inventario centralizado y disponible para todos los canales de venta, con el

equipamiento, procesos y sistemas que permitan preparar pedidos a nivel de unidad, con extrema velocidad y precisión.

La inversión en equipamiento de automatización y sistemas en los Centros de Distribución ya no se justifica sólo por la reducción en costos operativos, sino que está pasando a ser un requerimiento de la estrategia de sobrevivencia y crecimiento de la empresa. No hacerlo significa ir perdiendo espacio a la competencia y a la larga no poder sobrevivir. La experiencia de compra por parte del consumidor es la clave para el éxito del retailer. Se ha desatado una interesante carrera por responder en la mejor forma a sus nuevas exigencias, las que se han visto incrementadas por el desarrollo tecnológico. Esto obliga a ir haciendo cambios para responder y no quedar atrás en dicha carrera por el reposicionamiento de los diferentes actores del mercado. Quienes lo hagan primero podrán captar inicialmente una mayor parte del mercado, pero quienes lo hagan a menor costo operativo serán quienes perduren en el tiempo.



◀ For more information, please visit [www.retalix.com](http://www.retalix.com)

Es interesante notar que se ha determinado que una buena experiencia de compra por internet a una cadena de tiendas con locales físicos aumenta la fidelidad de los clientes hacia dicha empresa, incrementando también las compras en sus locales. Esto nos dice que las empresas que actualmente cuentan con cadenas de tiendas tienen la gran oportunidad de incorporar Omni-Channel y dar más valor a sus clientes, en la medida que efectivamente respondan al desafío que esto impone. Lo más probable es que algunos lo hagan y otros desaparezcan en el tiempo.

Sin duda estos son tiempos de cambio, que ciertamente apuntan a dar mayor conveniencia al consumidor, fácil acceso a mayor variedad de productos, con mejor información y a precios competitivos.

**OMNI** Una forma Latin de combinación significando "todo" o "universal" (ejemplo: omnipotente = todopoderoso, omnipresente = presente en todas partes)

**CHANNEL** Cualquier medio de interacción de un cliente: Ejemplo: Tiendas de ladrillo y cemento, aparatos web o móviles. Cada canal destaca diferentes puntos de contacto, tales como Puntos de Venta (POS) en tiendas, y cajas de auto atención para pago, módulos de auto consulta, aplicaciones de fidelización y compras online.

Para las empresas de retail es un trabajo no menor redefinir su estrategia y acomodar sus sistemas y procesos a esta nueva realidad. Sin embargo, esto genera una enorme oportunidad para los equipos humanos al interior de dichas empresas y los especialistas fuera de ellas para trabajar en conjunto y diseñar e implementar las estrategias y cambios físicos y sistémicos. Es una gran ocasión para el crecimiento profesional de las personas involucradas y aquellos que se comprometan y respondan apropiadamente tendrán, sin duda, la retribución que les corresponde.

La pregunta obvia para quien está en retail es: ¿cómo hago para lograr adecuar a mi empresa para responder al desafío y aprovechar la oportunidad para no sólo defenderme, sino que crecer?

La respuesta parte por definir con claridad la estrategia comercial de la empresa, asumiendo que la logística será capaz de responder, independientemente de los problemas que pueda tener actualmente. Esta estrategia debe ser establecida eliminando paradigmas y sin considerar las limitaciones internas actuales. Debe hacerse con una visión de futuro, considerando esta nueva realidad Omni-Channel, en que se atienden desde el mismo Centro de Distribución tanto las entregas directas a consumidor como la reposición frecuente y pulverizada a las tiendas, teniendo en cuenta que desde éstas se estarían también despachando pedidos para entrega a domicilio u otros puntos de entrega. Una vez teniendo claro lo anterior, se debe proceder a diseñar las operaciones óptimas para lograr cumplir con los requerimientos, luego de lo cual se establecen las brechas y se crea el plan para eliminar dichas brechas, determinando el nivel de inversión y plazo requerido. Es decir, se genera un plan para responder a la oportunidad del Omni-Channel. 🌐

## La logística no es tan fácil como parece



## implementar exitosamente un WMS tampoco

Es común observar en el sector logístico implementaciones WMS que no alcanzan los beneficios esperados, y proyectos con notables retrasos que a veces ni si quiera llegan a ponerse en marcha.

En CYGNUS CHILE contamos con un equipo de experimentados ingenieros que implementan CYGNUS WMS, y evalúan con el máximo de profesionalismo cada uno de los proyectos, para poder comprometerse con los objetivos y plazos requeridos. El éxito en cada una de nuestras implementaciones realizadas es nuestro mejor aval.



### Clientes destacados

| Casaideas | El Mundo del Vino | CAM | Mondeléz International | Abastible |  
| Philips | Casa Royal | Aduanas Rodríguez | Total Lubricantes |

### Soluciones

WMS	Reaprovisionamiento	KPI's	Integración con SAP R/3®
Demand Planning	3PL	Alta Automática en líneas de producción	
Integración con Oracle EBS®	Delivery		

| Cygnus Consulting Chile S.A. |  
| Dr. Manuel Barros Borgoño 264, Providencia, Santiago de Chile |  
| +56 (2) 2663 7720 | www.CygnusSuite.cl | Chile@CygnusSuite.com |

## RSE: DE PRINCIPIO A FIN

En la sociedad de consumo actual la logística reversa de materiales en desuso y residuos de todo tipo es un factor clave. Para conocer más sobre esta tendencia, a continuación les presentamos un breve análisis, basado en dos importantes publicaciones que hacen referencia a los desafíos y particularidades de esta operación.



26

**C**on frecuencia, al momento de dar a conocer a nuestros lectores nuevos enfoques o tendencias de la industria logística nos encontramos con terminologías que, a estas alturas, se han vuelto verdaderos axiomas.

De esta forma, conceptos como: eficiencia, competitividad y sustentabilidad (sumado al resguardo medioambiental) se replican continuamente, dado su carácter transversal y funcional a la hora de establecer (o describir) los objetivos operacionales, comerciales o estratégicos de esta industria, en particular, y del mercado en general.

En esta lógica, los conceptos mencionados no sólo están ligados a los procesos que integran la Cadena Directa de Suministro (CDS), la cual gestiona el flujo hacia delante de materiales y productos, sino también hacen parte de la Cadena Inversa de Suministro (CIS) que plantea la gestión de los productos y materiales devueltos por los clientes o desechados para crear valor a partir de ellos o para efectuar su adecuada destrucción, ya sea por el fabricante o el proveedor correspondiente. Lo anterior, deja de manifiesto que

la Logística de Reversa encuentra su fundamento en la 'eficiencia y competitividad' y en el factor medioambiental.

### TENDENCIA ECO-EFICIENTE

Introducida al mundo empresarial como parte de la llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la logística de reversa para los materiales en desuso o desechos, propiamente tal, es una tendencia que ha tenido un lento pero seguro despliegue. Lo cierto es que hasta hoy, la mayoría de los fabricantes preferían ignorar el destino final de sus productos cuando éstos concluían su vida útil; no se sentían responsables de lo que ocurría con el producto después de ser utilizados por el consumidor.

Según cita José López Parada en su Tesis Doctoral: 'Incorporación de la Logística Inversa en la Cadena de Suministros y su influencia en la estructura organizativa de las empresas', "las empresas diseñaban (sus operaciones) de forma que se minimizaran los costes de materiales, fabricación y comercialización, pero no tenían en cuenta la disposición final, ya que opinaban que si se incorporaran estos costos al producto

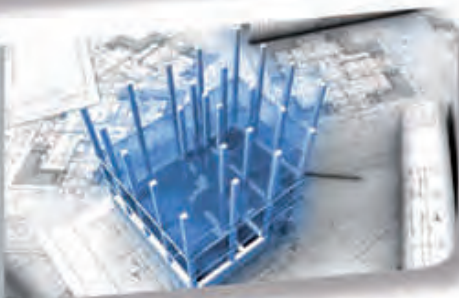
#### LOGÍSTICA DE REVERSA

Por: María Victoria M.  
revista@revistalogistec.com

**Sologistik**, introduce a Chile un nuevo modelo de negocios integral, sin Riesgo y sin Inversión

**sologistik**  
Solución **Logística** Integral

Diseño de Centros de Distribución



Operación Logística



Tecnología y Software



Asesoría



Gestión Inmobiliaria



Somos una empresa que pertenece al grupo **Megacentro** y al **grupo SDI**, y que se orienta a ofrecer soluciones para todas las áreas que integran el Supply Chain de nuestros clientes.

### Modelo de Negocios



Nos dedicamos al diseño, planificación e implementación de grandes proyectos, proporcionando soluciones logísticas integrales. **Somos la única empresa en Chile** que logra resolver de manera integral todas las problemáticas de la Logística: Diseño Logístico, Real State, Desarrollo de Obras Civiles, Implementación de tecnología y Software y Operación Logística Nacional.

contáctenos: 02 2 788 32 214

[www.sologistik.cl](http://www.sologistik.cl)

se reducirían sus márgenes y el consumidor no aceptaría un precio superior. En consecuencia, gran parte de los bienes usados se incineraban o se trasladaban al vertedero, lo que representaba una clara agresión al medio ambiente”.

**“LA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS SE CONVIERTE, ENTONCES, EN UNA PARTE INTEGRANTE DE LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES Y LA PROBLEMÁTICA DERIVADA DE LOS MISMOS ESTÁ DETERMINANDO, CADA VEZ EN MAYOR MEDIDA, QUE LOS SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS DEMANDEN ACTIVIDADES TENDIENTES A MINIMIZAR LOS PERJUICIOS MEDIOAMBIENTALES PRODUCIDOS POR LOS PROCESOS PRODUCTIVOS E INDUSTRIALES”.**

No obstante, explicó el autor nuestro actual tipo de vida y los hábitos de consumo de nuestra sociedad provocan la creciente generación de residuos de distinto origen y tipología con la problemática asociada a su gestión. “La gestión de los residuos se convierte, entonces, en una parte integrante de la economía de los países y la problemática derivada de los mismos está determinando, cada vez en mayor medida, que los sectores públicos y privados demanden actividades tendientes a minimizar los perjuicios medioambientales producidos por los procesos productivos e industriales”. En consecuencia, -aseguró López Parada- surgió la necesidad de plantear una nueva cultura

empresarial que tuviera en cuenta en sus estrategias, diseños y procesos productivos, aspectos tales como el consumo de energía y materias primas; la cantidad y tipo de materiales usados; la emisión de sustancias contaminantes y la generación de residuos y su gestión. “La logística de reversa cubre todos los aspectos derivados de trasladar los bienes desde el consumidor o distribuidor hasta el fabricante mencionados, si es procedente de devoluciones por cualquier causa o hasta los centros de recogida si es un bien fuera de uso, con el fin de proceder o su reutilización o destrucción”, cita el documento.

Este proceso de ‘recuperación’, puesto en marcha mediante procedimientos de logística de reversa (LR) busca, fundamentalmente, “reducir el impacto sobre el medio ambiente, mediante prácticas como la reutilización, el reciclaje u otro tipo de valorización del producto, aminorar el consumo energético y de agua dentro de los procesos productivos y del propio producto elaborado, reducir la extracción de materias vírgenes y las cantidades de residuos que son enviadas a los vertederos o depósitos controlados”, aseveró José Lopez Parada, en su Tesis Doctoral, argumento por el cual se establece el alto valor medioambiental que sustenta a la LR.

En esta lógica, los académicos cubanos Francis Hevia Lanier y Ana Urquiaga Rodríguez en su estudio ‘Etapas de la Logística Reversa para la Gestión de los residuos a través de una Cadena de Suministro’ coinciden con lo dicho por López Parada, señalando que “para reducir la contaminación generada en las empresas y para determinar los impactos derivados de sus productos y servicios es necesario poner a disposición de las mismas, herramientas eficaces –sistemas de gestión de logística de reversa-, de fácil y rápida implantación, y que, por otro lado, no encarezcan sus costos de producción”.

De esta forma, acota el estudio, “en la cadena inversa todos los participantes desarrollarán aquellos procesos necesarios para la recuperación de los productos y materiales, facilitando la gestión de los materiales y la información para el correcto destino y tratamiento de los mismos”.

**DEL DESUSO AL CONSUMO**

Según lo descrito por The Council of Logistics Management, la logística (directa) se entiende como aquel “proceso de planificación, implantación y control, de una forma eficiente, del flujo de materias primas, los materiales en curso de fabricación y los productos terminados, así como de la información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el objetivo de cubrir las necesidades de los clientes”. Ahora bien, la Logística de reversa integra todas las variables descritas en la definición anterior, a la inversa, siendo definida –por la misma entidad- como aquel “proceso de planificación, ejecución y control efectivo y eficientemente de todo el flujo de productos, materias primas e inventario en curso y la información relativa a estas, entre el usuario final y el proveedor o productor, con el propósito de reciclarlo, crear valor o destruirlo adecuadamente”.

En esta línea, en su Tesis, López Parada explica que las actividades típicas relacionadas con la logística inversa son aquellos “procesos que una compañía utiliza para recoger los productos usados, defectuosos, sobrantes o caducados, así como los embalajes y elementos de transporte utilizados para hacer llegar dichos productos al usuario final o al distribuidor”. Estas actividades pueden ser distinguidas, según la proveniencia del producto (desde el usuario final u otro miembro del canal de distribución: minorista o centro de distribución (CD)) o según su tipo (producto o embalaje).

Una vez que el material recuperado ha llegado a la compañía, ésta dispone de varias posibilidades para elegir el uso que le dará al mismo. Estas actividades están generalmente consideradas como las más importantes en los procesos de logística de reversa, siendo la empresa la que debe decidir, para cada producto en concreto, el destino final del mismo y el flujo de su cadena logística.

Todo lo anterior se explica, según López Parada, por que el fabricante ha extendido su responsabilidad más allá de la finalización

# 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



de la vida útil del bien en concreto, “procurando que el desmontaje y/o destrucción del mismo sea lo más sencillo posible y que la mayor parte de sus elementos puedan ser reutilizados”. Así mismo, expresó el autor, “las políticas medioambientales y los consumidores premiarán la fabricación de productos que tengan en cuenta el uso de elementos o materias primas provenientes de reciclajes y que el bien sea lo más respetuoso posible con el entorno, tanto durante su vida útil como al finalizar la misma”.

## GESTIÓN DE DEVOLUCIONES

Como se ha observado, una de las causas importantes que generan logística inversa de productos son las devoluciones. El flujo de devolución de los productos desde el distribuidor hasta el fabricante a través de la cadena de suministro o mediante otros medios, “representa una gestión específica que puede generar una alta complejidad y que exige idéntica atención que el proceso logístico normal. En este sentido una buena política de devoluciones puede suponer el ganar competitividad y fidelizar a los clientes”, explicó López Parada en su estudio.

Consecuentemente, una gestión deficiente de las devoluciones puede representar, además de una ruptura en la relación entre el fabricante y el distribuidor, una pérdida importante en el nivel de ventas. También es un elemento clave la acción rápida en el tiempo de las devoluciones.” Muchas veces el distribuidor acumula cantidades de productos a devolver, remitiéndolos al fabricante en un lote mayor, pero de forma espaciada, originando esta práctica una rotura en los canales de comunicación entre fabricante y distribuidor, creando una cantidad innecesaria de productos obsoletos y de pérdidas para ambas partes”, agregó el estudio.

De ahí que la creación de un canal adecuado y una política clara de devoluciones (y finalmente de una estructura de logística de reversa) ayudarán al fabricante y al distribuidor a optimizar los inventarios de productos y a obtener beneficios mutuos.

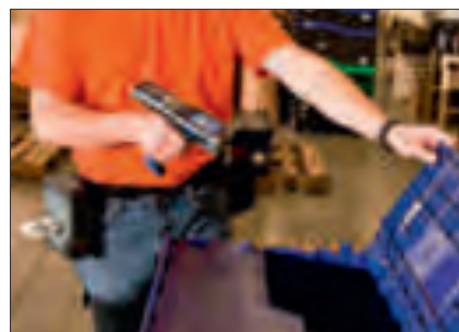
En lo específico, según lo descrito por López Parada, los productos que generan logística inversa, desde el mercado minorista o distribuidor, vienen determinados por las siguientes características:

- Productos de primera calidad que el minorista ha decidido dejar de vender. En este caso, cuando se determina no continuar con determinado producto o una línea de productos, bien se puede devolver al fabricante o establecer negociaciones con otra empresa para vender todo el inventario disponible.
- La compra de productos de la competencia por parte del fabricante. Normalmente se realiza para sustituir este producto por uno propio, reduciendo los riesgos del minorista.
- Productos de primera calidad pero cuya venta es estacional. En esta clase de productos, al finalizar el período de comercialización, el minorista puede rebajar el precio del producto o realizar su devolución para poder recuperar parte de su valor.
- Excesos de inventario, productos con menor venta que la prevista o que se ha realizado una promoción para que el minorista adquiera una mayor cantidad vía promociones o rebajas en el precio.
- Productos defectuosos. Productos que han determinado los minoristas o los clientes como defectuosos, siendo en este caso sustituidos por el fabricante con otros productos o abonado su importe. A veces ocurre que el defecto no es real, sino que puede venir inducido por el cliente.
- Artículos dañados. Son productos usados o dañados y que no pueden ser nuevamente vendidos.
- Devoluciones de clientes. Son productos que han sido abiertos y utilizados por los clientes y aunque el producto no sea defectuoso no podrá ser vendido como de primera calidad. Los productos devueltos en un sistema de logística inversa utilizan en su mayor parte uno de estos siete canales: Devolución al fabricante; venta como nuevo; venta con descuento; venta en un mercado secundario; donación a caridad u Organizaciones no Gubernamentales (ONG's); refabricación y reciclaje o lanzamiento al vertedero”.

Por otro lado, uno de los puntos críticos en la logística inversa, según el mismo estudio, se presenta cuando “los productos a retornar tienen la consideración de materias peligrosas”, en cuyo caso, el transporte de los mismos debe realizarse por empresas especializadas y siguiendo estrictas normas de

envasado y transporte adecuadas al tipo de material, según la legislación vigente.

Finalmente, López Parada destacó que “otro aspecto importante en la logística inversa de materiales se da cuando un cliente o una organización creen o tienen la seguridad de que un defecto de producción puede afectar a la operatividad adecuada de un bien. A ello se le denomina recuperación, recobramiento o rescate (recall)”, procedimiento por el cual se procede a la retirada de un lote de productos y su posterior retorno al fabricante. Generalmente, esto se debe al descubrimiento de potenciales problemas en la seguridad del mismo hacia el consumidor. En esta línea, “la recuperación es un esfuerzo de la empresa para limitar su responsabilidad debido a una negligencia (que puede causar altos costos legales) y mejorar o evitar daño a la imagen corporativa. Este proceso exige, a menudo, la sustitución del producto retirado o el restituir el daño causado por su uso, aunque posiblemente sean aún mayores los costos derivados por su repercusión en la marca y en la confianza del consumidor”, explica el estudio.



Como hemos observado, la logística de reversa de materiales en desuso, caducos o desechos, representa para las empresas un factor clave, no solo por motivos medioambientales, sino para gestionar de forma eficiente los productos reintroducidos por diferentes motivos en una cadena de suministro. No obstante, importantes empresas están disputándose el liderazgo en Responsabilidad Social, ya que entienden que se están jugando cuestiones claves para su productividad, desempeño y competitividad, ganando terreno así la idea de competitividad responsable. 🌱



# HANNIBAL

Industries Inc.

Dear Enrique Sanmartin R,

On behalf Hannibal Industries Inc., we would like to take this opportunity to formally certify Estrella Solitaria S.A. as an authorized distributor for all of Hannibal's product offerings.

At Hannibal Industries, our core values are the very essence of our company's success. We strive each and every day to provide the highest quality products, competitive prices, excellent customer service and the most diversified product offering in the industry.

We look forward to the future with great optimism!!!!

**Estrella Solitaria S.A., se enorgullece en informar a sus distinguidos clientes y al mercado en general que ha sido designado como distribuidor autorizado para Chile de Hannibal Industries. Desde ya se encuentran disponibles para cotizar proyectos de racks estructurales, racks híbridos, Glide Rack y el exclusivo Tube Rack**

Sincerely,  
  
Steve Rogers  
Vice President of Sales

**HANNIBAL**  
Industries Inc.



[www.estrellasolitaria.cl](http://www.estrellasolitaria.cl)



# REVISTA LOGISTEC CUMPLE 13 AÑOS SIENDO UN SOCIO ESTRATÉGICO DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

**LO QUE COMENZÓ COMO UN PROYECTO AMBICIOSO E INNOVADOR -QUE BUSCABA DAR RESPUESTA A UNA NECESIDAD DE UNA PLATAFORMA DE INTERACCIÓN DEL MERCADO LOGÍSTICO- HOY ES UNA REALIDAD. REVISTA LOGISTEC, ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADO MÁS IMPORTANTE DE CHILE.**



**N**uestro aniversario número 13 es la instancia precisa para detenernos y hacer un balance de lo que ha sido nuestro camino como revista.

32

A lo largo de nuestros años hemos visto posicionarse a importante empresas como líderes del mercado y el como la logística ha tomado fuerza al interior de las compañías, transformándose en un eslabón fundamental para el crecimiento y éxito de una empresa, marcando así un valor diferenciador entre ellas. La intención de posicionarnos como un medio de comunicación orientado

a la industria logística, sus clientes y proveedores nos ha llevado a ingresar a un mercado técnico y especializado para entregar a nuestros lectores el conocimiento adecuado.

Hemos sido un puente de comunicación entre los distintos eslabones de esta cadena y por eso hemos incursionado, en estos 13 años, en otras áreas. La plataforma de Logistec nos ha permitido organizar Expo Logistec, feria que sin duda es la más importante a nivel nacional, enfocada exclusivamente al mercado logístico. Hoy nos encontramos preparando nuestra tercera Expo, que se realizará el próximo 27 y 28 de marzo 2014,

respalda por el éxito de las versiones anteriores. Por otra parte, la realización de congresos y seminarios especializados ha sido una herramienta utilizada exitosamente para reunir a los más importantes profesionales del área en torno al conocimiento, estrechando así los lazos con Logistec y cumpliendo con nuestra misión de ayudar al crecimiento y desarrollo de la industria logística nacional. En esta oportunidad queremos agradecer los saludos de nuestros lectores por nuestro 13° Aniversario y asegurarle que Revista Logistec seguirá trabajando para entregar conocimiento y herramientas al mercado logístico por muchos años más.

**Queridos amigos:** Antes que todo quiero desearles muchas felicidades en estos 13 años de vida de Revista LGT, los que me imagino, sin duda, han tenido altos y bajos. He visto el esfuerzo con el que han crecido durante todos estos años, y como se han ganado un importante espacio en el mundo de la logística. Estoy seguro que han invertido mucho esfuerzo, profesionalismo y ganas para llegar al lugar donde se encuentran.

Cuando el trabajo se hace con cariño se nota y es lo que como clientes desde hace muchos años hemos sentido en nuestra relación comercial. Es así como versa una frase muy sabia que alguna vez encontré por ahí: "Las grandes realizaciones son posibles cuando se da importancia a los pequeños comienzos".

**Central Bodegas Ltda.**

Desde Chilexpress enviamos un afectuoso saludo a Revista Logistec en su aniversario y aprovechamos de destacar la importante labor que realizan en la industria y el profesionalismo que ha distinguido su trabajo en sus 13 años de existencia.

**Chilexpress**

Quiero felicitar a Revista Logistec por el importante rol que han tenido durante sus 13 años de existencia en la difusión de información técnica y de actualidad del sector logístico nacional e internacional, contribuyendo permanentemente al desarrollo de las empresas del rubro. No me cabe duda que esto se ha logrado gracias al buen equipo de profesionales con que cuentan. Les envío muchas felicidades y que cumplan muchos más.

**Nelson Campos**  
Gerente General de Mecalux Chile

En nombre de APL Logistics, les enviamos un afectuoso saludo a Revista Logistec en la celebración de sus 13 años de vida, en los que se han transformado desde una revista a una poderosa plataforma y fuente obligada de información y noticias relacionadas con el ámbito logístico. Estamos orgullosos de formar parte de su familia, y esperamos seguir fortaleciendo nuestro vínculo, acompañándolos en su crecimiento por mucho tiempo más. Un fuerte abrazo.

**Ignacio Lara - Gerente Comercial APL Logistics Chile**



# GRACIAS!

A nombre de quienes trabajamos en Geodis Wilson -y mio en particular- queremos felicitarlos en su nuevo aniversario, por su constante aporte informativo en pro de una de las industrias clave para la economía del país. En sus 13 años de vida, Revista Logistec se ha convertido en referente para quienes nos dedicamos al transporte y almacenamiento de cargas.

Ustedes ejercen un rol clave a nivel editorial al hacerse cargo de seguir y difundir las transformaciones de la industria, tanto a nivel nacional como internacional. El profesionalismo con el que asumen cada nota se ve reflejado en el área editorial con información relevante y reportajes consistentes, publicados edición a edición.

Todo lo anterior, logra convertirse en una fuente que nutre y actualiza los conocimientos y tendencias de una industria con constantes desafíos. Esperamos que continúen por mucho tiempo acompañándonos en este difícil pero apasionante rubro. Saludos cordiales.

**Christoph Johanssen**  
Gerente General, Geodis Wilson Chile

Estimados Paula y Fernando. Por medio del presente les envío mis más sinceras felicitaciones por el aniversario que están cumpliendo.

Recuerdo los inicios de la revista, el cual en una incipiente industria logística supo abrirse paso y convertirse en un referente que permitía ir conociendo a los distintos actores en cada uno de los rubros del mundo logístico.

Hoy, después de 13 años, podemos darnos cuenta del profesionalismo y seriedad con que han desarrollado su proyecto. Da un gusto enorme contar con tan prestigiado medio para informarnos e informar.

Reciban un fuerte abrazo junto a su equipo..

**Giancarlo Fantoni S.**  
Gerente General BodenorFlexcenter

Enviamos un afectuoso saludo en nombre de todos los colaboradores de TNT EXPRESS a revista Logistec. Esperamos que sigan apoyando y aportando al desarrollo de la Logística de nuestro país durante muchos años más.

**TNT EXPRESS**

Hoy se cumplen 13 años desde que Revista Logistec comenzó con un proyecto lleno de sueños y desafíos que enfrentar. Queremos felicitarlos por la perseverancia, la determinación y la creatividad que han demostrado a lo largo de estos años.

Esperamos que el futuro traiga consigo múltiples oportunidades que permitan a Logistec crecer y tener logros cada vez más importantes que posibiliten enfrentar los vaivenes del mercado y de la industria logística. Deseamos que su crecimiento vaya de la mano y a la altura de los nuevos desafíos que enfrentemos quienes nos desenvolvemos en un mundo globalizado, cuya velocidad nos sorprende de cuando en cuando y donde las nuevas tecnologías y soportes cobran una relevancia inusitada.

Sigan trabajando duro y creando nuevas alternativas para quienes confiamos en ustedes desde el principio, pues no nos cabe duda que Revista Logistec tiene aún mucho por entregar a la industria de la Logística.

**Alberto Fluxá**  
Gerente de Desarrollo Bodegas San Francisco Ltda.



Por Lic. Pablo Barassi y  
MPA. Ariel Castiglioni  
Socios Directores de Integrar  
Recursos Humanos



## EL APRENDIZAJE: FACTOR CLAVE PARA LLEGAR A SER UN ALTO DIRECTIVO



**Hace 10 años cuando tuvimos la oportunidad de estudiar el tema de referencia en la Escuela de Gobierno de Harvard, tomamos contacto con una investigación de como un conjunto de aspectos básicos como para que un alto directivo fracasara en su gestión. Luego de una década de experiencia vivida le hemos dado la razón a las estadísticas. Este trabajo de investigación llamado "A Look at Derailment Today", describe los 4 principales factores por los que los altos directivos fracasan.**

Incapacidad para desarrollarse o adaptarse, relaciones interpersonales pobres, incapacidad de armar y dirigir equipos, y por último, no por eso menor, la ambición desmedida. Luego de haber trabajado 25 años como ejecutivos en la línea en organizaciones de diverso tamaño, tanto del sector público como privado, y de tener la oportunidad de colaborar como docentes en el Centro de Desarrollo de Liderazgo del ITBA, donde ya han pasado mas de

400 dirigentes, debemos coincidir en alto grado con darle la razón a estos estudios de origen anglosajón. Por eso cada vez mas estos mismos altos directivos van comprobando la importancia de trabajar estos temas, a veces ignorados en algunas ofertas educativas, que están solo enfocadas en aspectos técnicos o de negocio.

Hecho el diagnóstico, en esta oportunidad nos vamos a enfocar en el primero de los aspectos, que tiene que ver con la "incapacidad de desarrollarse o adaptarse" de los seres humanos en general y de los dirigentes en particular. Entendemos que este aspecto está muy ligado a la capacidad de aprendizaje que podamos desarrollar ya sea por necesidad o por estímulo, tarea algo mas ardua que cuando una situación de crisis nos enseña una lección de manera repentina e involuntaria. En ambos escenarios, la conciencia recibe los conocimientos que con nuestra inteligencia o sensibilidad en ella depositan, en forma más o menos consciente. Consciente en el sentido de saber cómo adquirimos saberes.

Uno de los problemas del aprendizaje es que "no sabemos que no sabemos" y de esa manera se nos cierran las posibilidades de aprender cosas nuevas. Declarar el pronunciamiento de estas dos palabras "no se", que suelen ser escasas en la boca de miles de altos directivos; es el primer eslabón del proceso de aprender. Estas dos palabras, que no son mágicas, es una de las fuerzas motrices más poderosas en el proceso de transformación personal y de creación de quienes somos. Al igual que en el tango, se necesitan dos, por eso la apertura a aprender es una parte de la solución, siendo la segunda el permiso para enseñar. Si no logramos otorgar confianza y autoridad para que otro u otros nos enseñen, será como volver a foja cero o nunca haber partido en el camino de un proceso de aprendizaje.

Les proponemos un ejercicio que tenga que ver con los enemigos que hoy detienen o retrasan el proceso de aprendizaje, ya que es la mejor manera de iniciar este proceso de cambio en la actitud de aprender:

■ **Dado como soy, no puedo aprender esto:** En reiteradas ocasiones, nos afirmamos a nosotros mismos que los de piscis somos de tal manera y los de sagitario de otra, o que el ADN que recibí de mis padres no me hará cambiar. Esos pensamientos enquistados no son mas que un modelo mental que nos encadena y paraliza la capacidad para aprender. ■ **El fenómeno de la ceguera cognitiva:** cuando no se lo que no se, la mejor manera de tener mayor conocimiento de esos puntos ciegos es a través del feedback formal o informal que uno tiene la oportunidad de recibir en el desarrollo cotidiano de las relaciones interpersonales que nos rodean. Ese es un regalo que tenemos a mano y no solemos darle la importancia que amerita. ■ **Confundir aprender con adquirir información:** el contexto de las organizaciones nos ha llevado a creer que porque manejamos información y tenemos muchos datos para comentar, es que aprendemos, y en consecuencia, sabemos. Si pensamos a consciencia, el estar informado no tiene mucho que ver con saber hacer algo

concreto. ■ **La gravedad y la trivialidad:** tanto magnificar una crisis y utilizar el humor en exceso hace que propiciemos ámbitos que inhiben el proceso de aprendizaje. ■ **La soberbia y el amor propio:** estas deficiencias nos ponen en actitud de sabelotodo y eso cierra nuestra capacidad de escucha y estado de aprendiz a lo largo de la vida. ■ **La rutina,** donde todo sigue igual externa o internamente. Las "vorágines" de las que tantos líderes se quejan son formas de inercia y del no pensar. ■ **La desconfianza** que nos impide toda realización sostenible.

La lista continúa pero hoy nos detenemos aquí. El inicio del camino para modificar nuestra actitud hacia el aprendizaje comienza con reconocer estos enemigos, para luego poder debilitarlos gradualmente y propiciar las acciones que fortalezcan su desaparición. En el desafiante y tantas veces descripto proceso de aprendizaje y capacitación, donde debemos perfeccionar mecanismos y dispositivos para que lo que se enseñe se

aprenda, lo que se aprenda se practique, lo que se practique se lleve al ámbito laboral profesional y que lo que se lleve al ámbito laboral profesional se mantenga en el tiempo, quisiéramos destacar que el proceso de desarrollo que buscamos aplicar nosotros como consultores y académicos en la materia, es una dedicada, intercalada y personalizada cadena de estímulos o escalera de aprendizaje que colaboran en el desarrollo de altos dirigentes.

El aprendizaje consciente no es algo fácil. Para el eximio pensador y educador argentino Carlos B. González Pecotche, esta propensión a lo fácil es acentuadamente negativa y obstructora del aprendizaje, y para emanciparse de ella "el ser debe capacitarse, adiestrarse y crear estímulos".



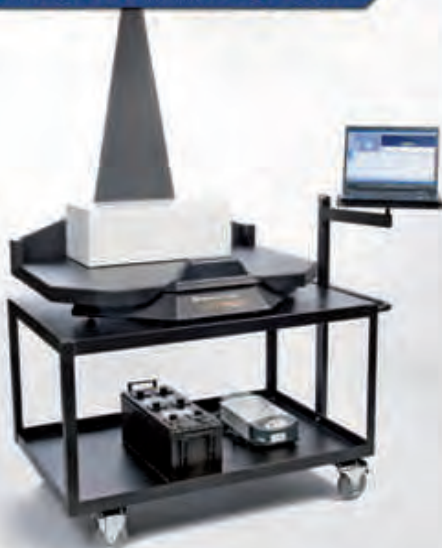
Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)

# Tu mejor socio estratégico

Soluciones Industriales, Servicios de Outsourcing especializado, Logística Integral.



Solución de Volumetría y Pesaje



Equipo de Limpieza Ultrasonido



Grupo Generador



+56 2 2327 5600  
Alberto Undurraga 1577  
Huechuraba, Santiago  
[www.cosenza.cl](http://www.cosenza.cl)

GRUPO  
**COSENZA**  
SOLUCIONES INTEGRALES



**Raimundo Veloso Valenzuela**  
Socio de River Logic para Latinoamérica

## ORQUESTANDO LA ESTRATEGIA, FINANZAS Y PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES



**A partir de más de 150 proyectos en consultoría, podemos asegurar que gran parte de las empresas no ha logrado generar una integración armoniosa entre la estrategia, finanzas y la planificación de las operaciones, que vaya mostrando constantemente el impacto en la última línea, y menos aún desarrollar e implementar un sistema formal para la ejecución de dicha estrategia integrada. Ejemplo de esto son los presupuestos anuales rígidos y con escasa relación con la estrategia.**

**E**l diagnóstico anterior, resulta más interesante aún si se tiene en cuenta que existen factores objetivos que deben ser considerados por toda empresa que desee ser competitiva. Entre los factores de mercado, destacan:

- Comoditización de los productos y necesidad de identificar y desarrollar nuevos atributos de

- valor; ■ Aumento en la volatilidad de demanda; ■ Aumento de la complejidad de las redes logísticas (cadenas logísticas mundiales, externalización de la fabricación y de las operaciones logísticas, aumento en el número de SKUs); ■ Volatilidad de los costos de entrada (materia prima, energía, etc.); ■ Relaciones no lineales entre costos, precios y nivel de actividad. Y diferentes tipos de impulsores de costos (algunos costos que varían con el volumen, otros con el tiempo y otros con eventos).

Considerando que cada uno de los factores anteriores añade un elemento de complejidad a la organización, no es de extrañar lo complejo que pueda resultar entender las implicancias en los estados financieros de las diferentes decisiones de negocio.

La Planificación Integrada de Negocios (IBP) consiste en establecer un plan de negocios integral y dinámico, el cual supera y reemplaza al proceso Planeación de Ventas y Operaciones (S&OP), pues está basado en un plan integrado de ventas, suministro, producción, logística y finanzas. Este plan de negocios mejora la alineación de negocio, y en forma cuantitativa permite distinguir y evaluar tanto a los impulsores de rentabilidad del negocio como también otorgar visibilidad y seguimiento de la ejecución de la estrategia.

IBP permite a través de un profundo conocimiento de la compañía y del mercado, evaluar cuantitativamente el impacto en el Estado de Resultados (a partir del estudio de la utilidad neta, flujo de caja, retorno de los activos, o cualquier otra de las líneas), de las diferentes estrategias competitivas tales como variaciones en el Line Fill Rate, variaciones en la política de inventario, variaciones en los precios de ventas, reducción de los tiempos de ciclo de la cadena de suministro, incorporación/eliminación de un centro de distribución, evaluación de ofertas de proveedores, cambios en los turnos de producción, sustitución de productos, etc.

Un desafío clave para lograr evaluar las diferentes estrategias, consiste en aumentar la agilidad de la orga-

nización para evaluar escenarios, de modo tal de cuantificar el impacto financiero, la sostenibilidad y riesgo de negocio, logrando con eficiencia responder a los cambios del entorno y del negocio. Para comprender en profundidad el concepto IBP, resulta útil basarse en el siguiente modelo de madurez de finanzas/rentabilidad (desarrollado por el profesor PhD George E. Manners).

## UN RESUMEN DE LOS NIVELES MÁS AVANZADOS DE MADUREZ ES EL SIGUIENTE

**NIVEL 4** ■ Realizar una planificación de ventas e ingresos basada en atributos de valor (impulsores). ■ A través de la ingeniería de procesos, modelar las interrelaciones y restricciones de las diferentes entradas (insumos) / procesos / salidas (productos) del negocio (input/throughput/output, ITO en inglés). Incorporar un conjunto de impulsores de costos en el modelo (basados en relaciones causa-efecto). ■ Traducir las proyecciones de ventas en planes operativos.

son los recursos con mayores costos de oportunidad?, ¿dónde se debiese invertir primero el capital?, ¿en qué recursos debiésemos ir al mercado para agregar capacidad (externalizar), y cuáles deben ser mejorados internamente? ■ Simultáneamente optimizar el sistema ITO en términos de todos los flujos del sistema (mix de productos, aprovisionamiento, utilización de los recursos, etc.).

**NIVEL 6** ■ Dada la variabilidad en el tiempo en la demanda, en los precios, o en la disponibilidad / productividad de los recursos, la capacidad de optimizar el sistema en múltiples períodos de tiempos. Una empresa en este nivel de madurez sabe exactamente como simultáneamente optimizar la producción (y el mix de productos), la compra/fabricación anticipada de inventario, y las paradas de máquina, en cada período de tiempo a través del horizonte de planificación. ■ Generar proyecciones dinámicas para los costos operacionales y de capital. ■ Estimar la rentabilidad financiera por producto, cliente, canal, región, etc.

El desafío de elaborar planes de negocios y mix de productos más rentables, es en esen-

de oportunidad resulta fundamental para las decisiones de precio ("capacity management") y proporciona una alternativa para ajustar las prioridades y lograr la correcta asignación de los recursos (comprar/fabricar, decisiones de abrir/cerrar, aumento/disminución de inventario, etc.).

Dicho lo anterior y de modo complementario a las metodologías descritas, mediante IBP se introduce el concepto de costo de desplazamiento (valor de oportunidad). Su explicación es la siguiente: suponga 3 tipos de actividades "A", "B" y "C", donde el impacto de realizar la una u otra actividad tiene implicancias en la utilidad de una compañía. A modo de ejemplo suponga que realizar la actividad "A" sobre la "B" causa una disminución de la utilidad y de forma simultánea la realización de la actividad "A" sobre "C" causa un aumento de la utilidad. Dado que, en general, existe un trade-off entre la realización de actividades se hace necesario un análisis cuantitativo del desplazamiento de las mismas. Se define Valor de Oportunidad como:

Valor de Oportunidad de A = (ingreso marginal de A) - (costo marginal de A) - Suma (utilidad de B desplazada por acción A) + Suma (utilidad de C habilitada por la acción en A)



**NIVEL 5** ■ Incorporar los "costos de desplazamiento" (costos de oportunidad) en los recursos con limitación de capacidad. De modo de identificar, ¿cuáles

cia la metodología de la economía marginal ante diversas restricciones (cuellos de botella móviles, que cambian al variar el mix de productos). A su vez el estudio de los costos

Suponga una Empresa Papelera (EP) que posea una máquina papelera, utilizada a máxima capacidad, que produce dos tipos de productos, un papel "A" con un ingreso de 800 USD/Tons y costo de ventas de 500 USD/Tons y un papel "B" con un ingreso de 600 USD/Tons y costo de ventas de 400 USD/Tons. Adicionalmente se tiene que la tasa de producción de "B" es tres veces la de "A". ¿Cuál es el beneficio marginal de vender una unidad más de "A"? Dado que la máquina se encuentra operando a máxima capacidad, si se desea vender una unidad más de "A", se tiene que necesariamente reducir la producción del producto "B", de este modo el el Valor de Oportunidad del Papel "A" viene dado por.



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)



**Julio Villalobos Contreras**  
 Director Centro del  
 Transporte Universidad  
 Andrés Bello

## SISTEMA DE INNOVACIÓN E INFORMACIÓN PARA LA EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD DEL TRANSPORTE DE CARGA



**El actual precio del petróleo y la creciente conciencia y responsabilidad medioambiental han hecho de la eficiencia energética (ahorro de combustible) la gran prioridad del sector transporte, aunque no la única.**

**P**or ejemplo el creciente déficit de conductores, la dificultad por contar con mandos medios capacitados, la falta de una estructura organizacional profesionalizada en una gran cantidad de empresas de la industria, las bajas tarifas del sector y la falta de información respecto a buenas prácticas y estudios de tendencias internacionales de la industria, hacen del transporte un sector de la economía en el cual la brecha, entre los estándares de eficiencia y productividad posibles de alcanzar y la realidad es considerable.

Lo anterior, a su vez, amplía la distancia entre transportistas profesionalizados y la gran masa de transporte en vías de profesionalización o, peor aún, con aquellas operaciones “de subsistencia” que se dan en este sector.

En este contexto, en el Centro del Transporte de la Universidad Andrés Bello, hemos trabajado, desde múltiples dimensiones, el cómo abordar el desafío de apurar procesos de profesionalización y adopción de estándares operativos superiores por parte de una masa relevante de compañías de transporte en Chile. Una de estas dimensiones, probablemente la de mayor impacto estructural en la industria, dice relación con el desarrollo de un Sistema de Innovación e Información para la Eficiencia y Competitividad del Transporte, el cual pretende generar, estructurar y difundir información estratégica para mejorar la toma de decisiones de todos los operadores de transporte.

Este Sistema se estructura como un observatorio de la industria que interactúa con empresarios, instituciones públicas y privadas, asociaciones gremiales y generadores de carga, consolidando, analizando y dando estructura a información relevante para el sector que, por un lado, promueva y apure la adopción de tecnologías y buenas prácticas que apunten a la productividad y competitividad de las empresas y que, a la vez, disminuya las asimetrías de información en el sector. Es una necesidad, expresada por todos los actores de esta industria, contar con un sistema que fomente la innovación y que provea la información necesaria para mejorar la eficiencia y apurar la profesionalización, que contribuya al desarrollo de un transporte más sustentable en todos los ámbitos de esta estratégica industria.

Un ejemplo del valor de la información y la necesidad de un sistema como el que estamos desarrollando en el Centro del Transporte – UNAB es lo relacionado a la eficiencia energética en el transporte, es decir, lo referente a estándares de desempeño en el consumo/ ahorro de combustible. La eficiencia en el consumo de combustible hoy comienza a ser utilizada por diversos proveedores de esta industria como la principal vía de diferenciación de sus productos, tecnologías y servicios.

En esta dinámica, los proveedores aseguran reducciones de consumo que muchas veces no están com-



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



"Agregamos valor a tu espacio, desde 1974"

"Elegimos a Tamegal para la ampliación del Centro de Distribución por su capacidad y flexibilidad para entregar soluciones de calidad y a la medida de nuestros requerimientos"

**Juan José Vassallo Aguirre**  
Gerente de Logística

Empresa **DERCO S.A.**  
Proyecto **Ampliación Centro de Distribución Santiago**

**Posiciones de Almacenaje:**

- 17.342 posiciones para pallet en Rack Selectivo y Drive In  
- 7.000 nichos de almacenaje en Estantería ANRA en 3 pisos.

**Accesorios:** Soporta Pallet / Mallas de Seguridad / Barreras para Pasillo / Botas Antichoque / Carteles / Cantilever porta parabrisas

# SOLUCIONES PARA ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA

Soluciones:

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



TAMEGAL  Cumple!



Escanea este código desde tu celular y conoce todas las soluciones que Tamegal tiene para tu empresa.

probadas y tampoco se ven reflejadas en las operaciones reales de transporte, esta falta de transparencia genera múltiples complicaciones:

■ **Desconfianza de los operadores sobre las ofertas y buenas prácticas, lo cual implica inmovilismo y, muchas veces, pobres estándares de eficiencia.** ■ **Demoras en la inversión y adopción en tecnologías y componentes realmente efectivos.** ■ **Dificulta la competitividad, acentuando la brecha entre las grandes empresas de transporte, capaces de realizar pruebas costosas y que requieren capacidades de ejecución y seguimiento, y las empresas de transporte pequeñas/medianas.** ■ **Genera sobrecostos de inversión y operación, debido a malas decisiones producto de la falta de información, particularmente relevante son las malas decisiones de configuración de flota, las que determinan el desempeño de una operación en el largo plazo.** ■ **Dañan la credibilidad en el mercado de proveedores, perjudicando a aquellos que si han probado y cuantificado los beneficios de sus tecnologías y componentes, bajo los más rigurosos estándares internacionales.**

La información que podemos encontrar hoy acerca de la eficiencia energética para el sector transporte es poca, muy técnica y principalmente en inglés, francés o alemán, obediendo a las necesidades y requerimientos de otros mercados distintos al de nuestro país (Norteamérica y Europa), lo que dificulta su comprensión e interpretación.

En este sentido el equipo del Centro del Transporte – UNAB ha adaptado y aplicado desde el año 2011 un protocolo de pruebas internacional, el SAE J-1321, que ha permitido evaluar la eficiencia en Chile, en operaciones locales, en nuestras carreteras, con nuestros conductores la eficiencia de componentes aerodinámicos, el impacto del diseño de cabinas sobre el consumo de combustible, el impacto del peso (carga) sobre el consumo de combustible, lubricantes de bajo coeficiente de rozamiento, entre otras. Se han obtenido resultados de alto impacto

sobre la industria, los cuales se han traducido en la penetración en las operaciones de transporte de aquellos insumos y tecnologías evaluados que han demostrado eficiencia estadísticamente significativa y, adicionalmente, dichos resultados se han traducido en políticas públicas de fomento a dicha adopción, un ejemplo es el Fondo Concurrible: “Cofinanciamiento de Dispositivos Aerodinámicos para Vehículos de Transporte de Carga Caminero” en ejecución por parte de la Agencia Chilena de Eficiencia Energética – AChEE.

Este Sistema actúa como un centro de Vigilancia Tecnológica que capta, organiza, selecciona, analiza y difunde la información de proveedores de equipos, tecnologías y buenas prácticas de gestión para la industria del transporte, que estén validados internacional y nacionalmente y que, además, difunda las claves para la correcta selección e implementación de estos componentes y herramientas de gestión en las distintas operaciones (faenas) de transporte del país.

Otra dimensión, en el ámbito de la profesionalización del sector, es la capacidad que tenga el transporte en responder a las exigencias de los clientes por reducir la huella de carbono en sus respectivas cadenas de abastecimiento. En este sentido el Sistema desarrollado contempla una metodología de intervención en las organizaciones de transporte a fin de desarrollar y ejecutar un Plan de Eficiencia y Excelencia Operacional cuyo objetivo es la reducción de costos y de emisiones, a través de una serie de programas e iniciativas que apuntan de forma integral a mejorar los estándares de rendimiento en las diversas operaciones de transporte.

Esta iniciativa busca, de la mano de las principales Asociaciones Gremiales y empresas del sector, fomentar planes de eficiencia al interior de las organizaciones de transporte, pero además involucrar a los generadores de carga de los distintos sectores económicos del país en miras a un aumento de los estándares, poniendo énfasis en la eficiencia energética y la seguridad. Se busca impulsar en el sector una estrategia de diferenciación a través de la adopción y validación de los

estándares deseados para transportistas y generadores, en línea con lo que iniciativas similares en el contexto internacional han desarrollado con gran éxito e impacto.

Paralelamente y como una tercera dimensión del Sistema, hemos constatado que existe una gran cantidad de información de utilidad para la gestión de las operaciones de transporte que, si bien es pública, no se encuentra dispuesta, estructurada ni actualizada y que son de enorme impacto para a la eficiencia y seguridad del sector, a saber:

- **Precio petróleo. Referencias comerciales, evolución y tendencia**
- **Tarifas**
- **Zonas de mayor accidentabilidad**
- **Normativas municipales de circulación**
- **Interrupciones carreteras**
- **Observatorio laboral**
- **Abandono conductores**
- **Nuevas licencias profesionales**
- **Remuneraciones**
- **Otras.**

Se busca desarrollar un observatorio, de mano de los operadores de transporte y organizaciones vinculadas al sector, que estructure y mantenga la información estratégica y fundamental para la gestión, que ninguna empresa por sí misma puede generar y que, además, es fundamental para que esta industria opere de forma competitiva e informada.

Concluyendo, cabe señalar, que esta iniciativa pretende ser un aporte fundamental para la toma de decisiones de todas las empresas de transporte, mejorando la eficiencia y la seguridad del sector, apuntando siempre a la profesionalización del transporte de carga por carretera nacional, mejorando la competitividad del sector y, a través de ello, la competitividad de los sectores primarios a los cuales el transporte presta sus servicios, a saber, minería, forestal, hortofrutícola, comercio y en general la mayoría de los sectores económicos de Chile. 🌐



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)

PRIMERA ETAPA EN OPERACIÓN  
**OCTUBRE 2013**  
ÚLTIMOS MÓDULOS DISPONIBLES

# CENTRO LOGÍSTICO WORLD CLASS

## ARRIENDO DE BODEGAS FLEXIBLES



- Infraestructura con estándares internacionales.
- 145.000 m<sup>2</sup> de bodegas en 4 fases.
- 12 mts. de altura libre.
- Arriendo de bodegas desde 700 m<sup>2</sup> hasta 30.000 m<sup>2</sup>.
- Oficinas a medida.
- Casino con capacidad para 250 personas.
- Seguridad 24h , CCTV.

Architecture

Safety

World Class

Proximity

Built to Suit



Contáctenos para agendar una reunión al +56 (02) 2498 7581  
[www.globalstorage.cl](http://www.globalstorage.cl)

**GLOBAL  
STORAGE**

# PALETIZADO

## FACTOR CLAVE EN EL PROCESO LOGÍSTICO



**Cristián Paez**  
Gerente Comercial  
Redtec



**Paulina Soria**  
Product Manager  
Multivac



**Ernesto Chaparro**  
Jefe Comercial  
Rentapack

42

Agilidad, facilitación para la manipulación de los procesos de carga y descarga, mantener la calidad de los productos y el ahorro de costos son algunos de los puntos que hacen que la decisión sobre qué embalaje utilizar o cómo paletizar sea primordial y diferenciadora.

**A**quello que ofrece un mercado para satisfacer un deseo o necesidad del consumidor". La definición expuesta hace referencia a aquel elemento que da vida y sentido a la cadena de abastecimiento: El producto, objeto sobre el cual recaen todas las acciones de la cadena de suministro, cuyo objetivo primordial es ponerlo a disposición del consumidor final en un tiempo y forma preestablecido.

De esta forma, para que el producto concrete su objetivo 'satisfactor' en el consumidor final, antes deberá llegar a él, toda vez que haya logrado afrontar con éxito las distintas etapas de la cadena de suministro (producción, almacenamiento, traslado, etc.) en la cual se encuentre inmerso.

A este respecto, es sabido que cada etapa de la cadena logística integrará sus propias técnicas, procesos y tecnologías para resguardar el producto de posibles factores de riesgo (internos y externos) que puedan deteriorarlo.

No obstante, en el tramado de dicha cadena, también existen ciertos dispositivos que están en contacto permanente y directo con el producto, facilitando su

manejo, transportación, almacenamiento y distribución; al tiempo que velan por su integridad, seguridad y conservación. Nos referimos a los empaques y embalajes (procesos de paletizado). Conocer un poco más de estos elementos es el asunto que hoy nos convoca.

## **LOS EMPAQUES SECUNDARIOS O INTERMEDIOS SON AQUELLOS ELEMENTOS QUE SE USAN COMO COMPLEMENTO EXTERNO, CON LA FUNCIÓN DE CONTENER O AGRUPAR VARIAS UNIDADES DE EMPAQUES PRIMARIOS, EN ESTE NIVEL ENCONTRAMOS: CAJAS PLEGADIZAS, DE CARTÓN CORRUGADO, CUBETAS PLÁSTICAS, ETC.**

A través de estas líneas, esperamos reivindicar el rol de este tipo de elementos y establecer la estrecha relación que su acción tiene con el éxito y eficiencia de la cadena logística. Para esto, Revista Logistec contactó a Paulina Soria, Product Manager de Multivac Chile S.A, Cristián Páez, Gerente Comercial de Redtec y a Ernesto Chaparro, Jefe Comercial de Rentapack, expertos de la industria que nos contarán sobre las potencialidades y características de estos elementos.

## **CONCETUALIZACIÓN ELEMENTAL**

En un mercado tan competitivo como el logístico, toda mejora de los procesos debe traducirse en la disminución de los costos operacionales, a partir de acciones más eficientes sustentadas en información sensible relativa a los diferentes procesos logísticos. Partiendo de esta base, resulta primordial para los actores del sector conocer las distintas y mejores alternativas para agilizar, optimizar y asegurar el movimiento de carga, entre las que destacan: los elementos y procesos de empaque y embalaje. En esta línea, resulta relevante especificar las cualidades y características de estos elementos. De esta forma entenderemos por:

Packaging General (empaques, embalajes o envases): a todos aquellos recipientes o elementos que estén en contacto directo o

indirecto con el producto, para protegerlo y conservarlo, facilitando su manejo, transportación, almacenamiento y distribución.

Conocido su objetivo esencial, este tipo de elementos se clasifica según su función y etapa de intervención, siendo:

Los empaques primarios, todos aquellos que están en contacto directo con el producto específico con la función de envasarlo y protegerlo. Dentro de este nivel se encuentran por ejemplo: vasos, botellas, garrafas, bolsas envoltura de papel, tubos, entre otros muchos. Comprende también elementos adicionales que lo integran (tapa, banda de seguridad etiquetas, cintas adhesivas etc.).

En su fase primaria, los empaques tienen como objetivo esencial: proteger, identificar, transportar, almacenar e informar de su contenido a los consumidores finales, entendidos como aquellos usuarios que compran y/o consumen el producto en cuestión, ya sea para consumo personal o para elaboración de otros productos.

En tanto, por su consistencia, éstos se clasifican en: rígidos, envases con forma definida no modificable y cuya rigidez permite colocar producto estibado sobre el mismo, sin sufrir daños. Semirígidos, cuya resistencia a la compresión es menor a la de los envases rígidos. Flexibles, fabricados de películas plásticas, papel, hojas de aluminio, laminaciones, etc. Y cuya forma resulta deformada prácticamente con una sola manipulación. Este tipo de envases no resiste producto estibado.

Los empaques secundarios o intermedios son aquellos elementos que se usan como complemento externo, con la función de

contener o agrupar varias unidades de empaques primarios, en este nivel encontramos: cajas plegadizas, de cartón corrugado, cubetas plásticas, etc.

Los empaques colectivos, de transporte o embalaje, son todos aquellos elementos que se usan como complemento externo, con el objeto de agrupar o contener varias unidades de empaques secundarios. En este nivel se encuentran: las cajas de cartón corrugado, palets, cajas de madera, entre otros. En esta línea, algunos expertos establecen como un cuarto nivel a los contenedores, no obstante, otros mantienen estas unidades dentro del tercer nivel.

## **FUNCIÓN CLARA, BENEFICIO ESPECÍFICO**

Teniendo en cuenta los conceptos anteriores, es importante abordar un importante aspecto de la implementación de este tipo de elementos: conocer su función para obtener los mayores beneficios tras su implementación.

En este contexto, los empaques primarios cumplen una función esencialmente comercial, ya que activa la tarea de promoción del producto. Se convierte en un 'vendedor silencioso', ayudando a la exhibición de éste y estimulando la sensibilidad directa en el consumidor, logrando que lo prefiera y, finalmente, lo adquiera. En tanto, de forma anexa –aunque no menos importante- cumple el objetivo de conservación y protección del producto en cuestión.

En tanto, los empaques intermedios y colectivos, explicó Soria, tienen como función esencial "la contención, identificación, protección, información, transporte y almacenaje de grandes volúmenes de productos", convirtiéndose en unidades mínimas de transportación y almacenaje en las bodegas del fabricante o en los Centros del distribuidor. Así, explicó la ejecutiva, este tipo de elementos se enfocan a la protección de amplias unidades de productos durante su movilización o traslado (fabricante-distribuidor-cliente).

Al mismo tiempo, este tipo de elementos tiene fuerte impacto en los procesos de control, manejo y almacenamiento al interior de los CD, ya que integran importante información respecto del producto (tipo, número, características, condiciones de almacenamiento y manipulación, etc.).

De esta forma, agilizar los procesos parece ser la frase que mejor engloba la importancia de estos equipamientos, según coincidieron los profesionales, quienes además detallaron ciertos beneficios de un correcto proceso de embalaje (y paletización posterior), entre los que se cuentan:

■ **Aumento de la productividad** ■ **Mejor y mejor manipulación de los productos** ■ **Optimización del espacio disponible y facilidad de rotación de lo que se almacena** ■ **Disminución de los tiempos de preparación y carga de vehículos** ■ **Disminución en los daños por la mala manipulación de los productos** ■ **Mayor velocidad y estabilidad de la estiba (paletización).**

44

## DE LOS EMPAQUES SECUNDARIOS

Como señalamos con anterioridad, los empaques de segundo nivel o secundarios son aquellos elementos que se usan como complemento externo, con la función de contener o agrupar varias unidades de empaques primarios, en este nivel encontramos: cajas plegadizas, de cartón corrugado, cubetas plásticas, entre otros elementos.

Dedicados a prestar servicios de arriendo y logística a clientes con necesidades de movimiento de cajas plásticas, bins y otros relacionados con la distribución de sus productos, Rentapack se ha establecido como un actor relevante en el nicho de los empaques secundarios, enfocando su labor al sector hortofrutícola con distribución a supermercados, ofreciendo una serie de empaques (envases) destinados a satisfacer las necesidades de almacenamiento y movimiento interno de los productos. A partir de su labor, Ernesto Chaparro explicó que la actual oferta que

manejan representa ventajas sanitarias y medioambientales, ya que "arrendamos a nuestros clientes, proveedores de frutas y verduras para los supermercados, cajas lavadas y sanitizadas, como también ofrecemos cajas para otros productos como pescado, carnes, pastelería y panadería".

Los proveedores retiran las cajas desde la planta de Rentapack, la llevan a su picking para luego entregarlas en los locales o centros de distribución de las distintas cadenas con las que operan. Una vez que la caja entra al supermercado y es desocupada, la empresa las recolecta para volver a sanitizarlas.

Esta tendencia de mercado, explicó Chaparro, implica "la progresiva baja en el uso del cartón que se utiliza una vez y se desecha, disminuyendo los niveles de basura en las instalaciones y los costos. El arriendo será más económico que el costo de la caja de cartón".

En torno a las ventajas de este tipo de elementos, Chaparro explicó que "estas soluciones permiten un ahorro en el ítem transporte, ya que al ser cajas abatibles se generan significativos ahorros de espacio en los camiones al momento de la consolidación y un alza en el cuidado del producto, debido a la resistencia y dureza del empaque, permitiendo que éstos no se dañen al momento de apilar las cajas o paletizarlas, disminuyendo mermas y rechazos de la mercadería".

## PALETIZACIÓN, FACTOR CLAVE EN EL TRANSPORTE

Teniendo en cuenta el valor intrínseco del producto para la cadena logística, ahondaremos en aquellos procesos de empaque que guardan relación con su transporte, interno y externo. Nos referimos, específicamente, al proceso de paletizaje.

Ahora bien, antes de analizar las especificaciones de este tipo de embalaje es importante señalar que, actualmente, la industria del pallet ha presentado un crecimiento expo-

nencial, siendo el arriendo y administración de estas herramientas, las modalidades de negocios más concretas, explicó Cristián Páez Redtec.

Lo anterior se explica, según el experto, en el hecho que el costo de administración de este tipo de herramientas es alto y complejiza la cadena logística de la empresa. De ahí que, tercerizar la administración de este tipo de herramientas no sólo implicará mayor eficiencia al proceso, sino también, menores costos operativos (compra, mantención, espacio de almacenamiento, mermas, etc) y la estandarización de la herramienta.

En esta línea, el Gerente Comercial de Redtec señaló que "la mayor estandarización en la oferta, ha permitido a empresas nacionales estar en el negocio del arriendo y administración de estos (pallets). En esta línea, el servicio dado por Redtec permite entregar a sus usuarios información clara y presupuestable en este ítem.

Por otra parte, Paéz se refirió al mercado informal del pallet, señalando que "es importante destacar que la informalidad del mercado alternativo de pallets debiera disminuir en la medida que todos los actores veamos los riesgos que esto conlleva", riesgo negativo que impacta a la empresa, en términos de costos operativos; a la cadena logística, ya que complejiza los procesos de traslado de las mercancías y, por cierto, impacta al producto -propiamente tal- ya que se arriesga su integridad y, con ello, la satisfacción del cliente final. Para entender la relación anterior, es importante ahondar en las especificaciones de esta herramienta y su procesos asociados. En esta línea, entenderemos el paletizaje como aquella labor de agrupar sobre una superficie (pallet o estiba), una cierta cantidad de objetos. Para profundizar en su importancia y rol, Soria recaló que la paletización es "el último eslabón del packaging en la cadena logística, las cargas se paletizan para facilitar su manipulación. 🌀"



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)

Carnes  
 Cecinas  
 Pescados  
 Quesos  
 Frutas  
 Verduras  
 Hortalizas  
 Platos preparados  
 Frutos secos  
 Panadería  
 Pastelería



# Envasando Confianza

Multivac es líder en la fabricación de sistemas de envasado que alargan la vida útil de los alimentos, protegiéndolos de forma efectiva y facilitando su manipulación en prácticos y atractivos envases



Envasado



Calibración y pesaje



Detección de metales



Etiquetado



Embalaje y palletización

Envase con Multivac y controle el peso de sus productos con Bizerba

- ✓ Más de 50 años de liderazgo mundial
- ✓ Equipos 100% de origen alemán
- ✓ Personal de pre y post venta altamente calificado

Solicite nuestros catálogos y la visita de un ejecutivo:

Tel: + 56 (2) 2799 6000  
 mucl@cl.multivac.com

**BIZERBA**

... closer to your business

Santiago  
 Río Refugio 9665,  
 Parque de Negocios ENEA  
 Pudahuel - Santiago - Chile  
 Fono: + 56 (2) 27996000

Puerto Montt  
 Ruta 5 Sur, Km. 1025, local 10,  
 Bodegas Megacentro II  
 Puerto Montt - Chile  
 Fono: 56 (65) 220951



**MULTIVAC**

BETTER PACKAGING

www.multivac.com

# SLOTTING

## CADA COSA EN SU LUGAR



**Fernando Barilari**  
Director Regional  
Infor Cono Sur



**Daniel Justribo**  
Pre-Sales Manager  
Oracle

Por: María Victoria M.  
revista@revistalogistec.com

El CD integra diferentes procesos, entre los cuales destaca el acomodo eficiente de mercancías o Slotting, un plan estratégico de posicionamiento de productos que tiene una vital incidencia en todas los procesos de almacenamiento y un fuerte impacto económico en las organizaciones, ya que gracias a su acción se pueden reducir los costos en todas las etapas del producto y se fomenta una percepción positiva de la compañía por parte del cliente, entre otros aspectos.

**C**omo sabemos, la Cadena de Suministro se compone por diferentes procesos, entre los que se cuenta el almacenamiento, como uno de los que demanda los costos de mayor incidencia dentro de la logística y en la estructura de costos de una empresa.

En esta línea, entendemos al almacenamiento como aquel proceso que tiene como objetivo mantener, conservar y distribuir los bienes, productos, materiales o insumos, necesarios para el proceso productivo o para la prestación de servicios. A partir de esta conceptualización se entiende el que las empresas realicen importantes inversiones para el desarrollo de esta actividad y, al mismo tiempo, pongan mayor atención al diseño de las operaciones y procedimientos que integran este proceso, en aras de lograr altos niveles de operatividad, productividad y competitividad.

En esta línea, un aspecto esencial relacionado con el proceso de almacenamiento es la configuración del espacio físico donde se concentrarán las labores que lo integran. Nos referimos al Centro de Distribución (CD),



lugar donde los inventarios, ya sean materias primas, materiales en procesos o productos terminados, deben rotar adecuadamente, en el menor tiempo posible, manteniendo la calidad de los productos; permitiendo –a su vez- cumplir con los niveles de servicio ofrecidos al cliente.

Teniendo en cuenta las operaciones al interior del CD se han identificado cinco actividades específicas, denominadas subprocesos, estas son:

■ **La recepción de materiales y productos al CD.** Importante porque inicia las operaciones al interior del CD y tiene como objetivo principal la inspección de los productos que se adquirieron, constatando que, tanto la cantidad como la calidad de los mismos, coincida con lo que efectivamente se solicitó a los proveedores.

■ **El acomodo (Slotting).** Este subproceso es de alta prioridad y se refiere a la dispersión de los productos dentro del CD. El que

cada producto este ubicado donde debe estar es un factor de primer orden y, para ello, se deben establecer los criterios adecuados para su ubicación.

■ **El Almacenamiento (Storage).** Este subproceso se relaciona al tiempo (el más reducido posible) y las condiciones en que un producto será acopiado, a fin de evitar el robo, deterioro, vencimiento, daño y obsolescencia del mismo.

■ **La Selección (Picking),** subproceso que se ve directamente condicionado por la recepción y el acomodo, ya que si los productos no se ubicaron donde deberían estar, la preparación de los pedidos se vuelve complicada, lenta e ineficiente, generando que los niveles de productividad desciendan y los costos del CD se incrementen.

■ **El Despacho.** Es el proceso de cierre del almacenamiento y trae (o debería traer) como consecuencia la satisfacción del cliente, la facturación, el retorno de la inversión,

permitiendo a la empresa reiniciar el ciclo del proceso productivo.

## PROCESO TRANSVERSAL

Identificados los 5 subprocesos que integran el almacenamiento general al interior del CD, podemos apreciar que el slotting o colocación estratégica de productos al interior del CD es un factor de incalculable valor para el éxito del proceso general, ya que interviene y afecta de forma transversal todas las actividades del mismo.

En esta línea, implementar estrategias e invertir en tecnologías que permitan un eficiente posicionamiento de mercancías al interior del CD es una tarea ineludible para los operadores de este tipo de nodos logísticos. Así lo explicó Daniel Justribo, Pre-Sales Manager de Oracle, quien señaló que “el slotting es una solución avanzada para el aprovechamiento del espacio, que ayuda a

**15 ANOS**

**SKC Rental**

**VOLVO**

**ENVIAMOS UN AFECTUOSO SALUDO A TODOS LOS MINEROS DE NUESTRO PAÍS Y AGRADECEMOS LA GRAN LABOR QUE REALIZAN DÍA A DÍA.**

**arriendo de Equipos y Maquinaria**

**CASA MATRIZ: Panamericana Norte N° 15.800, Lampa - Santiago / Fono: (56-2) 2837 3500**

**www.skcrental.com**

umentar la productividad y el uso que se hace del espacio de cualquier instalación o nodo logístico, de manera que la empresa pueda: disminuir continuamente los costos de capital y de operaciones, mejorar la productividad en los almacenes y mejorar el uso del espacio”, entre otras variables.

Consecuentemente, Fernando Barilari, señaló que las herramientas y tecnologías de slotting “permiten reducir los tiempos y procesos de manipuleo de materiales y productos, con lo cual puede reducirse la dedicación y esfuerzo del plantel (equipo), con el consiguiente aumento de productividad del sector. Típicamente este tipo de mejoras puede alcanzar el orden de 50 al 70% en temas de tiempos y productividad y de entre 7 a 10% en términos de costos”, aseguró.

Pero, en lo específico ¿cuál es el aporte del slotting? Sobre este punto, Barilari, señaló que “las operaciones de distribución y realización de alto volumen requieren una afinación constante para asegurar que se coloquen los productos en la mejor ubicación para satisfacer los requisitos cambiantes de la demanda. Es por eso que el slotting es un aporte primordial para una estrategia eficiente de ubicación de productos dentro del almacén”.

En esta línea, explicó el ejecutivo de Infor, las herramientas tecnológicas de Slotting “ayudan a maximizar la productividad y minimizar el tiempo de viaje de una ubicación a otra (almacenamiento/picking) al determinar el arreglo más ventajoso de las SKUs dentro de una variedad de frentes de carga. Además, minimiza trastornos derivados de la variabilidad de las demandas al habilitar el ajuste de la colocación de los productos de acuerdo con la estacionalidad, las promociones especiales, los cambios en los patrones de órdenes de clientes, entre otros factores similares”.

Por otra parte, Justribo añadió que “como proceso, junto con optimizar los espacios al interior del CD, el slotting permite evitar sobrecostos por alquiler de m<sup>2</sup>”. Pero no sólo en lo práctico, el slotting es una herramienta en ascenso, explicó Justribo, señalando que

“la adopción de este tipo de estrategias es una verdadera ventaja competitiva, ya que en primer lugar reduce los costos en todas las etapas del producto y, además, fomenta una percepción positiva de la compañía por parte del cliente al lograr que las entregas sean más rápidas y que el producto llegue en condiciones impecables”.

Igual opinión rescató Barilari, quién fue un poco más lejos y señaló que “en un mercado cada vez más competitivo el slotting permitirá a las empresas conseguir una rápida optimización de los procesos de distribución y logística, mediante la incorporación de estrategias mejoradas para la colocación de productos, optimización de los frentes de recogida, modelos para instalaciones y uso del capital humano”.

## ANTES DE ACOMODAR DEBO...

A partir de lo dicho, sabemos que acomodar los productos de forma eficiente nos reportará beneficios internos (para el costo de la operación) y externos (en la satisfacción del cliente). Pero, para lograr definir dónde se va ubicar un producto dentro del almacén, ¿qué variables debemos tener en cuenta? Para dar respuesta a esta interrogante, Barilari explicó que “la ubicación de los productos dentro del almacén por medio del Slotting se basa en una amplia selección y variables de criterios, que pueden ser definidas por el cliente o el Operador Logístico”. Es así como, entre las variables destacadas por el experto, encontramos: la velocidad de selección de productos, los grupos de familias de productos y sus atributos.

Estas variables —explicó el ejecutivo— “ayudan a minimizar las distancias de viaje para selección y retiro, reducir el reabastecimiento, equilibrar las cargas de trabajo entre los operadores e incrementar los índices de selección mientras limita las agrupaciones por familia, peso y tamaño de los productos, dimensiones de la ubicación, productividad a nivel de almacén y capacidad de la ubicación”. Además, Barilari, agregó que

otras variables a considerar para el eficiente acomodo de mercancías son “los estándares operativos y de seguridad para bodegas, así como los costos operativos y de capital”. En tanto, sobre las variables a considerar, Justribo explicó que “el slotting dependerá – también- de una serie de factores relacionados con el producto, tales como: el empaquetado, unidades de medida, separación de productos en función a sus características (evitar rotura por peso, contaminaciones, etc.); y otros relacionados con la capacidad física disponible y con los medios que dispone el almacén”.

## SLOTING, UN FACTOR VIVO

Según han descrito los expertos, el slotting es un proceso demandante, ya que la actividad comercial general y la industria del almacenamiento, en lo particular, se ve constantemente expuesta a la aparición de nuevos SKUs, con nuevos requerimientos, nuevos canales de distribución y nuevas marcas, en fin. Entonces cabe preguntarse, ¿con qué periodicidad las empresas deben efectuar las tareas de slotting? ¿Cuándo fue la última vez que su empresa pensó en el slotting de su centro de distribución? Las empresas no deben olvidar preguntarse sobre estos temas con cierta regularidad, ya que “podrían estar perdiendo oportunidades efectivas de crecimiento y mejoras”, explicó Barilari.

### Un CD con un slotting apropiado puede:

- Liberar espacio para SKUs adicionales, permitiendo el crecimiento del negocio
- Reducir costos de mano de obra
- Mejorar el rendimiento y reducir los tiempos de ciclo
- Aumentar la precisión de las órdenes
- Reducir el riesgo de lesiones que llevan a pérdidas de tiempo y reclamos de indemnización de los trabajadores
- Maximizar la utilización de espacio para obtener costos más bajos de almacenamiento general y de la instalación
- Permitir una mejor rotación del inventario.



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)

# Sistemas de Almacenamiento



*Proyectos de Ingeniería*

*Equipamientos para Bodega*

*-Racks Selectivos*

*-Racks Drive-in*

*-Racks Cantilever*

*-Racks Dinámicos*

*-Angulo Ranurado*

*-Atillos - Mesaninas*

*-Entreplantas*

*Push-Back*

*Gondolas Supermercados*

*Cámaras de frío*

*Proyectos Especiales*



**SOLUCIONES INTELIGENTES PARA SU BODEGA**



**Av. Río Palena 9677, Pudahuel**

**Centro de Negocios ENEA, Santiago - Chile**

**Fono : 56 (2) 2437 5170 - [info@svl.cl](mailto:info@svl.cl) - [www.servilog-chile.com](http://www.servilog-chile.com)**



► **Giancarlo Fantoni**  
Gerente General  
Bodenor Flexcenter

**“NUESTRO COMPROMISO EN PARQUE LOGÍSTICO ES COMPLETAR CERCA DE 320 MIL M2 EN DISTINTOS DESARROLLOS, LO QUE SIGNIFICARÁ UNA INVERSIÓN TOTAL, ENTRE LA COMPRA DE SABA Y LOS NUEVOS PROYECTO, DE MÁS DE 210 MILLONES DE DÓLARES”**

La inversión, cercana a los U\$ 80 millones, permitió a la empresa adquirir un moderno Parque Logístico de más de 63 hectáreas de terreno, cuyo desarrollo – a un año de la compra- ha posicionado a Bodenorflexcenter como una de las empresas más importantes del rubro arriendo de Bodegas y Centros de Distribución.

El crecimiento que ha experimentado la compañía ha sido vertiginoso, superando ampliamente las expectativas de colocación de sus edificios. En esta línea, Giancarlo Fantoni, Gerente General de Bodenor Flexcenter, analizó el actual escenario de la empresa, destacando el posicionamiento que ha tenido en el competitivo mercado de bodegaje y centros de distribución, destacando que la clave de la compañía está en “la calidad, servicios, ubicación, conectividad y desarrollo urbano de nuestro Parque Logístico”.

### **EMBLEMÁTICO PARQUE LOGÍSTICO**

Desde la compra de los terrenos en Enea por parte de Saba mucho se ha hablado sobre Parque Logístico, principalmente por su gran calidad, su tamaño y la ubicación. Sin embargo, “parecía que no despegaba el proyecto como se anunciaba, o más bien que su desarrollo sería más lento que lo esperado. Existía una gran expectativas respecto del desarrollo del mismo”, comentó Fantoni. Bodenor Flexcenter le imprimió un gran di-

## **EXITOSO CRECIMIENTO DE PARQUE LOGÍSTICO TRAS UN AÑO DE OPERACIÓN**

A más de un año desde la adquisición del Parque Logístico a la empresa española Saba (Ex Aberti), la compañía nacional ha tenido un explosivo desarrollo, logrando a la fecha duplicar la superficie construida antes de la compra, totalizando más de 120 mil m2 con una inversión total cercana a los 110 millones de dólares. La clave del éxito parece estar, según su Gerente General, en “ser un Parque Logístico de clase mundial que cumple con las más altas exigencias del mercado”.

Invertir es la acción económica más estudiada, pensada y analizada al interior de una empresa por los costos y riesgos que conlleva. Sin embargo, cada inversión tiene asociada la proyección y visualización del éxito que se busca alcanzar con la iniciativa. En mayo de 2012,

la empresa nacional Bodenor Flexcenter se vio enfrentada a una de sus decisiones más determinantes e importante en el desarrollo de su negocio al cerrar el acuerdo de compra del Parque Logístico de la empresa española Saba (ex Abertis), emplazado en el sector de ENEA, comuna de Pudahuel.



namismo al Parque, manteniendo la calidad y mejorando los aspectos técnicos, respecto al layout planificado. Por lo anterior, "hoy es el Parque Logístico más emblemático de Chile", recalcó su Gerente.

"Al momento de la compra vimos aquí una gran oportunidad de futuro. Ya que su superficie de terrenos permitía proyectar un desarrollo sostenible en el tiempo, permitiendo a nuestros clientes un lugar asegurado para crecer", sostuvo el ejecutivo.



to, durante los próximos meses entrarán en operación dos nuevos edificios de 25 mil m2 cada uno, los cuales se encuentran totalmente arrendados a importantes empresas de diversos sectores.

Respecto a la modalidad BTS, ya se encuentran en operación dos modernos Centros de Distribución, entregados el pasado mes de junio. Además, han comenzado las obras de un tercer CD, cuya entrega se estima para marzo 2014. Este panorama, sumado al

empresas multinacionales. "Si segmentamos por tamaño, en la modalidad condominio y llave en mano, desde los 4 mil m2, gran parte de nuestro cliente son empresas de primer nivel internacional. Mientras que en la modalidad de condominio Flex, correspondiente a bodegas menores, entre 500 y 3 mil m2, podemos ver los clientes más variados y con una importante participación de pymes chilenas", detalló el ejecutivo.

## VALORES DE TERRENO

Uno de los temas que enfrenta este mercado es la escasez de terrenos para construcciones de esta naturaleza, lo cual trae como consecuencia un alto precio de los mismo. "Hoy encontrar terrenos importantes, de más de 20 hectáreas, en el radio urbano metropolitano es muy complejo y cuando se encuentran es muy probable que el costo no permita desarrollar bodegas o centros de distribución", enfatizó Fantoni.

Asimismo comentó que "en un principio las proyecciones del tiempo de desarrollo eran entre 8 y 10 años para la totalidad del terreno, sin embargo, es probable que ese tiempo se reduzca de manera importante. La clave del éxito ha estado en que nuestros clientes han sabido apreciar la ventaja de estar en Parque Logístico, la excelente relación precio-calidad, sumado a los diversos servicios y equipamientos existentes", añadió Fantoni.

## CRECIMIENTO VERTIGINOSO

Fantoni recordó que Bodenor Flexcenter recibió Parque Logístico con un 75% de colocación, respecto a los 45 mil m2 construidos que tenía. "La colocación restante se realizó rápidamente. Luego comenzamos a construir la tercera etapa, dando cabida a proyectos BTS (llave en mano)", agregó

El éxito de la estrategia de crecimiento de la empresa nacional se refleja, según su Gerente General, en las cifras. En la modalidad condominio han más que duplicado lo que existía al momento de la compra del recin-

cionamiento que ha adquirido Bodenor Flexcenter en el mercado lleva a la empresa a mirar a largo plazo, por lo cual su Gerente General aseguró que "es muy probable que sigamos adquiriendo terrenos en un corto plazo, ya que nuestro Parque Logístico no es eterno".

## CLIENTES DE CLASE MUNDIAL


Posicionado como uno de los grandes oferentes en cuanto a superficie y el más importante en cuanto a estándar en Chile, Bodenorflexcenter ha cimentado este crecimiento en la calidad, diseño, equipamiento, ubicación y servicios ofrecidos en sus Centros. "Aspectos como seguridad, entorno, certificaciones ambientales entre otras, son las características que el mercado ha sabido valorar", enfatizó Fantoni.

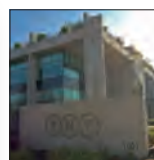
El estándar con el cual cuentan las instalaciones permite a Bodenor Flexcenter responder a las necesidades continuas y crecientes demandas que tienen sus clientes, los cuales al día de hoy sobre el 50% corresponden a

Ante esta realidad, el ejecutivo se declaró esperanzado en que se comience a ampliar el radio urbano, lo que entregaría un respiro al mercado. Sin embargo, advirtió que "el eventual escenario ubicaría a los nuevos lotes industriales en sectores más alejados de los centros de consumo, lo que podría aumentar de manera importante los costos logísticos de las empresas que ahí se instalen".

## VISIÓN DEL MERCADO

El tema del alto costo y escasez de los terrenos bien ubicados y aptos para ser desarrollados en esta industria y el asomo de una eventual desaceleración económica en los próximos años no son temas indiferentes para Fantoni, quien se mostró confiado en el crecimiento de Bodenorflexcenter, gracias al tamaño de la empresa y a la solidez de sus clientes.

"Es probable que dada ciertas condiciones adversas nuestra velocidad de crecimiento se vea afectada, pero la idea es mantenernos sobre los 50 mil m2 anuales como desarrollo", concluyó el Gerente General. 



» Casa Matriz TNT Chile

**“SOMOS UN NEGOCIO DE EXPRESS, YA SEA DOMÉSTICO O INTERNACIONAL. ES LO QUE SOMOS, ES LO QUE NOS GUSTA Y ES LO QUE HACEMOS BIEN, Y PARA ELLO TENEMOS LOS ACTIVOS, LA CULTURA Y LAS PERSONAS.”**

foque Total al Cliente”, orientada a satisfacer las necesidades de los distintos usuarios y que ha llevado a que más de 5 mil empresas en Chile confíen en la compañía.

### “LA EXPERIENCIA NARANJA”

El compromiso con la esencia del negocio de la distribución ha sido una de las claves que ha llevado a la compañía a crecer. Hoy TNT tiene más de 75 mil personas trabajando en sus instalaciones, opera 26 mil vehículos terrestres y 47 aviones de carga pesada, los cuales dan movimiento a sus operaciones en más de 200 países, entregando a sus clientes la posibilidad de disfrutar de “la experiencia naranja”.

Es así como TNT Express se ha transformado hoy en uno de los proveedores más rápidos y confiables de servicios de distribución expresa, ofreciendo servicios con una red de retiros y entrega que se extiende desde Chile a todo el mundo, con servicios integrales y flexibles para los más variados tipos y tamaños de cargas, sin restricción de peso, optimizando los tiempos de tránsito y entregando un sólido respaldo a los clientes.

De esta forma, con una completa red de cobertura a nivel local e internacional, TNT entrega un amplio portafolio de prestigiosas soluciones a nivel mundial. Para profundizar sobre el actual estado de la compañía y el

## “LA CLAVE DE TNT ESTÁ EN CUMPLIR LA PROMESA DE ENTREGA A TIEMPO Y EN PERFECTAS CONDICIONES”

En el marco de su visita a Chile, el máximo ejecutivo de TNT Express valoró el crecimiento de Sudamérica en términos económicos, lo que derivará –a su juicio- en una nueva dinámica logística a futuro. Asimismo, Gunning enfatizó que el prestigio de TNT está en la capacidad de su servicio y en que “cumplimos nuestra promesa de una entrega a tiempo y en perfectas condiciones”.

**P**osicionada como una empresa líder en el transporte de distribución nacional e internacional, de la mano de soluciones innovadoras, de calidad, personalizadas y respaldadas por herramientas tecnológicas de primera línea, TNT se pro-

yecta hacia el futuro. Con más de 60 años de experiencia en Chile y el mundo, TNT ha desarrollado una gama de servicios, cuyos pilares han sido la rapidez y la amplia cobertura; estrategia de crecimiento que está estrechamente alineada con la filosofía de la empresa a nivel mundial, denominada “En-



mercado, Tex Gunning, CEO de TNT Express, en el marco de su visita a Chile, se refirió a los retos que tiene el mercado logístico actual, debido fundamentalmente a la globalización y a los cambios que ésta trae para el desarrollo comercial.

**¿Cuál es la visión en cuanto al actual mercado logístico?** No quiero ser pretencioso de tener una clara visión sobre lo que se está haciendo en el mundo o hacia dónde va, pero lo claro es que el mundo se ha puesto más global. Esta nueva realidad se refleja en los retos en infraestructura logística, en donde nos movemos de una situación de comunidades con fábricas locales y mercados de demanda locales, a mercados mundiales de cadenas de abastecimiento, cuyas distancias son cada vez más cortas.

El reto para el mundo del mercado logístico, pasa por que los procesos se han hecho más cortos, presionando así a los proveedores de transporte. De esta forma, la logística se está haciendo cada vez más eficiente e influyente en una gran cantidad de industrias.

**Se habla de un mercado logístico en crecimiento, pero ¿cuáles son las áreas que han experimentado el mayor desarrollo?** Lo que hemos visto ha sido una verdadera explosión de los mercados asiáticos como una fuente de manufactura para el resto del mundo. Esto ha sido revolucionario si lo miras en retrospectiva, ya que ha reducido la producción en los mercados de Occidente.

Ha cambiado a las personas hacia otras industrias, como industrias de tecnología y del tipo Internet; sin embargo, creo que en el futuro, parte de esto se revertirá, volviendo algunas de las industrias productivas a occidente.

**¿Cómo el mercado logístico se relaciona con los constantes cambios económicos?** No creo que la logística como una función cambie, pero aumentarán los retos y la sofisticación. Por ejemplo, computadores son fabricados ahora en 4 días por lo que esto significa un reto masivo para la logística, desde el lado del abastecimiento hasta el

lado de la planificación o producción, y luego para la distribución, lo cual refleja los cambios que genera el mercado.

## MERCADOS DE CAMBIOS

TNT actualmente tiene operaciones en más de 200 países. **¿Cómo interactúan las diferentes realidades culturales y económicas con el desarrollo estratégico de TNT?** TNT tiene su esencia. Somos un negocio de express, ya sea doméstico o internacional. Eso es lo que somos, eso es lo que nos gusta y eso es lo que hacemos bien, y para ello tenemos los activos, la cultura y las personas. Ante los cambios generados por distintas realidades económicas siempre habrá suficiente tamaño de mercado para la distribución express de producto, especialmente, en áreas como la Salud, Moda, Automotriz y Electrónica; tareas en las cuales nosotros nos hemos especializado.

**“NO QUIERO SER PRETENCIOSO DE TENER UNA CLARA VISIÓN SOBRE LO QUE SE ESTÁ HACIENDO EN EL MUNDO O HACIA DÓNDE VA, PERO LO CLARO ES QUE EL MUNDO SE HA PUESTO MÁS GLOBAL”**

**Velocidad y eficiencia han sido los pilares de la distribución, ¿Cómo incluye TNT estos aspectos en sus operaciones?** Dado que las cadenas de abastecimiento se están acortando y se hacen más expeditas, se va generando un escenario ideal para nuestros servicios. En cuanto a la rapidez hemos evolucionado, ya que cuando comenzamos con el servicio Express fuimos de 4 días a 3 días, luego a 2 días y finalmente a un día, donde está la emoción de tener que entregar dentro de 24 horas en cualquier parte del mundo.

**En cuanto al posicionamiento de TNT en un mercado competitivo, ¿cómo se marca una diferencia?** Marcamos la diferencia manteniendo al cliente al centro del negocio, donde el tiempo juega un rol importante para el cliente y sus clientes. La rapidez de nuestro servicio es la clave que nos diferencia y nuestro principal interés es responder cuando el tiempo es un factor

crítico como, por ejemplo, cuando un repuesto es importante y se requiere para dar continuidad a una producción, o en temas de salud, donde la vida de un paciente está en juego. Esto es lo que nos gusta y es donde podemos agregar valor, y para eso nuestros sistemas están bien ubicados. Nuestra clave está en que cumplimos nuestra promesa de una entrega a tiempo y en perfectas condiciones.

## DESARROLLO REGIONAL

**¿Cómo ves la logística en la región?** Creo que Sudamérica tiene, sin duda, un excelente futuro. Aún hay amplias posibilidades de crecimiento económico, donde países como Chile han marcado el rumbo a seguir, dada la integración de su economía y nivel de desarrollo alcanzado. El desarrollo se proyecta de tal manera que Sudamérica integrará su propia cadena de abastecimiento y se transformará en una fuente importante de productos para Norteamérica.

**¿Dónde están desarrollándose dichas oportunidades?** En esta región hay oportunidades en todas partes. Tienen una población grande y Sudamérica está al inicio de la curva de crecimiento económico, como lo que ha ocurrido en Chile; situación similar a la que pasó en Brasil en los últimos 5 ó 10 años.

En un espectro más amplio, de 30 ó 40 años, Sudamérica será un continente muy próspero y tendrá las mismas tecnologías que cualquier otra zona en el mundo. Por lo tanto, desde un punto de vista de la cadena de abastecimiento será autosuficiente. En cuanto a nuestro desarrollo, en TNT tenemos 2 operaciones.

Por un lado nuestras operaciones domésticas, donde somos grandes y dominantes, y queremos seguir extendiéndonos y perfeccionándonos; y nuestra segunda operación en el sector internacional, donde queremos seguir creciendo, potenciando nuestras operaciones y consolidando nuestro liderazgo como lo hemos hecho en Europa. 🌐



**Felipe Perez**

Planificador de Producción  
y Logística Grupo Vinos del  
Pacífico

**HOY EN DÍA VIVIMOS UN MUNDO INTERCONECTADO, QUE EXIGE UN MAYOR DINAMISMO, EN QUE LOS TIEMPOS ASOCIADOS A LAS DIFERENTES TAREAS DE CONTROL SON CADA VEZ MÁS ESCASOS Y, POR LO MISMO DEBEMOS BUSCAR COMO DISMINUIR ESTOS, SIN PERDER LA CERTEZA DE QUE LOS PRODUCTOS SON LOS QUE DEBEN SER Y QUE VAN EN LAS RUTAS CORRECTAS.**

# PLANEACIÓN

**P**or tanto, es posible determinar qué cantidad de pares serán necesarios en cada pedido una vez que se conocen los requerimientos de producción para el producto final y también determinar la capacidad según pronósticos de ventas.

Los métodos para planeación de requerimientos de materiales explotan los inventarios y controlar el tamaño de los lotes de producción. El objetivo al utilizar la planeación de requerimientos de materiales es evitar faltantes de inventario de manera que la producción fluya adecuadamente de acuerdo a los planes y no exista evento que afecten la producción. Este plan o estrategia funciona sobre inventarios, sobre el programa maestro y sobre los materiales.

¿Qué buscamos como empresa administrando y enfocándonos en la planificación de la producción? La tarea es buscar técnicas que nos acerquen cada día más al Just In Time (JIT) que cuya definición, de acuerdo a su objetivo, puede ser «producir los elementos que se necesitan, en las cantidades que se necesitan, en el momento en que se necesitan», permitiendo así aumentar la productividad, reducir el costo de la gestión y por pérdidas en almacenes, debido a acciones innecesarias. De esta forma, no se produce bajo suposiciones, sino sobre pedidos reales.

Como enfoque es minimizar el desperdicio de fabricación, tiempo de energía, materiales y errores. Se busca que los requerimientos de materiales productivos lleguen a inventario cero, logrando una ejecución ruti-

naria del programa. Mejoramos la tasa de producción, eliminando los lotes discretos, reducimos inventarios de productos en proceso.

Al mejorar la planeación las empresas buscan el concepto de que las ordenes se muevan dentro de la fábrica más rápidamente no retrasando su avance con un complejo sistema.

En otras palabras, cada tarea, cambio o estrategia, trae consigo la idea de simplificar el control de la producción, lo cual arrojará consecuentemente avances importantes en los balances de inventario en lo que se refiere a artículos en proceso.

Este plan se centra en la simplicidad, eliminando las rutas complejas, buscando líneas de flujo más directas, es decir, una fabricación dentro de un flujo continuo. Una relación entre lo que se produce según lo que se vende.

Una clave de un eventual éxito en la planificación es la mentalización o educación del personal de la empresa, proporcionando así una comprensión de esta filosofía y una aplicación estructurada, de tal forma que los empleados la apliquen

en su propio trabajo, ofreciendo una visión ampliada para descubrir como encajan los elementos entre si.

**“EL OBJETIVO AL UTILIZAR LA PLANEACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE MATERIALES ES EVITAR FALTANTES DE INVENTARIO DE MANERA QUE LA PRODUCCIÓN FLUYA ADECUADAMENTE DE ACUERDO A LOS PLANES”.**

Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)





# heroico



No puede seguir así. La intensa discusión de arriesgarse con los teléfonos inteligentes, este OS o aquel OS parecen ser el fin del mundo como lo conoce. Y en el departamento de informática, hay montañas de desechos que realizan una sola tarea y le preocupa si alguna vez podrá gestionar todo de forma segura. Por eso Honeywell Scanning & Mobility se complace en presentar el Dolphin 70e Black. Con un estilo sublime y fabricado para sobrevivir, este nuevo dispositivo híbrido trae paz entre los disidentes — **el final de todo “el casi” y el principio de algo completamente nuevo.**

¿Está interesado en el dispositivo resistente con todo lo bueno?

Visite <http://go.honeywellaidc.com/DBlack2.html> o escanee el código QR de la derecha para aprender más sobre el Dolphin Black.

© 2013 Honeywell International Inc.



## Honeywell



**Pablo Briceño**

Ejecutivo Comercial  
CST Solution

**HOY EN DÍA VIVIMOS UN MUNDO INTERCONECTADO, QUE EXIGE UN MAYOR DINAMISMO, EN QUE LOS TIEMPOS ASOCIADOS A LAS DIFERENTES TAREAS DE CONTROL SON CADA VEZ MÁS ESCASOS Y, POR LO MISMO DEBEMOS BUSCAR COMO DISMINUIR ESTOS, SIN PERDER LA CERTEZA DE QUE LOS PRODUCTOS SON LOS QUE DEBEN SER Y QUE VAN EN LAS RUTAS CORRECTAS.**

## RTLS

**E**n los sistemas de mayor uso hoy en día se utiliza el control por medio de identificación con códigos de barra, esta implica que para poder realizar un chequeo se deben leer los códigos de barra de los bienes, ya sean cajas o pallet, en los puntos de control, esto implica que el control absorbe el tiempo necesario para la lectura de todos los elementos a revisar, es decir, tanto los que cumplen como no los requerimientos.

Lo anterior implica que en un proceso 100% correcto el costo de la revisión es el mismo que aquel que presenta errores, entonces queda la pregunta de si es factible realizar este proceso por medio de la excepción, es decir, que el control se realice sobre aquellos elementos que no cumplen con los requisitos, dejando fluir aquellos que cumplen y por lo tanto, disminuyendo el costos del chequeo a aquellos que efectivamente afectan la operación.

Para poder realizar esto debemos tener un medio de identificación que permita una lectura a distancia, esto es factible por medio de identificación RFID, esta permite que una identidad sea legible a distancia por medio de pórticos de lectura o equipo portátiles. Lo indicado se logra por medio de una etiqueta especial (TAG RFID), y antes de lectura que irradian un área determinada (tanto pórticos como equipo móviles).

La lectura de las etiquetas a distancia permite que se puede realizar el chequeo de forma continua, sin detener el flujo constante, disminuyendo el tiempo asociado al chequeo, y por lo tanto su costo, y concentrando los recursos solo en aquellos elementos que no están

conformes con los requeridos. Lo indicado se puede realizar por medio de un pórtico fijo de lectura, el cual puede separar los elementos a controlar por medio de un semáforo, en el caso de utilizar grúas, o bien con una actuador mecánico, en el caso de usar una correa transportadora.

Una de las grandes ventajas que presenta el control de los productos por excepción, es que los procesos prolijos y sin fallas van a resultar con un costo de inspección mucho menos que aquellos que no los sean, por lo tanto la eficiencia inicial es una ventaja real desde la perspectiva de los puntos de control.

Como una derivada del uso de tecnología RFID aparece la denominada RTLS, (Localización en tiempo

real por sus siglas en Ingles), esta tecnología permite no solo la lectura de un TAG en un punto de control o pórtico como lo hace la tecnología RFID, sino que permite el seguimiento de los elementos identificados, esto es, permite tener visión en todo momento de la ubicación de un bien, esto es aplicable a procesos de flujo continuo, con bienes de alto valor (dada los costos de la tecnología), o bien a controlar los elementos que mueven los bienes, es decir, a modo de ejemplo, podemos iluminar un

área con sensores RTLS, dentro de esta área identificamos las grúas que movilizan los bienes, así podemos tener visibilidad de estas y, asociando el material que está moviendo, ya sea con códigos de barra o RFID.

**“RTLS PERMITE CONTROLAR E IDENTIFICAR DE FORMA PRECISA A ELEMENTOS O PERSONAS DENTRO DE UN ÁREA DE OPERACIÓN”.**



# ¡Orden en su bodega!

expomin  
2014

21 al 25 Abril  
¡Venga y visítenos!

ON.2  
O NOVO NORTE  
RESOLUÇÃO ORÇAMENTAL  
RECURSOS, IN. 2014.0

QR

UNIAO EUROPEIA

Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional

[cl.vrc.pt/lg](http://cl.vrc.pt/lg)



## Los armarios automáticos verticales de VRC powered by Hänel

¡Tecnología vertical que permite preparar la mercadería en pocos segundos!

### Protección de su inversión

- › Máquinas fabricadas en Alemania por Hänel GmbH
- › Control absoluto de todos los artículos en su interior
- › Aprovechamiento de toda la altura bajo techo (¡como pueden ser 10m!)
- › Equipos de alta precisión, con transmisión por cadenas y guiado en 4 puntos
- › Hasta 2.3 m/s de velocidad de desplazamiento vertical
- › Sistema estructural anti-sísmico certificado
- › Doble circuito de seguridad

### Espacio y Velocidad

Los armarios automáticos verticales de VRC powered by Hänel, utilizan toda la altura disponible bajo techo para reducir la ocupación de espacio del suelo. Dedicados al principio de la mercadería al hombre, y no al contrario, evita desplazamientos de operador durante las operaciones de picking. Los artículos solicitados se presentan al operador pocos segundos. En consecuencia los tiempos de trabajo se reducen de forma muy importante.

Para obtener su presupuesto gratuito, llame ahora  
al +56 2 2368 4590 o envíe un correo a [lg@vrc.pt](mailto:lg@vrc.pt)

VRC WAREHOUSE TECHNOLOGIES





**Manuel Espina**

Gerente General  
Emo-Trans Chile S.A.

**ASÍ COMO HACE POCO MOSTRABAN EN LOS CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA LAS MILLONARIAS PÉRDIDAS DEBIDAS A LOS PAROS PORTUARIOS, CABE TAMBIÉN HACER UNA REFLEXIÓN SOBRE EL IMPORTANTE ROL QUE JUEGA LA ADUANA CHILENA EN CONJUNTO CON ARMADORES, CIAS NAVIERAS, AÉREAS, DEPÓSITOS PORTUARIOS ETC. EN LA GESTIÓN DE LOS EMBARCADORES Y OPERADORES LOGÍSTICOS.**

## COMEX

Costos importantes asociados a los cambios se vislumbran en la intención de modernizar y mejorar la gestión de la dirección nacional de aduanas, lo que inevitablemente nos obligará a tomar medidas en la gestión operativa, considerando, por ejemplo, turnos de fin de semana necesarios para cumplir con las nuevas reglas del juego; en palabras simples el costo en la cadena de abastecimiento se incrementará.

El dilema es que no siempre las ideas son implementables según como la teoría lo dicta, testigo de ello son las variadas reuniones que nuestro gremio representada por ALOG Chile ha sostenido con la dirección nacional de aduanas y con la asociación de compañías navieras Camport.

Hasta el momento no se ha logrado un resultado satisfactorio para todos los actores, razón por la cual la implementación de nuevos sistemas se ha tenido que postergar. De momento en forma paralela se realiza una limpieza de multas retroactivas que ha generado más de una molestia en nuestro gremio por la falta de información y claridad de cobros. Afortunadamente la solución parcial al problema fue el valor fijo logrado para infracciones con antigüedad mayor a un año y la posibilidad de acogerse a allanamiento como forma de bajar los montos en cuestión. Una alternativa para recuperar estos nuevos centros de costo sería la posibilidad que en Chile se les otorgue la facultad a los embarcadores y operadores logísticos de actuar como ministro de fe ante la dirección nacional de aduanas. Lo anterior nos permitiría ampliar nuestra gama de servicios en forma real al "Door to Door", lo que en muchos países ya es una rea-

lidad desde hace años. Aparentemente existe una iniciativa que es discutida en el Parlamento hace ya más de una década y esperemos pronto tener novedades positivas al respecto, lo que es de alta importancia si efectivamente queremos comparar nuestras aptitudes y capacidades con las de otros países que ya tienen esta norma implementada.

También es preocupante el vacío legal sobre en el cual operarán los embarcadores y empresas de logística en general, problemas derivados de proveedores terceros son tratados bajo las mismas reglas del código del comercio que regula por ejemplo una multitienda, lo que tiene poco que ver con la especialidad del giro y rubro.

**“LA MEJOR FORMA PARA UN POTENCIAL CLIENTE ES ELEGIR SU EMBARCADOR Y/O PROVEEDOR LOGÍSTICO POR SUS CAPACIDADES Y TRAYECTORIA”.**

El artículo 1 del código del comercio habla de un contrato el cual debe ser celebrado entre dos entidades. Esto se considera como la base sobre la cual pueden ser efectuados posibles reclamos, demandas y solicitudes de uso de garantías. En la práctica nuestro negocio no actúa basado en un contrato, más bien la misma cotización sirve como aceptación de los servicios que el contratante requiere.

Tampoco son usadas las órdenes de compra, en este sentido es un giro poco formal, en su mayoría las empresas manifiestan las exclusiones de responsabilidad y marco general de la limitación de responsabilidad en las cotizaciones como la llamada "ex letra chica".

Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)



Ya abrimos nuestro nuevo centro de distribución de carga peligrosa



## LAS OPERACIONES PERSONALIZADAS SON NUESTRA FORTALEZA



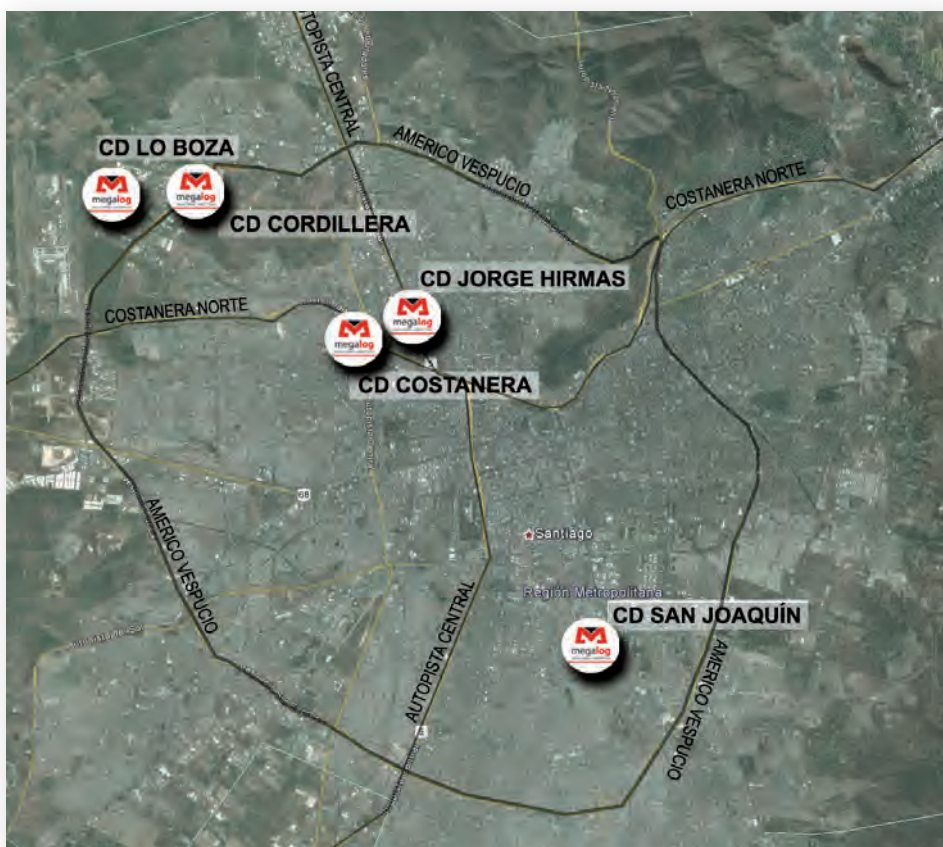
### Nuestros Servicios Logísticos son:

- 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](http://www.greenlogistic.cl) - email: [info@greenlogistic.cl](mailto:info@greenlogistic.cl)



**Ricardo Cox**  
Gerente General  
Megalogística S.A.

**“EN MEGALOG CREEMOS QUE EL MERCADO DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS OFRECE GRANDES OPORTUNIDADES. PERO TAMBIÉN PLANTEA EL DESAFÍO DE ELEVAR LA PERCEPCIÓN QUE LOS CLIENTES TIENEN DE LOS OPERADORES LOGÍSTICOS EN CHILE”**

por mes. A los servicios logísticos en bodegas propias y en la de los clientes, se agrega una línea de servicios de valor agregado, consolidando un conjunto de servicios que hace muy atractivo operar con nuestra Compañía”, según comentó Ricardo Cox, Gerente General MEGALOGÍSTICA S.A.

Para llevar a cabo los servicios, MEGALOG diferencia las operaciones por tipo de cliente y producto, asignándolas al centro de distribución que presente mayores ventajas para cliente y prestador. Para eso cuenta con el respaldo de MEGACENTRO, que posee instalaciones en las ciudades de Antofagasta, Copiapó, Coquimbo, Santiago, Concepción y Puerto Montt.

### **MEGALOG MARCA LA DIFERENCIA**

Son varios los atributos que han permitido a MEGALOG posicionarse rápidamente como una alternativa robusta y consistente, al momento en que una empresa debe buscar opciones de servicio y tomar decisiones que la acompañarán durante un tiempo significativo y que pasan a formar parte de su estrategia competitiva. Algunos de estos atributos son, según comentó Cox:

- **Entender la estrategia del cliente:** pedimos al cliente que nos explique cuál es su estrategia global para el correcto diseño del servicio.

## **MEGALOG: PROFESIONALISMO Y TECNOLOGÍAS SON LAS CLAVES DEL ÉXITO**

Con un flujo cercano a los 75 mil pallets por mes, la empresa se ha posicionado como una alternativa robusta y consistente en el mercado de los servicios logísticos. Basado en el éxito de su operación, MEGALOG proyecta su crecimiento incursionando en nuevos rubros como son las sustancias peligrosas y productos refrigerados.

**C**on el respaldo de la red de bodegas de MEGACENTRO, que cuenta con instalaciones a nivel nacional e internacional, MEGALOGÍSTICA S.A., MEGALOG, se ha posicionado como una alternativa de primera línea en la prestación de

servicios logísticos. Formada en el año 2009 por profesionales de vasta experiencia, la empresa provee servicios en sus propias bodegas y también en las bodegas de clientes, bajo la modalidad in-house. “Es así como la suma de operaciones de MEGALOG genera un flujo de aproximadamente 75 mil pallets



■ **Medición del nivel de servicio:** aplicamos uno o más indicadores de gestión (KPI), a una o más fases del servicio, lo que permite evaluar con objetividad el nivel de servicio y el cumplimiento de las expectativas del cliente.

■ **Interfaces ERP (cliente) con WMS (MEGALOG):** disponemos de amplia experiencia en conectividad de plataformas, con el fin de automatizar la mayor parte del intercambio de datos entre MEGALOG y el cliente.

■ **Uso de tecnologías de información en los procesos críticos:** las tecnologías de información son cada vez más amplias y simples de usar, por lo que están presentes en todos y cada uno de los procesos críticos de la operación.

■ **Fuerte compromiso con la seguridad de las personas:** junto con establecer un marco de trabajo seguro, adherimos a las políticas de seguridad y medioambiente de nuestros clientes. Algunos de ellos tienen reconocimiento internacional por su dilatada gestión de la prevención de riesgos.

## EN LA MIRA DE NUEVOS RUBROS

Uno de los pilares fundamentales del desarrollo de la Compañía ha sido el recurso humano que se va integrando a la empresa, quienes son capacitados para operar en forma eficiente. A través del aprendizaje del uso de la tecnología y de la adopción de buenas prácticas operacionales se generan oportunidades de crecimiento dentro de la organización.

En relación a la administración, comentó Cox, MEGALOG tiene una estructura liviana y ágil, que mantiene el foco en la calidad de servicio y, en conjunto con sus aliados estratégicos, diseña y pone en funcionamiento servicios simples o complejos en breve tiempo.

En la actualidad, los clientes de MEGALOG son de los más diversos rubros, entre ellos: tecnología, insumos médicos, limpieza hogar, cuidado personal, construcción, hogar,

alimentos, bebidas, lubricantes, entretenimiento, ropa, calzado, etc.

En el corto plazo la compañía estará presente en nuevas industrias tales como la de productos congelados/refrigerados y la de productos peligrosos (inflamables, químicos, etc). Para este último rubro, la empresa MEGACENTRO está construyendo un moderno CD para aproximadamente 40.000 posiciones de pallet, que incorporará las últimas exigencias de la autoridad medioambiental.

**“MEGALOG TIENE UNA ESTRUCTURA LIVIANA Y ÁGIL, QUE MANTIENE EL FOCO EN LA CALIDAD DE SERVICIO Y, EN CONJUNTO CON SUS ALIADOS ESTRATÉGICOS, DISEÑA Y PONE EN FUNCIONAMIENTO SERVICIOS SIMPLES O COMPLEJOS EN BREVE TIEMPO”**

Todas las bodegas que opera MEGALOG están monitoreadas por CCTV en cada pasillo, puerta o andén en el que se ejecuta alguna operación, con acceso directo a las imágenes desde un computador o teléfono móvil, lo que entrega un valor agregado al servicio ofrecido.

## SERVICIO DE CALIDAD

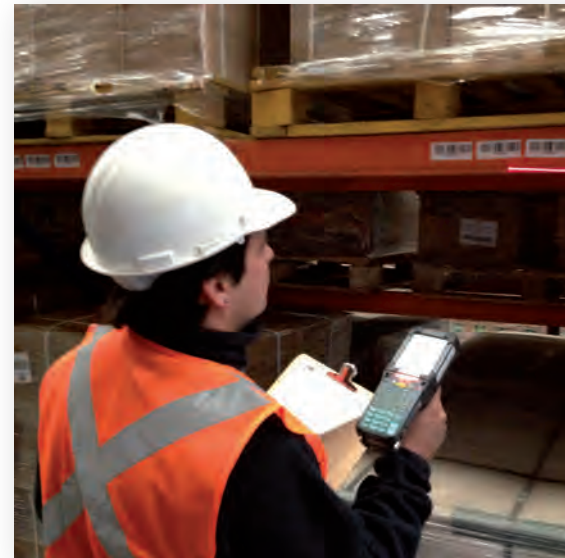
“MEGALOG entiende que cuándo una empresa externaliza la gestión de bodega, uno de los aspectos más relevantes es la correcta custodia, manipulación y distribución de los productos”, afirmó el Gerente General.

Es así como utilizando procedimientos simples, apoyados por herramientas informáticas y trabajando aspectos que también alcanzan al cliente, ofrecen niveles de precisión en torno al 100%.

“En la actualidad tenemos la capacidad de entregar en tiempo real, a través de interfaces gráficas, el comportamiento del inventario, detectando en forma temprana algún problema generado por la operación o por el cliente”, sostuvo Ricardo Cox. Los servicios están apoyados por una robusta plataforma de sistemas, compuesta por un WMS (soft-

ware para administración de bodegas) y un TMS (software para gestión de transporte y distribución). Esta integración tecnológica, acompañada de profesionales experimentados permite poner en marcha servicios en cada vez menores tiempos, como también gestionar en forma eficiente y oportuna los cambios que demande la evolución de los clientes.

Recientemente, MEGALOG ha dado pasos importantes para ampliar la cobertura de servicios, estableciendo una alianza estratégica con un operador logístico en Perú, lo que permite ofrecer soluciones a aquellas empresas que busquen servicios en uno o ambos países. Por otra parte, la compañía está desarrollando funcionalidades adicionales en el WMS, para apoyar la creciente comercialización de productos por internet.



Finalmente, “en MEGALOG creemos que el mercado de los servicios logísticos ofrece grandes oportunidades. Pero también plantea el desafío de elevar la percepción que los clientes tienen de los operadores logísticos en Chile. Esto se debe traducir en permanentes mejoras, benchmarking a nivel local y global y cumplimiento de niveles de servicio prometido. Esto permitirá ampliar el mercado, generando nuevas oportunidades para aquellos operadores logísticos que hagan bien su tarea”. 🌟



► **Alexander Czischke**  
Gerente Comercial  
TW Logística



► **María Isabel Velásquez**  
Director Técnico  
TW Logística

**“IMPORTANTES INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTOS HAN PERMITIDO QUE TW CUENTE CON LAS HERRAMIENTAS PERFECTAS PARA CONSOLIDAR SUS SERVICIOS EN EL MERCADO FARMACÉUTICO”**

cia, TW se enfoca en la especialización de sus servicios logísticos, optimizando con ello la cadena de abastecimiento de sus Clientes. En este punto, aspectos como tecnología, mejora continua, seguridad, sistema de calidad, infraestructura y el respaldo de sus profesionales le permite ofrecer servicios de tercerización logística especializados que garantizan el cumplimiento de los más altos estándares que requieren industrias tan diversas como: Retail, Química, Vestuario y Calzado, Cosméticos y Cuidado Personal y, ahora, la industria Farmacéutica.

Importantes inversiones en infraestructura y equipamientos han permitido que TW cuente con las herramientas perfectas para consolidar sus servicios en el mercado Farmacéutico. Según Alexander Czischke, Gerente Comercial de TW “la experiencia operacional adquirida en otras industrias como Retail o Química se ha transformado en el cimiento o piso ideal para diseñar el crecimiento de la compañía e incursionar en el área farmacéutica, gracias a los estándares de calidad que se manejan en dichos servicios logísticos”.

### **EL ATRACTIVO MERCADO FARMA**

“El crecimiento de TW ha ido de la mano del desarrollo de nuestros Clientes lo cual es muy interesante. En TW hemos logrado

# TW LOGÍSTICA: CALIDAD Y EXPERIENCIA OPERACIONAL AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Seguridad en el servicio, calidad y flexibilidad operacional son las características que, a lo largo de los años, ha desplegado TW en el mercado. Hoy, este operador ha ampliado y consolidado sus servicios logísticos al siempre competitivo y especializado mercado farmacéutico.

**C**on más de 15 años de experiencia en el mercado del almacenamiento, distribución y servicios logísticos integrales, TW se encuentra, hoy por hoy, en una creciente expansión de sus operaciones y servicios a diversos rubros. Apostando por

un crecimiento sostenido e incursionando en nuevas áreas de negocio, la compañía se ha posicionado como uno de los actores más relevantes del mercado logístico nacional y como un socio estratégico para importantes empresas nacionales y multinacionales. Para lograr un nivel de servicio de excelen-





especializar nuestros servicios, ofreciendo un atractivo abanico de soluciones, creciendo y potenciando fuertemente nuestras presencia en el mercado de los productos de cuidado personal, cosmético y farmacéutico”, señaló Alexander Czischke.

Una infraestructura de 2.500 m2 destinados al sector de droguería, una dirección técnica liderada por una Químico Farmacéutico, una importante área de Calidad para definir y controlar los procesos y la más robusta tecnología para la administración de bodegas (WMS Manhattan) son sólo algunas de las característica con las que este operador logístico busca atraer al siempre exigente mercado farmacéutico.



En tanto, profundizando sobre infraestructura con la que TW cuenta para almacenamiento de este tipo de productos, María Isabel Velásquez, Director Técnico, comentó que "nuestro Centro de Distribución contemplan prestaciones especiales tales como: climatización, control de temperatura, piso tipo espejado, bodega totalmente sellada y control de vectores, entre otras. En otras palabras, contamos con toda los requisitos que nuestros Clientes, la autoridad sanitaria y la legislación vigente exige”.

En tanto, según los profesionales el atractivo de este mercado radica en que la tendencia de los laboratorios ha sido externalizar sus procesos logísticos. Ante ese escenario, TW se ha transformado, de la mano del servicio que ha logrado desarrollar, en una

excelente alternativa. “Este mercado es un gran desafío no solo por la inversión, sino también por un tema de cultura operacional, por ejemplo, con procesos de trazabilidad, control de lote o manipulación de productos que hemos inculcado a nuestros trabajadores”, detalló la Director Técnica de TW.

## EJES DE UN SERVICIO DE CALIDAD

Las características y estándares propios de cada industria, según el gerente comercial de TW, ha obligado a establecer ciertos ejes fundamentales que sustentan cada operación. De acuerdo a los profesionales los pilares centrales se pueden clasificar en tres aspectos.

**“NUESTRO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CONTEMPLAN PRESTACIONES ESPECIALES TALES COMO: CLIMATIZACIÓN, CONTROL DE TEMPERATURA, PISO TIPO ESPEJADO, BODEGA TOTALMENTE SELLADA Y CONTROL DE VECTORES, ENTRE OTRAS. EN OTRAS PALABRAS, CONTAMOS CON TODA LOS REQUISITOS QUE NUESTROS CLIENTES, LA AUTORIDAD SANITARIA Y LA LEGISLACIÓN VIGENTE EXIGE”**

**A nivel de Infraestructura, TW posee CD World Class.** con una capacidad de 2.500 posiciones de pallet totalmente acondicionado para operar bajo los estándares que exige una droguería.

**A nivel de sistema, TW cuenta con WMS World Class (Manhattan).** El cual dispone de prestaciones relevantes para esta industria, tales como la trazabilidad, el control de lote, segregación de los producto y operación mediante radio frecuencia y código de barras.

**A nivel de procedimiento, TW cuenta con el Know How.** La experiencia es el elemento fundamental para un mercado como el farmacéutico. Todos los procedimientos deben estar definidos, registrados y

controlados. “Nuestros procesos se encuentran definidos y nuestra área de Calidad es responsable de que los auditarlos. Es claro que la industria farmacéutica requiere procedimientos más finos y acuciosos por lo cual disponer de un sistema de calidad robusto es un garantía para nuestros Clientes”, dijo Velásquez.

## OFERTA ESPECIALIZADA

Este es un mercado exigente y especializado que, sin duda, implica un desafío para cualquier operador logístico. En esta línea, ambos ejecutivos coincidieron en que TW cuenta con la experiencia, la tecnología, las instalaciones, el recurso humano y la especialización para responder a las necesidades de este mercado en particular. “Este es un mercado de nicho dado su tamaño acotado y grado de especialización, lo cual sumado a su alta tasa de crecimiento lo hacen atractivo en termino de rentabilidad y al valor agregado que se le puede dar al producto” señala Alexander Czischke.

Por otra parte, los profesionales analizaron el escenario actual y los servicios que ofrece la industria de los operadores logísticos al mercado farmacéutico. A este respecto, ambos coincidieron en que existe una buena oportunidad para los operadores logísticos que logren compatibilizar los diversos requerimientos que exige esta industria, por un lado, todo lo relacionado con las preservación y calidad de los productos y por otro la flexibilidad operativa, y rapidez que exige el Cliente final.

“Es aquí donde nosotros como TW tenemos una ventaja comparativa, gracias a nuestra experiencia en otras industrias tales como el Retail, la cual es muy exigente en términos de la rapidez y flexibilidad que ser requiere para atender sus pedidos.” señala María Isabel Velásquez. Finalmente, su gerente comercial concluyó que: **“Queremos ser una mezcla perfecta entre la seguridad de la operación, cuidado del producto y la agilidad en el servicio. Esta mezcla será nuestra carta de presentación”.** 🍷



▶ **Jaime Silva**  
Gerente de Proyectos  
Central Bodegas

**EL MERCADO LOGÍSTICO EXIGE SUPERARSE DÍA A DÍA, LAS NECESIDADES, AVANCES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS QUE LA INDUSTRIA VA INCORPORANDO SON MATERIA CENTRAL EN LA VISIÓN Y OBJETIVOS A CUMPLIR EN EL MEDIANO Y LARGO PLAZO PARA ESTE COMPAÑÍA.**



**Cliente: Audiomusica S.A.**  
**Entrevistado:** Claudio Aguirre  
Jefe de Logística Corporativo.  
**Permanencia:** 2 años 5 meses  
Centro de Bodegaje La Vara.

Claudio Aguirre es Ingeniero en Logística, y profesor en la Universidad de Santiago. Lleva cerca de 3 años en su cargo y tiene la responsabilidad de los centro de distribución de Santiago, Iquique y Lima-Perú.

**¿Qué cualidades destacas de Central Bodegas por sobre su competencia?** Una de las principales cualidades radica en la cercanía de sus centros a las principales carreteras como son la Ruta 5, Autopista Central y Américo Vespucio, reduciendo en forma importante el tiempo de operación en nuestros negocios.

**Creas que ser una empresa menor dentro del mercado del bodegaje es una ventaja o desventaja y por qué.** Indudablemente estamos frente a una ventaja, pues esto produce una mayor sinergia así como también una mayor fidelización con los clientes.

**¿Recomendarías a Central Bodegas y por qué?** Efectivamente, pues su infraestructura, fidelización, calidad y servicio crean una alianza importante entre quienes somos sus clientes.



## CENTRAL BODEGAS AL SERVICIO DE SUS CLIENTES

Ya son más de 6 años los que Central Bodegas lleva operando en el bodegaje industrial. Durante este tiempo ha logrado posicionarse como un operador relevante, que crece junto a sus clientes con una atención personalizada, donde cada usuario es distinto, lo que se traduce en la flexibilidad en las soluciones a los diversos problemas que se presentan.

**L**a empresa busca transformarse para sus clientes en sinónimo de atención, calidad, servicio, dedicación y profesionalismo para lo cual cuentan un equipo con personal calificado desde la alta gerencia hasta el último eslabón de la cadena, requisito

fundamental para formar parte del grupo humano. Dada la importancia que tienen los clientes para Central Bodegas serán precisamente ellos quienes profundicen sobre su trabajo, sometiéndose a su ojo clínico.



**Cliente:** Victoria Line Group (Chile)  
**Entrevistado:** Michel Berney  
 Socio Director.  
**Permanencia:** 2 años 3 meses  
 Centro de Bodegaje La Vara  
 Desde hace 6 meses en Centro de Bodegaje Casas Viejas.

Michel Berney junto a su socio, Cristián Méndez, partieron en 1998 con la idea de generar soluciones logísticas al comercio internacional. Ambos venían del mundo del forwarder y la aduana, por tanto conocían el negocio y las necesidades de la industria.

Hoy operan desde el centro de bodegaje Casas Viejas y nos invitan a seguir creciendo y expandiéndonos.

**¿Cómo llegaste a Central Bodegas?** Llegamos junto a mi socio, Cristián Méndez, buscando espacios de bodegas y sectores que no estuvieran tan explotados. Central Bodegas es una empresa grande, pero todavía no llega a estos megapatios que uno se pierde dentro de las calles, entonces buscamos empresas que tengan fácil acceso y que los clientes puedan tener su operador logístico en un punto estratégico de Santiago. Con buenos accesos, vigilancia las 24 horas, las bodegas tienen bien definidas sus calles, es bastante simple la ubicación dentro de un mismo parque de bodegas.

**¿Recomendarías Central Bodegas?** Si, es una empresa con futuro, las bodegas siempre están llenas y venden rápido el servicio y es por los estándares de sus bodegas. Tienen buena iluminación, tienen buena aislación térmica, buena ventilación, los pisos son excelentes, de primera línea, es un hormigón fino que cuando uno lo limpia parece un espejo. Nosotros montamos rack con altura, son como 12 toneladas y nunca se ha hundido el piso. Todos esos estándares se notan.

**¿Y cómo está la relación precio-calidad respecto al mercado?** El mercado está apuntando a los valores que tiene hoy Central Bodegas, porque el mercado se dio cuenta que estos son una especie de strip center de bodegas. Antiguamente tu construías las bodegas y las empezabas a arrendar, pero hoy día no, tienes que preocuparte de dar servicios más a la medida y al mercado le ha

ido bien en eso. Hoy casi todos arriendan las bodegas con oficinas y baños.



**Cliente:** Darnel Chile S.A.  
**Entrevistado:** Ralph Hilger  
 Gerente General  
**Permanencia:** Próximos a cumplir 1 año en octubre de este año en Centro de Bodegaje Casas Viejas.

Ralph Hilger es ingeniero comercial y cuenta con 17 años de experiencia en la industria. Ha trabajado en el área del retail, mall y packaging. Sólo a finales del 2011 sale de la gran industria y decide emprender el proyecto Darnel Chile S.A, el cual hasta el momento ha tenido excelentes resultados.

**¿Cuáles son los atributos a destacar de Central Bodegas?** Es una empresa más pequeña que otras empresas dedicadas al rubro y por ende la atención que recibimos los arrendatarios es más personalizada y de excelencia.

**¿Consideras a Central Bodegas una empresa con futuro?** Absolutamente tienen un gran futuro. Evidentemente hay cosas que mejorar, por ejemplo temas de reglamentos internos, pero todas cosas que con el tiempo deben irse viendo.

**¿Recomendarías a Central Bodegas y por qué?** Sin duda que los recomendaría, por la excelente atención que brindan



**Cliente:** Grupo Texsa  
**Entrevistado:** Brain Wulliamoz  
 Gerente de Operaciones y Logística.  
**Permanencia:** 2 meses operando y 8 meses desde el inicio del proyecto (incluye construcción bodega) en Centro de Bodegaje Casas Viejas.

Brain Wulliamoz es ingeniero mecánico de la Universidad Católica de Valparaíso. Cuenta con una vasta experiencia en la gestión de cadena de abastecimiento en productos de consumo masivo. Lleva 5 años en su actual cargo y es la cabeza de toda la operación de cambio de locación de bodegas, que su empresa ha llevado a cabo.

**¿Por qué decidieron establecerse en Central Bodegas, qué cualidades encontraron?** La ubicación de su centro de bodegas

en Maipú permite que personal que labora en dicho lugar pueda hacer uso del Transantiago sin ser necesario uso de bus de acercamiento.

El diseño de bodegas tiene muy buen estándar de iluminación natural, lo que permite trabajar en un lugar más cálido y con menor costo por uso de energía eléctrica. Tienen flexibilidad para adecuar su producto a la necesidad del cliente como por ejemplo oficinas, baños, muelle de carga etc. Permiten estacionar camiones con contenedores en horarios no hábiles que es una muy buena ventaja para empresas que reciben importaciones. Tienen buen diseño de patios y zonas comunes con espacios suficientes para desplazar camiones rampla. Los diseños de sus bodegas cuentan con múltiples accesos, lo que permite ahorrar tiempos en recepción de mercaderías.

**¿Crees que ser una empresa menor dentro del mercado del bodegaje es una ventaja o desventaja y por qué?** El ser un operador de bodegas de menor tamaño permite tener mucha más flexibilidad que un gran operador para atender las necesidades de sus clientes, es decir, permite dar un servicio más personalizado y eficiente, pero a su vez tiene menos poder de negociación para ofrecer servicios tales como arriendo grúa horquilla, casino (alimentación), disposición de basura.

**¿Consideras a Central Bodegas una empresa con futuro y por qué?** Por supuesto, de lo contrario no habríamos hecho un acuerdo a largo plazo. Esto se da por la ubicación estratégica del centro de bodegas en Maipú, lo que nos permite estar muy cerca de nuestros clientes y el respaldo que tiene Central Bodegas al ser parte de un grupo de empresas de reconocido prestigio

**¿Recomendarías Central Bodegas y por qué?** Sin lugar a duda, en especial considerando las variables que tomamos en cuenta para decidir instalar nuestros productos en Central Bodegas: Infraestructura, ubicación, conectividad vial para camiones, conectividad vial para Transantiago, costos de arriendo bodega. 🌟

# SANTIAGO EN LA MIRA: DISTRIBUCIÓN URBANA DE MERCANCÍAS

**Alejandro Rubilar**  
Gerente Distribución  
Refrigerados - Nestlé Chile



**Ricardo Sánchez**  
Jefe Unidad Servicios  
Infraestructura y Transporte  
Cepal-ONU



**Juan Pedro Sepúlveda**  
Director Académico Magíster  
Operaciones y Logística  
UNAB



Por: María Victoria M.  
revista@revistalogistec.com

66

La Región Metropolitana es el nodo logístico más importante a nivel nacional. En sus carreteras y calles se manifiestan, no sólo las operaciones ligadas a la Distribución Urbana de Mercancías para el abastecimiento interno, sino también, orientadas al resto del territorio nacional e internacional. No obstante, el sistema vial capitalino ostenta un evidente agotamiento que podría suponer -a la larga- un problema logístico superior de nefastas consecuencias.

**E**n mayo pasado, el Instituto Nacional de Estadística (INE) reveló que durante 2012 el parque automotriz presentó un alza del 8,8%, respecto de 2011, estableciendo que, actualmente, existen 3.885.581 vehículos circulantes en todo el país.

Además, las cifras expuestas por la entidad estatal revelaron que la Región Metropolitana (RM) concentra el mayor número de unidades circulantes con 1.597.762, cifra que representa un alza del 7,2% del parque automotriz en el Gran Santiago, respecto de 2011. Consecutivamente, el INE reveló

que el parque automotor a nivel país y principalmente en la RM, tiende al progresivo aumento. Esto, sumado a la falta de infraestructura vial que soporte la actual demanda de los usuarios privados y públicos del transporte de carga y de pasajeros, ha generado un complejo escenario que podría alcanzar un punto de quiebre, el que -eventualmente- llevaría al colapso al principal nodo logístico del país: La Región Metropolitana.

Por otro lado, según cifras emanadas del informe "Estrategia de Desarrollo Regional de la Región Metropolitana de Santiago - Estrategia de Transporte" (2012), elaborado por la consultora Steer Davies Gleave, bajo

el patrocinio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -Chile (PNDU) y el Gobierno Regional Metropolitano de Santiago (GORE RMS), los actores del sistema de transporte enfrentan un serio desafío, que no sólo tiene relación con la mejora de los tiempos y la calidad de viaje de las personas, sino también con el desarrollo económico de la Región, ya que las externalidades que afectan el sistema de transporte (de pasajeros y de carga) impactan negativamente en el desarrollo actual y futuro de las actividades logísticas de abastecimiento en el Gran Santiago y, por extensión, a las de todo el país.

En esta línea, el estudio estableció que -actualmente- la RM es considerada parte esencial de los corredores estratégicos de la distribución de carga, tanto a nivel nacional como internacional, siendo el anillo Américo Vespucio y las vías de acceso y egreso de la ciudad, la red vial más relevante para la actividad logística. Además, el estudio puntualizó que la capital se posiciona como "el

A young woman with long dark hair, wearing a floral top and blue jeans, smiles warmly while holding a large, round, red paper lantern with gold trim and tassels. She stands in a narrow, bustling street in China, with multi-story buildings and various signs in the background. One prominent sign reads '萬澳 參藏海味 藥材 藥店 藥房 藥材 藥店 藥房' and another says '家餅'.

**ENTRE  
DESEARLO  
Y TENERLO  
ESTÁ  
CHILEBOX**

**NUEVA CASILLA  
INTERNACIONAL  
EN CHINA**

Desde hoy nuestras casillas están no sólo en USA y Europa sino también en China. Inscríbete en [chilebox.cl](http://chilebox.cl) y aprovecha las nuevas oportunidades que ofrece este gran mercado

 **chilebox.cl**

Tu envío nos mueve

 **chilexpress**

nodo centralizador del transporte de carga nacional y como el núcleo de conexión con los principales ejes nacionales de carga (estaciones y puertos)". De ahí que "las políticas que se adopten respecto al transporte de carga en la RM no sólo tendrán un impacto a nivel regional, sino que también en las cargas interurbanas con destino a los principales puertos de país (movimiento transversal) y con las regiones del norte y sur del país (movimientos longitudinales)", explicó el informe.

## REGIÓN METROPOLITANA EN LA MIRA

Lo cierto es que a partir de las cifras expuestas, diferentes especialistas han advertido un inminente colapso vial en la RM para 2015. Ahora bien, ¿a qué se debe este fatídico pronóstico?

Según el informe elaborado por Steer Davies Gleave, "el Gran Santiago está bajo una constante presión al alza de los tiempos de viaje, debido a la multiplicidad de factores que interactúan entre sí, entre los que destacan:

■ **El fuerte crecimiento del parque vehicular y mayor tasa de uso de automóvil**, asociada a mayores niveles de ingreso de la población de la región, situación que se prevé seguirá ocurriendo, debido a la ausencia de políticas de regulación al uso excesivo del automóvil, la falta de incentivos para el uso de transporte público y alternativo, y las deficiencias del sistema de transporte público

■ **Y el transporte de carga y su aporte a la congestión**, situación que se traduce en tres frentes principales: "el número y envergadura de los vehículos de carga, que hace más lento el tráfico vehicular; la interferencia vial que se deriva de los procedimientos de carga y descarga y el negativo efecto que los vehículos de carga tienen en la infraestructura vial existente, ya que el mayor peso por eje de este tipo de vehículos destruye considerablemente el pavimento, haciendo las vías más inseguras, lo que por ende la baja

las velocidades de circulación de los demás vehículos", explicó el estudio.

Al tiempo que los factores descritos presionan el esquema vial de la ciudad, tornándolo inseguro e ineficiente, la sociedad en su conjunto se ve afectada, explicó Ricardo Sánchez, Jefe Unidad de Servicios de Infraestructura, CEPAL – ONU, enfatizando que "la provisión adecuada de infraestructura y servicios de transportes, tanto urbanos como interurbanos, para movilizar personas y bienes de modo digno, oportuno, confiable, sostenible y económico, constituye una necesidad básica de la población".

Por tanto, agregó Sánchez, es imperante que las imperfecciones que afectan al sistema de transporte (de pasajeros y de carga) sean abordadas "y reguladas" por las autoridades competentes en el corto plazo".

Adicionalmente, Juan Pedro Sepúlveda (PhD), Director Académico Magister en Dirección de Operaciones y Logística de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Andrés Bello, señaló que los actores del sector logístico, también, deben formular y poner en marcha propuestas que mitiguen los efectos negativos de las problemáticas actuales de sistema de transporte capitalino. "Con el paso del tiempo, se hará más difícil cumplir con los tiempos de entrega en materia logística.

La congestión vehicular va en aumento e independiente de las inversiones (públicas o privadas) en materia de infraestructura, creo que el problema subsistirá porque no existe una cultura vial desarrollada. Por ello es importante que las empresas y operadores logísticos generen nuevas estrategias para responder a los requerimientos de sus clientes y cumplir con los plazos pactados", aseguró Sepúlveda.

"Después de todo, puntualizó el académico, el objetivo primordial de los procesos logísticos de transporte de mercancías es cumplir con los horarios y las condiciones establecidas entre el operador logístico y su cliente para cada procedimiento". Es justamente este compromiso el que –al final de día– se encuentra en riesgo, poniendo en peligro el

presente y futuro desarrollo económico de la región y del país, crecimiento que se centra en un eficiente sistema logístico de abastecimiento, tanto interno como externo.

## PROBLEMÁTICA DE LA DUM

Si bien, el aparato gubernamental es el mayor agente de cambio en torno a las problemáticas que afectan el actual sistema de transporte de la RM, lo dicho por Sepúlveda es altamente relevante.

Finalmente son los operadores logísticos y sus clientes quienes enfrentan el problema vial capitalino, día a día. La Distribución Urbana de Mercancías (DUM) no descansa y las estrategias y procedimientos logísticos que la sustentan tampoco.

Diariamente las carreteras y avenidas del Gran Santiago son testigos del transporte de mercadería y sus operaciones asociadas, entre las que se cuentan: la entrega, recolección, transferencias, carga/descarga de todo tipo de mercancías; la colocación de las mismas en los diferentes puntos de venta de la capital, el crossdocking con o sin almacenamiento transitorio para múltiple resurtidos en el día en centros de carga de pedidos y el retorno en logística inversa en el plano urbano; actividades que deben ser ejecutadas en formas y plazos definidos entre el Operador y sus clientes, en un ciclo constante.

Sin importar la congestión vehicular, el estado de las vías, el clima o cualquier otro factor de presión las mercaderías deben estar disponibles para el consumo. De ahí que la eficiente DUM sea un deber y un desafío que tiene como principal protagonista a los Operadores Logísticos, explicó Sepúlveda, señalando que "son ellos los que enfrentan la incertidumbre de los tiempos de desplazamiento en la ciudad; incertidumbre que se traduce un costos operativos, que deben ser asumidos por el cliente, el Operador y el consumidor final", ya que en el costo logístico de la distribución urbana de mercancías, influye directamente el costo del transporte de distribución urbana, que afecta el valor final

del producto, y en consecuencia, la competitividad de las empresas y de la economía en general.

## DE LO COMPLEJO A LO SIMPLE

Teniendo en cuenta lo anterior, uno de los principales desafíos que enfrenta la DUM es la cobertura de la ruta de entrega/despacho. Para responder a esta necesidad básica del Transporte de carga, muchos Operadores Logísticos han recurrido a la modelación de rutas, basadas en algoritmos matemáticos emanados de sofisticados softwares de clase mundial. Pero, ¿qué tan efectivos son estos modelos en el escenario vial actual?

Sobre este punto, Sepúlveda señaló que “el problema de ruteo tiene un carácter científico muy interesante, que parte de la problemática denominada ‘vendedor viajero’. Esta problemática esencial de la logística de abastecimiento implica que: un distribuidor X debe pasar por diferentes puntos específicos (lugares, ciudades, países, etc.) en un circuito determinado. Este circuito de desplazamiento -entre un lugar y otro- tiene un costo y un tiempo determinado, y el Operador puede modelar la ruta orientado a alcanzar el menor costo operativo o el menor tiempo de operación, según sea su necesidad”

A partir de esta problemática básica aparecen otras variables asociadas, entre las cuales destaca: el VRP (Vehicle Route Problem), también conocido como “factor de carga del vehículo” ligadas a la ruta, y que se manifiestan en dos acepciones generales:

■ **Rutas con factores de carga bajos:** acostumbran ser rutas con frecuencias de envío elevadas y poco efectivas, que afectan al entorno, ya que normalmente se combinan los factores de carga bajos con los vehículos pequeños.

■ **Rutas con factores de carga altos:** Son las más adecuadas para optimizar la eficiencia de la DUM, en especial si se combinan con vehículos de gran envergadura. Suelen ser realizadas por empresas grandes con va-

rios destinos de reparto, que pueden consolidar sus envíos y flexibilizar los propios horarios de entrega. Ahora bien, según lo dicho por el académico de la UNAB, la creación de modelos de ruta -basados en algoritmos matemáticos- supone el uso de datos específicos de la operación de transporte, tales como: tiempos de entrada, desplazamiento y costos asociados.

Para crear un modelo, estos datos deben ser conocidos y estables, es decir, no variar en el tiempo (jornada, semana, mes). Este es el primer problema que se observa en torno a la implementación de modelos de ruteo. Hoy, los tiempos de desplazamiento en el plano urbano son inciertos y altamente variables, debido a los denominados ‘factores de presión’ descritos ampliamente. Entonces, resulta imposible crear un modelo de ruta óptimo, aseguró Sepúlveda. “Desde el punto de vista práctico, me ha tocado implementar este tipo de software en algunas empresas y su uso no ha reportado muchos beneficios. Es más, el retorno de inversión no siempre ha sido el esperado”. Por ello, explicó que

“como en la práctica los tiempos de distribución son cambiantes, una buena estrategia sería recurrir a heurísticas, basadas en un análisis FODA de la operación de DUM, más fáciles de implementar y de modificar en el transcurso de la jornada”.

En esta línea, destacó la heurística del ‘vecino más cercano’, también conocida como Rutas Optimizadas por distancias, estrategia que permite al conductor dirigirse a los establecimientos, en el orden más conveniente para que la distancia total de la ronda sea la más corta posible. “Este es un buen punto de partida”, aseguró. No obstante, el experto también dio importancia a la implementación de tecnologías de geo-localización, señalando que: “(Las tecnologías de geo-localización) nos permitan visualizar dónde está nuestro transporte, para administrar las rutas de despacho o recepción de mercaderías con información en tiempo real”.



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)

**CUSHMAN**

# VEHÍCULOS UTILITARIOS PARA TRANSPORTE DE CARGA Y PASAJEROS

**GREENSYSTEMS** Tel: +56 2 2489 5080 • [ventas@greensystems.cl](mailto:ventas@greensystems.cl) • [www.greensystems.cl](http://www.greensystems.cl)

# TRANSPORTE DE CARGA AÉREA: CUALIDADES Y DESAFÍOS DE UN MERCADO EN CRECIMIENTO

**Abimael Ortiz**  
Gerente Delta Cargo  
América Latina



**Matías Herceg**  
Gerente Operaciones Carga  
Sudamérica  
Lan Cargo



70

Cuando hablamos de la cadena logística del transporte de carga aérea de mercancías hay muchos aspectos a tener en cuenta, dado que ésta se compone de un conjunto de procesos físicos y documentales sucesivos y consecutivos que llevan a cabo las empresas que intervienen en esta modalidad de transporte.

**A**l hablar de transporte aéreo nos referimos -a grandes rasgos- al proceso que comienza con la entrega de las mercancías a la compañía aérea contratada para tales efectos o al operador aéreo, quienes serán los encargados de realizar el transporte -por dicha vía- hasta su lugar de destino, desde donde será descargada y transportada a la terminal de carga por el agente de handling de rampa. Una vez descargada la mercancía en el terminal aéreo se procede a una primera comprobación y contraste de la carga, a partir de la información entregada por la compañía aérea que ha llevado a cabo el transporte de

la misma. Es así como buena parte de las actividades realizadas por las empresas que forman parte de esta cadena tienen lugar en los terminales aéreos, cuyas características los ha llevado a transformarse en un nodo logístico por excelencia.

## MÁS QUE TRANSPORTAR

Elevado costo de servicio, seguridad y rapidez de operación, han sido por años las cualidades con las que se ha identificado esta modalidad de transporte versus otros medios, transformándose, algunas de ellas,

en cualidades de atracción para el mercado. De esta forma, ahondando en las características del transporte aéreo podemos señalar que: Por su rapidez, es considerado el medio de transporte más eficiente para cubrir largas distancias, lo que resulta imprescindible para envíos urgentes de mercadería perecederas o de alto valor monetario; dado que es el medio de transporte con menor siniestralidad, es considerado el más seguro. Por otro lado, el costo por kilo o m<sup>3</sup> transportado es el más elevado del mercado, debido a la limitada capacidad de carga por peso y por volumen que poseen los aviones, capacidad que se ve disminuida por las medidas de las puertas y accesos al mismo.

Lo cierto es que puede parecer poco rentable adoptar esta modalidad de transporte, pero -por el contrario- su uso resulta indispensable para la rentabilidad de ciertos mercados. Así lo explicó Abimael Ortiz, Gerente de Delta Cargo para América Latina, señalando que "nuestro servicio no sólo es transportar, sino que conectar a dos partes del mundo. Lo que



¡¡NUEVO!!



¡PORQUE ESTAMOS SIEMPRE INNOVANDO,  
TE PRESENTAMOS NUESTRA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS!

## TRANSPORTADORES FLEXIBLES



### BENEFICIOS QUE OTORGA EL PRODUCTO:

- » Transporte rápido y fluido de bultos.
- » Optimización de espacios.
- » Reducción de tiempos de entrega.
- » Adaptable a cualquier necesidad y rubro.

## Con mindugar...



## ...hoy mismo lo puedes hacer!!

nos caracteriza son los servicios de conexión a través del mundo entero y en el término de manejo y protección que se le entrega a los productos transportados”.

Dada las cualidades de esta modalidad de transporte, la infraestructura que lo acompañada ha sido primordial para el funcionamiento y crecimiento de este medio. A este respecto, la importancia de las instalaciones que acompañan al movimiento de carga aérea ha llevado a las compañías a potenciar sus infraestructura, tendientes a satisfacer las necesidades de sus cliente y a dar respuestas a las características propias de la cadena logística de cada uno de los productos transportados.

■ La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) identificó cuatro prioridades para hacer más segura la carga aérea e instó a las partes interesadas a avanzar en la aplicación de los principios de mercancías seguras.

“Hay mucho en juego. Si los reguladores y los gobiernos pierden la confianza en la seguridad de la carga aérea, luego aumentarán la burocracia y, en última instancia, algunos artículos pueden incluso no ser viables para ser transportados por aire. El comercio -como sabemos- sería muy diferente”, afirmó Tony Tyler, CEO y Director General de IATA, en el marco del Foro de Secure Freight celebrado en Ginebra.

**En la oportunidad Tyler pidió:**

“Cooperación más estrecha entre todas las partes interesadas: Un esfuerzo de equipo comprometido a toda la cadena de suministro y los gobiernos es necesario para mejorar e implementar los estándares globales para la seguridad.

**La armonización y convergencia de regulaciones:** La organización de Aviación Civil Internacional debe ser el foco de este trabajo, que podría abarcar la hoja de ruta para los estados para obtener el reconocimiento mutuo de los sistemas de seguridad de carga.

**Creación de capacidad global:** El apoyo mutuo entre los gobiernos fortalecerán la seguridad de la red.

**Compromiso a largo plazo:** La armonización y el reconocimiento de la seguridad en carga aérea exige un compromiso constante de todas las partes en el largo plazo”.

En esta línea, demos una mirada a la actual infraestructura del transporte aéreo en Chile y las actividades que sustenta. En este punto,

comentó Matías Herceg, Gerente de Operaciones Carga Sudamérica de LAN CARGO. “es importante considerar es que Chile tiene un solo Aeropuerto Internacional importante que es Santiago y otro en Iquique, el cual opera principalmente en temporada de semillas. Sin embargo, a nivel de infraestructura relevante es sólo Santiago”,

Es así que, el terminal de carga de Santiago centraliza más del 90% de la carga internacional movilizada por aire, la cual es almacenada en bodegas de importación y exportación que destacan por su servicio e infraestructura. El aeropuerto cuenta, además, con terminales destinados para empresas de courier y carga nacional.

Por otra parte, el modelo chileno, diseñado por el Ministerio de Obras Públicas, contempla tres terminales de Exportación y tres de Importación con la finalidad de asegurar la libre competencia y la oferta. Esta realidad nacional es para Herceg “una ayuda del punto de vista de la oferta económica para las empresas exportadoras, pero una dificultad para las operaciones logísticas sobre todo del punto de vista de la Aerolínea, al armar la carga”.

Con todo, los terminales se han transformado en un nodo clave desde el punto de vista multimodal. Los terminales pasan hacer un eslabón importante de la cadena, dada la cantidad de operaciones que ahí se realizan.

## SERVICIO AÉREO Y SUS COMPLEJIDADES

Como se ha podido apreciar, el transporte de carga por vía aérea tiene etapas definidas y que, ejecutadas con precisión y control, constituyen el éxito de la transacción. Sin embargo, como en todo proceso, existen situaciones o eventos -tanto internos como externos- que entorpecen la labor de los operadores logísticos o de las compañías aéreas y que pueden acarrear el fracaso de toda la operación.

Si bien ambos ejecutivos coincidieron en la importancia que tienen las instalaciones des-

tinadas al movimiento de carga aérea, aseguraron que una de las problemáticas que se enfrentan a este respecto son las marcadas épocas de alta demanda y los altos costos de las mejoras de las instalaciones.

Para Ortiz, la consolidación de la carga puede asomar como una solución para el movimiento de carga, en ayuda a la optimización de los espacios y la operación. Estrategias más o menos, poder ampliar los espacios de carga es una de las problemáticas que preocupa al sector del transporte aéreo, siempre con la idea de que la cadena logística pueda llevarse a cabo sin retraso, evitando los problemas derivados. “Hoy la situación es buena pero no la ideal. La mayor parte de las cargas son productos perecibles que requieren frío, por lo que necesitan grandes cámaras de frío, capacidad que se ve afectada en temporada alta de frutas (noviembre - diciembre) que colapsa las instalaciones; pero invertir pensando solo en la época de alta demanda es muy complicado desde el punto de vista económico”, dijo el Gerente de Operaciones Carga Sudamérica de LAN CARGO.

## LOGÍSTICA MODERNA

Dada la ubicación geográfica de Chile, el transporte de carga aéreo tiene un rol fundamental desde el punto de vista del desarrollo comercial internacional, en especial, para las empresas exportadoras nacionales, cuyos principales productos comercializados son salmones, frutas y semillas; los cuales requieren características específicas en su cadena logística.

Es así como, dada la naturaleza de los productos, el ejecutivo de LAN CARGO apuntó a los desafíos que tiene la industria, asegurando que “la tarea está en aumentar la infraestructura con capacidad de frío, lo que conllevaría una inversión muy alta”.

“Nos preocupa que se cumpla la temperatura y las condiciones de frío (de los productos), el tiempo que la carga está fuera y también el desarrollo de mediciones de cómo llega la temperatura de carga”, aseguró Herceg. Asimismo, el Gerente de Delta Cargo sostuvo

que la tarea está en “identificar las necesidades de cada producto, como por ejemplo su temperatura. Sabemos que manejamos carga importante y le damos las condiciones que requieren. Es muy importante que los clientes cuenten con estas facilidades y así mantener la calidad de determinados productos que son su carta de presentación”.

La necesidad de crecer, como industria, está ligada a la importancia que asume el movimiento de carga aérea en una denominada cadena logística moderna, donde su rol es clave porque los costos logísticos asociados son complejos y muchas empresas han sido exitosas por tener una buena logística y parte de esto no sólo se da por un bajo costo de transporte sino también por el manejo eficiente de la combinación intermodal del mismo”.

“El transporte aéreo ha permitido a las empresas replantearse su logística en cuanto a las soluciones integrales del movimiento de sus productos, como para las emergencias, ya sea por quiebre de stock o la necesidad urgente de repuestos o para productos cuya seguridad es fundamental ante el robo o integridad del producto”, recalcó Herceg.

A su vez, “la importancia del transporte de carga aéreo es la velocidad con la que se puede distribuir el producto y la facilidad de conectar distintas zonas. Tenemos una interacción con todos los otros medios de transporte, ya que no estamos en competencia directa”, aseguró Abimael Ortiz.

## EL MITO DEL COSTO

Se ha relacionado el transporte aéreo con un medio de alto costo. Sin embargo, esta realidad ha variado y hoy las empresas evalúan las cualidades que esta modalidad entrega a sus cadenas logísticas, de acuerdo a las necesidades de cada empresa y de cada producto.

Para el ejecutivo de LAN CARGO, esta visión sobre la carga aérea costosa ha ido cambiando en la medida en que “las empresas identifican bien sus necesidades y evalúan bien los costos, por ejemplo, de tener inventarios

detenidos o no tener una producción, a la larga trae enormes costos ocultos para las compañías”.

“Las empresas que analizan las alternativas se han dado cuenta que el sobre costo que pagan en la carga aérea les arroja enormes ventajas, ya sea como una solución global o para soluciones específicas. Es un mito que se va derribando cuando se hacen buenos análisis. Esta situación ha arrojado un crecimiento de carga aérea nacional, en cuanto a mejoras y rapidez”, declaró Matías Herceg.

**“Es importante considerar es que Chile tiene un solo Aeropuerto Internacional importante que es Santiago y otro principalmente en Iquique, el cual opera temporada de semillas. Sin embargo, a nivel de infraestructura relevante es sólo Santiago”.**

Para el Gerente de Delta Cargo para América Latina las características de la carga aérea como “el poder transportar a todas partes del mundo, ayuda, por ejemplo, al mercado chileno de la fruta o del salmón a crecer y en ese crecimiento nosotros como industria somos claves. El mercado de carga va creciendo y como empresas debemos crecer con ello, tanto para los clientes chilenos como para los de todas partes del mundo”.

Finalmente, el desarrollo del mercado tiene dos grandes desafíos: Rapidez (tiempo) y Eficiencia. La tarea está en agilizar los procesos y la coordinación con las autoridades. En cuanto a la eficiencia el desafío está en disminuir los costos asociados en etapas como la carga, descarga y preparación de la carga, optando por procesos simples. Es ante estos desafíos que la infraestructura cobra importancia nuevamente, ya que los terminales tienen costos asociados en el movimiento de la carga. 🚚



VIGATEC

ENVOLVEDOR DE PALLETS



**ROBOPAC®**

EQUIPO MÓVIL

PRE ESTIRAJE DE 0% A 300%.

DURACIÓN DE BATERÍA 250 ENVOLTURAS

ALTURA MÁXIMA DE HASTA 3,1 MTS.

2350 7000  
VENTAS@VIGATEC.CL  
WWW.VIGATEC.CL

# EMPRESAS FILIALES: LA ALTERNATIVA PARA SER UNA EMPRESA GLOBAL

**Cristián Irrázabal**  
Gerente División Logística  
SAAM



**Heleny Constancio**  
National Sales Manager  
Geodis Wilson



**Pablo Escobar**  
Director Académico  
Diplomado Logística Integral  
U. Mayor



Por: Karina Márquez  
revista@revistalogistec.com

74

La creciente demanda por transportar productos a distintas partes del mundo, la que ha aumentado en la última década, trajo consigo la necesidad de ampliar el rango de operaciones de las compañías logísticas. Por esta razón, ya son varias las empresas que han optado por crecer a través de una filial.

**E**l alto movimiento de transportes de carga que se da en la actualidad y la creciente exportación e importación de productos ha provocado que algunas empresas expandan su rango de cobertura a otros países. Lo anterior se concreta creando una filial, la que pertenece y representa a la compañía matriz, cumpliendo con sus objetivos operativos y financieros, y respetando las políticas establecidas.

Contar con esta presencia cada vez es más necesario para las compañías del rubro logístico, las que por esencia trabajan entregando servicios marítimos, aéreos y terrestres a

lo largo del mundo. La filial tiene carácter de independiente y su libertad de acción depende de cada firma. Puede tener proyectos propios, siempre que no vayan en contra de las directrices entregadas por la matriz.

Las razones que llevan a una empresa a tomar la decisión de desarrollarse de esta forma son principalmente comerciales, ya que así pueden estar presentes en los mercados que consideran estratégicos y tratar con sus clientes de forma directa. El proceso para crearla toma en cuenta variables como las políticas de los países a los que se expanden, la misión y visión de la compañía y por sobre todas las cosas, las nuevas oportunidades o

beneficios que la presencia en otras regiones les pueda traer.

## LAS MOTIVACIONES PARA CREAR UNA FILIAL

Economía, cercanía a los clientes, presencia internacional, oportunidades de crecimiento, entre otras, son algunas de las razones que se evalúan al momento de tomar una decisión de este tipo. Son varias las empresas que debido a múltiples objetivos se han arriesgado a estar presentes en otros lugares.

Según Pablo Escobar, director académico del Diplomado Logística Integral de la Universidad Mayor, "los motivos que pueden llevar a una empresa a crear filiales en otros países radican en los beneficios esperados por tomar dicha decisión". En la misma línea, agregó que "específicamente permite acercar los mercados y potenciales clientes con

sus productos, incrementando el nivel de ventas, o bien por la cercanía con proveedores de factores productivos claves (mano de obra, materias primas y/o transporte, entre otras), lo que permitiría disminuir los costos de producción”.

Por su parte, Cristián Irrarrazaval gerente de la División Logística de SAAM, señaló que otro argumento es “poder ejercer de manera directa la administración de un nuevo negocio y traspasar el know how de gestión que tiene la compañía a la nueva filial y ejecutar las estrategias que generen sinergias a nivel de grupo. Además, podría ayudar a abrir líneas de negocio y mejorar la visibilidad de los resultados y el control”.

Asimismo, Heleny Constancio, Nacional Sales Manager de Geodis Wilson, afirmó que “siempre va muy ligado a las necesidades comerciales de clientes existentes, es decir, tenemos un cliente que está expandiendo sus plantas a otro lugar y tendríamos que acompañarlo, o bien atiende a oportunidades en

mercados donde nos interesa estar y vemos que son sectores estratégicos en los que es necesario tener una oficina para dar un mejor servicio”.

Finalmente, Escobar añadió “en términos globales que una filial es una empresa controlada por otra, donde la parte controladora se denomina casa matriz. La filial por su parte, se gestiona en forma independiente, (pero guiada por la matriz) manteniendo las obligaciones legales y fiscales de la compañía en forma separada, dado que tienen su propia personalidad jurídica”. Cuando se opta por la creación de una filial

## CÓMO CREAR UNA FILIAL

ya sea instalándose o tomando el control de alguna empresa ya establecida, antes se ha considerado previamente su viabilidad económica. Al momento de internacionalizar operaciones existen pasos previos que se de-

ben considerar como contar con distribuidores, representantes (exclusivos o no) o bien con una oficina que cumpla esta labor. Cabe mencionar que existen empresas que

**“Poder ejercer de manera directa la administración de un nuevo negocio y traspasar el know how de gestión que tiene la compañía a la nueva filial y ejecutar las estrategias que generen sinergias a nivel de grupo. Además, podría ayudar a abrir líneas de negocio y mejorar la visibilidad de los resultados y el control”.**

aprovechan la existencia de un delegado para, a través de una compra, establecer una filial.

En este sentido, el experto de la Universidad



**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](mailto:ventas@liftservice.cl) - [www.liftservice.cl](http://www.liftservice.cl)



Mayor sentenció que “el proceso de creación de una unidad en el exterior siempre está sujeto a las normativas y regulaciones locales, las que varían de un país a otro”.

Según el profesional, para una empresa filial generalmente se exigen los siguientes requisitos: registro y razón social propia; esta compañía será legalmente independiente de las transacciones comerciales; deben efectuar transacciones típicas de una empresa completa; y debe contar con capital propio asignado y llevar su contabilidad”. En tanto, Irarrázaval manifestó que el proceso “depende del negocio en el cual se quiera ingresar, el nivel de participación que se desee y se pueda tener (existen países en los cuales en ciertos mercados no se puede tener una participación mayor al 50%)”.

**"El proceso de creación de una unidad en el exterior siempre está sujeto a las normativas y regulaciones locales, las que varían de un país a otro".**

76

“Una vez que se tienen claros estos aspectos se debe definir dónde se ubicará la filial, cuáles son las exigencias legales de cada país para poder instaurarla y definir si es conveniente tener una filial o una sucursal. Además, se debe definir la misión, visión, objetivos, organigrama, estructura contable y sistemas de control, presupuesto operativo (proyecciones) y de capital”.

**LOS BENEFICIOS DE CONTAR CON UNA FILIAL**

Otro punto que se debe tomar en cuenta al momento de crear una filial es la relación costo beneficio. Si la segunda es más preponderante y ello se suma a las demás variables tomadas en cuenta, ya está todo preparado para concretar el proyecto. Para Heleny Constanancio, lo mejor de tener una filial es “que los clientes se sienten apoyados, porque estamos con ellos solucionando sus



necesidades en terreno. Si no estás en un sitio físicamente, es muy probable no tener ese negocio”.

“Los hábitos de compra y la forma de hacer negocios con proveedores locales son mejor entendidos contando con la experiencia propia del mercado en que se inserta la organización, por lo tanto, se hace clave atraer y mantener talentos locales. Contar con filiales permite también mejorar las operaciones y hacer más eficiente la cadena de suministros”, agrega la ejecutiva de Geodis Wilson.

En consecuencia, Cristián Irarrázaval detalló “los beneficios son que permite aumentar la presencia geográfica y el reconocimiento de marca. Por otra parte, permite la búsqueda de sinergias entre las diferentes filiales que tiene una compañía, para ofrecer servicios integrales en donde diferentes empresas entreguen parte de la cadena del servicio”. Un aspecto que es fundamental en este sentido es que contar con presencia en otros países, a juicio del representante de SAAM, permite

generar ahorros en la administración, compartiendo los costos de departamentos como sistemas, recursos humanos, administración y finanzas. “También se pueden compartir las mejores prácticas, perfeccionar la visibilidad de resultados por línea de negocios (ingresos, costos, gastos) e integrar socios que puedan potenciar el negocio aportando know how y mercado, entre otros”, añadió.

Por último, Escobar concluyó que “en un mundo globalizado como el de hoy, no basta con satisfacer las necesidades de Chile o Santiago, nuestro mercado es demasiado pequeño para limitarnos a él. La facilidad de las comunicaciones, los tratados de libre comercio y las variadas rutas de transporte hacen viable pensar los negocios en forma global”. Las condiciones del mercado y de una economía moderna instan a las empresas a asumir una visión más amplia de su compañías, asumiendo así riesgos que con las herramientas indicadas se pueden transformar en el primer paso de una exitosa internacionalización de la empresa. 🌐

## SDI EQUIPOS S.A.

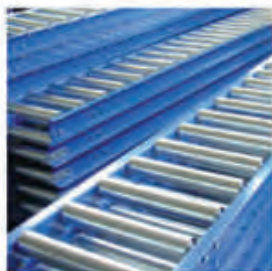
*Pone a su disposición  
una línea completa  
de elementos operacionales  
para la manipulación  
de mercadería*



*Entregando  
soluciones  
integrales a  
nuestros clientes.*



✓ **Transportadores Flexibles**



✓ **Pallet Flow**



✓ **Transportadores de Gravedad.**



✓ **Palletizadoras Automáticas**



✓ **Sorters y Conveyors**

# CATALOGACIÓN OTAN: UNA HERRAMIENTA LOGÍSTICA PARA LA DEFENSA

Se entenderá por “Catalogación”, el conjunto de actividades y procesos uniformes que permiten denominar, clasificar, identificar y numerar los artículos de abastecimiento, teniendo como fin garantizar un lenguaje único y establecer la relación “un artículo - un código”.

78

Hasta antes de la Segunda Guerra Mundial, los artículos utilizados por las Fuerzas Armadas se clasificaban conforme a las denominaciones de cada fabricante, empleándose diferentes sistemas de identificación. Sin embargo, una de las experiencias en el ámbito logístico de los “Países Aliados” en esta guerra, fue la ineficiencia en los procesos de abastecimiento y la dificultad para trabajar en forma conjunta.

En 1949, con la creación de la Organización Tratado Atlántico Norte (OTAN), los países que integraban esta alianza buscaron, entre otras cosas, subsanar las deficiencias logísticas experimentadas durante la Segunda Guerra Mundial y coincidieron en que se requería estandarizar al máximo la codificación de los suministros. Es así, como en 1953 estas naciones deciden utilizar el sistema de identificación de artículos empleado en Estados Unidos y, que en 1957 pasó a denominarse Sistema OTAN de Catalogación (SOC).

La implementación del SOC llevó a que cada país creara una Oficina Nacional de Catalogación, la que asume a nivel nacional la responsabilidad de normalizar y controlar la correcta operación de este sistema de catalogación, de acuerdo a lo dispuesto por la OTAN. Los Directores de las mencionadas Oficinas conforman dentro de la orgánica de la OTAN el Comité Aliado 135 (AC/135), website [www.nato.int/structur/AC/135/welcome.htm](http://www.nato.int/structur/AC/135/welcome.htm). Este Comité se preocupa princi-



**Benjamín Riquelme**  
Capitán de Fragata AB. Jefe  
oficina de Catalogación  
de Defensa, Estado Mayor  
conjunto FF.AA.



palmente de garantizar la calidad de los procedimientos y sistemas de catalogación, asegurar el apoyo a los países suscritos y definir la evolución del sistema en base a las posibilidades que ofrecen las TI.

Es imprescindible hacer presente, que desde la década de 1950 este sistema de catalogación ha funcionado ininterrumpidamente y adaptándose a los avances tecnológicos. Asimismo, es necesario explicar que los artículos que se catalogan son todos aquellos que requiere el sistema de Defensa, esto quiere decir, que se incluye desde armamento y munición hasta víveres y artículos de oficina, pasando por lubricantes, consumos, vestuario y repuestos, entre otros. En resumen, el SOC otorga un soporte logístico para todas las necesidades de Defensa, tanto en tiempo de paz como de crisis. Incluso, este sistema de catalogación es utilizado por la administración pública de Estados Unidos y próximamente por la de Brasil.

A contar de 1993 se permitió el ingreso de países No OTAN a este sistema de catalogación y por ende, a ser parte del AC/135. Al mes de julio de 2013, existen 66 países oficialmente suscritos al SOC, de los cuales 28 son OTAN y 38 países No OTAN. También hay 48 naciones que emplean este sistema de catalogación, pero que no están acreditados. En Sudamérica, los países que integran el AC/135 son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Chile se suscribió al SOC el año 2000 y en el año 2004 se creó la Oficina de Catalogación de la Defensa ([www.ocdchile.mil.cl/](http://www.ocdchile.mil.cl/)). En conjunto, las FF.AA. iniciaron el





## APL Logistics Chile

Con presencia en más de 75 países, APL Logistics ofrece servicios logísticos integrales con fuerte enfoque en innovación y tecnología para optimizar su cadena de abastecimiento.

### VALOR AGREGADO Y MAQUILA PARA EL RETAIL & CONSUMO MASIVO

*Soluciones para sus Requerimientos Específicos de Maquila*

- Poseemos más de 33 equipos de Alta Tecnología
- Tarifa Variable por Unidad / Proceso
- Rápida Implementación (en APL Logistics o Instalaciones de Cliente)

### PROCESOS Y SOLUCIONES VÍA TECNOLOGÍA

- Blíster, Enfajados & Etiquetado
- Armado de Promociones
- Termo Contraíble & Sellado
- Estuchería & Inyección de Tinta
- Sensores de Seguridad & Colgados
- Scan & Pack / Insertos / Instructivos
- Zona Limpia (Cosméticos, Farmacéutica, otros)
- Evaluación Técnica de Procesos Customizados

Para mayor información sobre nuestros servicios en Chile o Latinoamérica, favor contáctenos en: [infochile@apllogistics.com](mailto:infochile@apllogistics.com) - (+562) 2422 9800

[www.apllogistics.com](http://www.apllogistics.com)

**APL**  
**Logistics**

TM

proceso de identificar sus artículos de acuerdo con la codificación OTAN el año 2007.

Los beneficios que presenta el SOC son variados, pero antes de describirlos, es ineludible comprender que el concepto que busca la codificación OTAN, cuyo código se representa en el NATO Stock Number (NSN) o Número OTAN de Catálogo (NOC), es agrupar artículos que tienen las “mismas características técnicas” en un sólo NOC y con un sólo nombre.

## LAS VENTAJAS QUE PRESENTA EL SOC

■ **1. Respaldo internacional:** normas definidas y aprobadas por países OTAN que garantizan y estandarizan el funcionamiento del sistema de catalogación a nivel nacional e internacional.

■ **2. Gran Base de Datos:** a través de la Base de Datos del SOC se accede y conocen más de 17 millones de NOC, 35 millones de N° de Referencia o N° de Parte (códigos con los que las empresas identifican a sus productos) y más de 2,4 millones de fabricantes o distribuidores.

■ **3. Intercambiabilidad:** al agrupar artículos de iguales características técnicas, permite conocer sustitutos con sus respectivos fabricantes o distribuidores.

■ **4. Eliminación de duplicidades:** se logra mediante la identificación de artículos que tienen iguales características técnicas con un mismo código (NOC). Esto permite además, establecer una fiable relación “repuesto-equipo”.

■ **5. Facilita el diálogo técnico:** sólo se necesita el código NOC, puesto que al consultar en la base de datos un NOC, se obtiene entre otras cosas, el nombre aprobado a nivel mundial, los fabricantes y proveedores con sus respectivos puntos de contacto, los países usuarios, datos de embalaje, información para enajenación y las características técnicas.

■ **6. Reducción de canales de distribución:** esto es factible mediante una gestión de proveedores en base, por ejemplo, a una clasificación de artículos (asociación familia de ítems – proveedor) e identificando al fabricante.

■ **7. Control de existencias:** contar con un código único y que sea conocido por todos, facilita la gestión de inventarios.

■ **8. Idioma común:** el tener códigos únicos y reconocidos para todo tipo de artículos, permite la interacción con organismos nacionales e internacionales.

Estas son algunas de las ventajas del SOC, a las cuales se les puede incluir la seguridad de saber lo que se está solicitando al proveedor y lo que éste entregará. En definitiva, todas ellas convergen en la reducción de costos.

**“CHILE SE SUSCRIBIÓ AL SOC EL AÑO 2000 Y EN EL AÑO 2004 SE CREÓ LA OFICINA DE CATALOGACIÓN DE LA DEFENSA (WWW.OCDCHILE.MIL.CL/)”.**

La Oficina de Catalogación de la Defensa de Chile, actualmente trabaja junto a sus homólogas de las Fuerzas Armadas en la identificación de los ítems que éstas requieren para sus operaciones y sostenimiento, realiza labores de difusión al interior de las Instituciones y algunas entidades del Ministerio de Defensa, actualiza los cursos de capacitación, ha iniciado los contactos con industrias de la Defensa para presentarles los beneficios de este sistema de catalogación y se ha propuesto establecer comunicación con encargados de logística de empresas para intercambiar

experiencias. También está evaluando herramientas informáticas de catalogación, que cumplen con las directrices y exigencias de seguridad de la OTAN.

En lo internacional, esta Oficina además de participar en las reuniones del “Main Group” del AC/135, ha iniciado la conformación de un grupo de trabajo bilateral Chile – Brasil, para el intercambio de información logística de artículos en común y proveedores. Con Colombia se están estableciendo puntos convergentes, que lleven a establecer un grupo de trabajo similar al de Brasil. La relación con España ha sido de permanente cooperación. Próximamente, se espera retomar con Argentina las fluidas relaciones iniciadas cuando nuestro país ingresó al SOC. El empleo de la Catalogación OTAN significa para las FF.AA. un avance logístico a nivel mundial, permitiéndoles tener una visión de los artículos que poseen y determinar aquellos que son comunes, intercambiar documentación técnica requerida, conocer proveedores y sus referencias, establecer un proceso de provisión interinstitucional y de compras conjuntas. A lo anterior, se le agrega la posibilidad de conocer los proveedores extranjeros, que productos que abastecen y los países usuarios del artículo que se requiere, lo que es de utilidad cuando no se comercializa por obsolescencia.

La industria nacional también se ve beneficiada con el SOC, puesto que le enseña un sistema de identificación de artículos, ofrece la posibilidad de conocer los requerimientos de las FF.AA. en su conjunto y establecer alianzas estratégicas con ellas, enterarse si sus productos son demandados por sectores de Defensa extranjeras e incluso establecer contacto con empresas internacionales para aunar esfuerzos nacionales o regionales y, al mediano plazo, con la entrada en operación de la herramienta informática de catalogación, podrán ampliar su mercado a nivel global al tener la capacidad de ingresar sus artículos a la base de datos que utilizan todos los países suscritos al SOC. 🌐



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)



## Oferta especial embarque único Transpaleta eléctrica BT a sólo

**US\$8.990**  
+ IVA

Aproveche esta única oportunidad de llevar su transpaleta Eléctrica BT a tan sólo **US\$8.990 + IVA** con 1 batería y 1 cargador. Contáctese con nosotros a través de nuestro sitio web **www.arrimaq.com**, nuestro contact center **600-3815000** o el mail **contacto@arrimaq.com**

**Batería  
adicional a sólo  
US\$990 + IVA**



"consulte por  
ofertas de otros  
modelos en stock"



**ARRIMAQ**<sup>®</sup>  
UNA EMPRESA PENTA

En ARRIMAQ contamos con la más amplia gama de 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**



**RAYMOND**



# HABILIDADES BLANDAS: EL FACTOR QUE HACE LA DIFERENCIA

Los trabajadores ya no solo se miden por los resultados económicos o cuantitativamente medibles que puedan aportar a una empresa, sino que cada vez es más necesario que realicen un aporte al clima laboral. A ello se suma que es más valorada una persona que contribuye a mejorar la comunicación dentro de la compañía y promueve el trabajo en equipo.

82

**B**uscar un nuevo empleo o empeñarse en encontrar colaboradores para un puesto ya no es un proceso que solo considera la preparación formal, es decir, estudios profesionales o técnicos, capacitaciones, postgrados y especialización, sino que cada vez más los reclutadores colocan como requisito tener “habilidades blandas”. En palabras simples, se refiere a cómo una persona maneja la comunicación y qué tan efectiva puede ser en su relación con los demás, ya que dominar los aspectos mencionados en la actualidad es un requisito indispensable para algunas vacantes.

El conjunto de estas competencias es denominado inteligencia emocional, la que se refiere a aspectos no cognitivos del ser humano, aptitudes que permiten interactuar con sus pares, dentro del ambiente laboral y desenvolverse en la sociedad. Estas incluyen: actitud, pensamiento crítico, habilidades comunicacionales y manejo del tiempo.

En el ámbito empresarial y de recursos humanos se conoce como la capacidad de comprender y motivar a otros, por lo que generalmente los departamentos de personal tienen en sus filas funcionarios que poseen estas características, las que también son clave para las jefaturas o líderes dentro de una organización. Contar con trabajadores “inteligentes emocionalmente” es un factor preponderante al momento de implementar nuevos modelos de negocio de forma interna y externa para mantener un buen clima laboral, o una buena relación



**Francisco Martínez**  
Gerente de Operaciones  
Cosenza

**Patricia Silva**  
Socia Directora  
Consultora Finding

**Sergio Lapaeta**  
Psicólogo Laboral y Docente  
U. Central

con los clientes. Es más, pueden incluso motivar y reencantar a sus compañeros en períodos de crisis.

## LA IMPORTANCIA DE LAS HABILIDADES BLANDAS EN EL CLIMA LABORAL

El trabajo diario en una compañía se hace más llevadero si existe un buen clima laboral. Esta afirmación es compartida por los entendidos en materia de relaciones humanas. Sin embargo, para lograr esta armonía es fundamental tener a las personas indicadas en cada puesto de trabajo, y con líderes inteligentes emocionalmente, quien apoyado por la empresa puede lograr motivar a su equipo y con eso llegar a las metas trazadas por la organización.

Al respecto, Sergio Landaeta, psicólogo laboral y docente de la Universidad Central, señaló “es un hecho cierto y comprobado en múltiples estudios y experiencias empresariales que, para que una compañía sea exitosa, debe poseer además de las capacidades técnicas, ventas, administración, producción y marketing, las llamadas habilidades blandas, que se relacionan con las emociones y con las relaciones interpersonales, las que tienen alta incidencia en el funcionamiento de la compañía”. “Además, potencian el engagement, el trabajo en equipo, la colaboración, motivación, mejoran el clima laboral y por

ende bajan los riesgos de cansancio, fatiga mental u otras alteraciones profesionales ligadas a la alta competencia y exigencias por ser eficientes y efectivos”, agregó.

Por su parte, Francisco Martínez, gerente de operaciones de Cosenza, enfatizó que “es fundamental contar con colaboradores que además de hacer el trabajo por el cual se contrataron, puedan entregar y aportar habilidades que permitan dar valor a la compañía”.

En esa línea sostuvo que es importante contar con personas responsables, positivas, sociables y con una disposición al buen clima laboral, quienes deben motivar y guiar al resto de los trabajadores.

En tanto, Patricia Silva, socia directora de la consultora Finding, añadió “las personas con habilidades blandas desarrolladas influyen positivamente en la empresa, ya que tienen buenas relaciones con todos dentro de la compañía, lo que implica generar un

buen ambiente laboral. Son capaces de aglutinar a otros para cualquier cosa, potencian el trabajo en equipo, ya que generalmente manejan mejor la información”.

## UN FACTOR DIFERENCIADOR

El dominio de las habilidades blandas es importante para cualquier trabajador, pero en un líder, un cargo de jefatura o en cualquier persona que tenga a otros a su cargo es imprescindible. Además de ellos, también son necesarias en las áreas de recursos humanos o personal.

Así lo explicó Landaeta, quien expuso que “cada vez con mayor énfasis es posible afirmar que no solo es importante que un líder sea experto en números, datos, equipos, tecnología o un gran conocedor de estrategias de venta, sino que fundamentalmente sea flexible, tolerante y que sepa trabajar en equipo”.

Esta afirmación es compartida por Patricia Silva, quien aseguró que “claramente los cargos de recursos humanos requieren mayor manejo de estas habilidades, ya que tienen contacto con todas las personas de la empresa y más todavía el gerente de esta área, quien, por ejemplo, cuando existen sindicatos en la empresa tiene que negociar con ellos”.

Asimismo, Francisco Martínez manifestó que “hoy los negocios y las relaciones que perduran en el tiempo, incluso más allá de la compañía, se logran con personas que tienen estas habilidades”.

Por estos motivos, en los procesos de reclutamiento y selección, en estos momentos es más valorada la inteligencia emocional como complemento de las habilidades duras o técnicas de los candidatos. Por ello, Martínez agregó que “hoy cada vez son más las empresas que consideran las competencias blandas para los cargos. El recurso humano, por diferentes motivos, como niveles de ren-

**mersan**  
centro logístico y bodegaje

**NUEVAS BODEGAS DISPONIBLES**

12

¡Apúrese!  
**30%**  
arrendado

Entrega Diciembre

**CRECEMOS PARA SU NEGOCIO**  
No pierda la oportunidad de ubicarse en el punto más estratégico de Santiago a minutos de General Velásquez y la autopista de Acceso Sur a Santiago.

Av. Lo Espejo 01565 - Lo Espejo - Santiago de Chile - Teléfono: (56 2) 2565 0000

**mersan.cl**

ta, condiciones de trabajo u otros, está cada vez más escaso y debemos ser capaces de detectar personas inteligentes emocionalmente, ya que son ellas las que forman equipos, preparan y entregan más valor que solo dar instrucciones, porque integran. Sin duda son el factor diferenciador".

En la actualidad, las personas que tienen estas capacidades es porque las poseen de forma innata, sin embargo, a juicio de Patricia Silva, se pueden adquirir. "Creo que las habilidades blandas se pueden desarrollar si es necesario. Claramente hay quienes tienen mayores facilidades para ello, pero siempre se pueden aprender", añadió.

## "HOY LOS NEGOCIOS Y LAS RELACIONES QUE PERDURAN EN EL TIEMPO, INCLUSO MÁS ALLÁ DE LA COMPAÑÍA, SE LOGRAN CON PERSONAS QUE TIENEN ESTAS HABILIDADES".

**¿Cómo ayudan las habilidades blandas en momentos de crisis?** Ya está claro que las habilidades blandas son siempre deseables dentro de una organización, ya que ayudan a generar buenos ambientes laborales, lo que hace que las personas trabajen más contentas y motivadas, lo cual lleva a un mejor resultado como empresa. Pero ¿qué pasa en los momentos de crisis?

En este sentido, el académico Sergio Landae-ta afirmó que estas personas "son capaces de reencantar, comprometer, motivar y entusiasmar al resto".

En este sentido, Patricia Silva, añadió que "son fundamentales, sobre todo para lograr

mantener la tranquilidad necesaria en esos momentos, y dar tiempo para poder tomar las decisiones correctas".

Frente a las ventajas y beneficios que las personas con habilidades blandas aportan al funcionamiento de una compañía, en cuanto al clima laboral y la formación y manejo de equipos, la tarea del mercado y de las jefaturas actuales está en encontrar la respuesta indicada sobre ¿Qué buscaremos en nuestros próximos candidatos a los cargo de nuestra empresa?

## TAREA PENDIENTE

Existe una tarea pendiente por parte de los planteles educacionales, al darle a las habilidades blandas la importancia necesaria e incorporarlas dentro de las mallas curriculares de las respectivas carreras de pregrado. Hoy muchos de los profesionales desarrollan sus "soft skills" mediante posgrados o MBA que profundizan estas materias, del punto de vista del liderazgo o manejo de crisis, entre otros.

Esta realidad hace que el desarrollo de dichas habilidades en los profesionales continúe siendo una carta de presentación que marca diferencia en el mundo laboral por la escasez a este respecto en Chile, más aún cuando el mercado nacional ha comenzado -poco a poco- a valorar dichas habilidades.

Es así como las habilidades blandas son un eje diferenciador en los distintos escenarios de la economía empresarial. En momentos de crisis económicas o fuertes problemas financieros que afectan a una compañías, el manejo que tengan los profesionales para enfrentar dichas situación es primordial y muchos casos la base de un futuro profesional exitoso al demostrar las ventajas de las habilidades blandas por sobre las tradicionales. Cabe señalar que cuando nos referimos a habilidades tradicionales hablamos de aquellas que están orientadas a solucionar problemas técnicos, sin embargo, en el marco de una crisis las cosas no se solucionan solo por aspectos técnicos, sino con solucio-

nes adaptativas. En esta nueva dinámica, la entrevista personal se ha transformado en una herramienta que permite comprobar el desarrollo de estas habilidades. Sin embargo, para eso se requiere que los encargados de selección se den el tiempo que sea necesario para entrevistar personalmente a todos los aspirantes a posiciones claves de una compañía, para descubrir así las fortalezas y debilidades de cada aspirante.

Finalmente, el desarrollo de la carrera profesional hoy en día va apareado, sin duda, con el desarrollo de las habilidades blandas. Si el empleado quiere hacer carrera y lograr puestos más altos, junto a la preocupación que debe tener por sus competencias técnicas, tiene también que preocuparse seriamente del desarrollo de sus habilidades blandas que son en definitiva las que conducen al desarrollo y las que generan proyecciones en el mundo laboral moderno.

## CINCO HABILIDADES FUNDAMENTALES

Un estudio realizado por la revista Business Insider arrojó que existen cinco habilidades blandas en las cuales las empresas hacen énfasis:

- **Trabajo ético: mostrar intereses en la misión y visión de la compañía**
- **Actitud positiva: es fundamental mostrar energía y entusiasmo por el trabajo**
- **Habilidades comunicativas: mostrar seguridad al hablar, expresarse claramente y cambiando la entonación de voz**
- **Manejo del tiempo: saber priorizar los temas más importantes primero y dejar para más tarde el resto**
- **Seguridad personal: la forma de vestir, saludar, y desenvolverse.**

Un caso paradigmático que se cuenta en la literatura es el caso de un gerente general de una compañía de compraventa de autos usados en EE.UU. con casi 5 mil empleados y más de 200 sucursales. Había ingresado a la empresa como limpiautos e hizo carrera. 🌟

# ARRIENDO DE BODEGAS



## CENTRO DE BODEGAJE PARA DISTRIBUCIÓN



- 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



**5**  
AÑOS  
84.500 M2  
TOTALES EN ARRIENDO

**MAIPÚ · SAN BERNARDO**  
**UBICACIONES ESTRATÉGICAS**

[www.centralbodegas.cl](http://www.centralbodegas.cl) Fono: 2 726 29 00



# “LA MINERÍA ESPERA QUE SUS OPERADORES LOGÍSTICOS SEAN SOCIOS ESTRATÉGICOS”

La minería en Chile es, sin duda, uno de los mercados más atractivos para las empresas nacionales, quienes ven en este sector una plataforma económica y de crecimiento.



**Horacio Goldsmith**  
Gerente de Servicios  
de Minería Los  
Pelambres

86

La naturaleza propia de la operación de extracción de minerales conlleva la ejecución de distintos servicios, oportunidad que se ha transformado en el eje fundamental de la importancia que este sector industrial tiene para la economía nacional.

Ante el incesante desarrollo y crecimiento del sector minero, el mercado logístico ha debido responder con eficiencia y calidad a las necesidades de la operación minera, asumiendo un rol preponderante, en sus distintas fases de la cadena de abastecimiento y distribución. A este respecto, Horacio Goldsmith, Gerente de Servicios de Minería Los Pelambres, conversó con Revista Logistec sobre los desafíos que tiene la industria logística ante la minería; abordando además, las necesidades que existen en este importante mercado. En la oportunidad, el ejecutivo recaló la importancia de la logística para el éxito de las operaciones mineras, destacando a los proveedores de bienes y servicios del sector.


**¿Cuál es el rol de la logística dentro de las operaciones minera?** Las operaciones mineras que operan eficientemente, logran cumplir sus objetivos por tener una adecuada planificación y disposición de sus recursos, cuya mayor parte son suministrados por nuestros proveedores de bienes y servicios. Por lo tanto, coordinar esa disposición en los tiempos, costos y oportunidades son esenciales para la producción.

Aquí la logística (el traslados de bienes a las faenas) juega un rol relevante, por cuanto las exigencias de traslados para las sustancias químicas, el respeto a las comunidades que ella deben cruzar, le imponen nuevos desafíos en transformar esta logística en una ventaja en el ámbito social.

**¿Qué espera la minería de sus proveedores logísticos?** La minería espera de sus operadores logísticos y en general de todos sus colaboradores, que sean socios estratégicos para el logro de sus objetivos. Socios que aporten a la cadena de valor de produc-

ción, con una constante entrega de ideas y soluciones y por sobre todo innovaciones dentro de su área. Específicamente, en el caso de operadores logísticos se espera que sean un apoyo en las operaciones logísticas. En la cual podamos derivar las múltiples necesidades que se generar y que nos entreguen soluciones que aporten a la cadena de valor. Soluciones Innovadoras acorde a lo que el mercado espera de una industria tan exigente como la minería.

**¿Cuáles son las características propia de la industria minera que la hacen única en cuanto a sus operaciones logísticas?**

Lo más relevante de la logística de las operaciones mineras son las consideraciones especiales que hay que tener, sobretodo hay que considerar las distancias, las comunidades aledañas, la complejidad de los suministros. 



Artículo Completo:  
Escaneando el QR desde tu  
smartphone o tablet.  
O [www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)





(56 2) 2714 3897  
(56 9) 7397 4060



comercial@ar-storage.com

**AR STORAGE SOLUTIONS LTDA**

Av. Presidente Riesco, 5335  
Santiago de Chile



## SOLUCIONES GLOBALES PARA ALMACENAJE

### ASESORÍA LOGÍSTICA

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

### CALIDAD

Aceros de alta resistencia  
Certificados: ISO9001; ISO14001; OSHAS 18001  
Cumplimiento normativas europeas

### CONTROL CÁLCULO SÍSMICO

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

### GARANTÍA

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

[www.ar-storage.com](http://www.ar-storage.com)



**Fernando Ríos M.**  
**Director Ejecutivo**  
**Revista Logistec**

"Queremos innovar en todos los aspectos". Con esta frase el Director Ejecutivo de la empresa, Fernando Ríos, se plantea el desafío para el año 2014, en donde espera reunir a más de 80 expositores de la industria de servicios logísticos.

Implementar actividades relacionadas al conocimiento y la práctica es parte de la nueva propuesta de valor. "Nuestro objetivo principal es conocer cuáles son los requerimientos de productos y servicios para quienes visiten nuestra expo en busca de soluciones. Además el visitante será parte activa y será quien dará vida a esta nueva versión de Expo Logistec 2014", enfatizó Ríos.



# EXPO LOGISTEC ESPERA REUNIR A MÁS DE 80 EMPRESAS DEL SECTOR

**El encuentro que se realizará el próximo 27 y 28 de marzo en el CD de Megacentro -Miraflores espera recibir a más de 4 mil visitantes, confirmando así su posicionamiento como el evento logístico más importante en Chile.**

"Eficiencia y Tecnología" serán las temáticas que guiarán la tercera versión de EXPOLOGISTEC 2014 que se realizará el 27 y 28 de marzo próximo, en

el Centro de Distribución de Megacentro – Miraflores, catalogado como uno de los recintos logísticos más modernos y de mayor crecimiento en Chile.

Al igual que las exitosas versiones anteriores, el encuentro ofrecerá a sus asistentes la posibilidad de encontrar lo último en equipos, tecnologías e innovaciones para ser incorporadas dentro de los procesos logísticos y cadenas de suministros de sus empresas. Es así como el acceso al conocimiento brindará a los

visitante la posibilidad de conocer las herramientas necesarias para optimizar su cadena de abastecimientos, aumentar la eficiencia en sus operaciones o reducir sus costos; todos objetivos centrales de un proceso logístico moderno.

"Nos ha permitido mostrar nuestra oferta de productos, la utilidad de estos y las novedades tecnológicas en sistemas de almacenaje y de como impactan en la optimización de procesos y disminución de costos".

**NELSON CAMPOS**  
**GERENTE GENERAL MECALUX CHILE**

Esta tercera versión espera reunir a más de 80 empresas expositoras de la industria de servicios para la



**LOGISTEC**  
**EXPO 2014**  
 III VERSION • 27/28 MARZO 2014  
 ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC  
 MEGACENTRO MIRAFLORES



# III VERSIÓN

cadena logística, quienes mostrarán sus soluciones y productos, en los más de 6 mil m2 disponibles.

"Nuestro objetivo era darnos a conocer y hacer crecer nuestra marca en Chile, ExpoLogistec ha superado nuestra expectativas, muchas empresas y público que desde hoy cuentan con un partner para sus futuros proyectos".

**JUAN RECONDO**  
VP FORTNA LATINOAMÉRICA

Expologistec se ha transformado, de la mano de Revista Logistec, en el evento logístico más importante de Chile y el único que se realizará en Parques o Centros de Distribución, manteniendo así la mística del sector y transformándose en el escenario perfecto para la interacción entre empresas y profesionales del área.

Con la finalidad de potenciar el conocimiento, esta versión de la feria se realizará entorno a un Congreso Internacional, donde

los visitantes podrán encontrar respuestas y alternativas sobre los temas centrales del desarrollo logístico global, las tecnologías e infraestructuras para hacer más eficiente las cadenas de suministros.

"Interesante que la feria haya ido creciendo en cantidad de expositores y visitantes, hoy tenemos una cantidad realmente interesante de visitantes, gente de muy buen nivel y una cantidad de consultas que con el tiempo transformaremos en negocios"

**PABLO JARAMILLO**  
GERENTE GENERAL QCLASS

En esta oportunidad, los organizadores esperan recibir a más de 4 mil profesionales relacionado con la industria y cuyo perfil radica en profesionales que trabajan en áreas de fabricación, distribución, logística, cadena de suministros e informática; ejecutivos de logística de tercerización y altos ejecutivos y gerentes de Centros de Distribución y almacén. Finalmente, los visitantes podrán

encontrar en Expologistec 2014: Equipos y sistemas para el manejo de carga; embalaje contenedores y equipos para envíos; tecnología para a administración y control de inventarios; equipos y suministros para muelles y almacenes; equipos y sistemas de identificación automáticas y herramientas para la gestión de suministros, entre otras cosas.

"Nos dio la oportunidad de reunirnos con clientes de muchos años, generar nuevos prospectos y ver el estado del mercado. Lo que más nos gusta de ExpoLogistec, es que nunca ha tratado de ser una feria de carácter masivo, por lo mismo, la calidad del visitante siempre ha cumplido con nuestros objetivos".

**PATRICIO BERSTEIN**  
GERENTE GENERAL SDI



**Vea el Video!**  
Escaneando el QR desde tu smartphone o tablet

# ALOG PRESENTE EN LA INDUSTRIA

**La Asociación Logística de Chile A.G., en conjunto con la consultora Datasur, ponen a disposición de la industria logística el segundo boletín estadístico sobre el transporte internacional de carga vía aérea, marítima y terrestre, correspondiente al primer trimestre de 2013.**

/ freight forwarders, operadores logísticos y otras empresas vinculadas al comercio exterior.

En ellos encontrarán valiosa información, tales como las principales compañías transportadoras, exportadoras e importadoras, origen y destino de los envíos, así como los principales productos enviados por cada uno de los medios de transporte. Los boletines estadísticos están disponibles en nuestra página web [www.alog.cl](http://www.alog.cl).

Seminario a SAG Aeropuerto de Santiago Alog Chile organizó un seminario para los colaboradores del Servicio Agrícola y Ganadero del Aeropuerto Arturo Merino Benítez, sobre manejo de carga perecible y animales vivos.

animales vivos, expuso sobre planificación, manejo y procedimientos internacionales vigentes para este tipo de carga. El seminario tuvo una duración de 24 horas pedagógicas y contó con la participación de 12 funcionarios del SAG.

## EXITOSAS VISITAS TÉCNICAS A UNIMARC Y LA ARMADA.

En el marco del ciclo de visitas técnicas que la Asociación Logística de Chile organiza con el objetivo de compartir las mejores prácticas dentro de la industria se visitó el Centro de Abastecimiento de la I Zona Naval de la Armada de Chile, en Valparaíso.



## SÉ PARTE DEL DILOG 2014

Ya estamos trabajando en la Cuarta Edición del Dilog - Directorio Logístico de Alog Chile. Esta valiosa herramienta de trabajo, que se distribuye a los grandes actores de las principales industrias del país y en el extranjero.

A través de este directorio es posible encontrar las soluciones que cada empresa necesita para desarrollar procesos logísticos más eficientes, basados en los requerimientos de productos y servicios. Así, publicando en el Dilog podrás llegar a miles de potenciales clientes de los diversos rubros industriales.

Sé parte de esta nueva edición del Dilog 2014. Para más información, revisa nuestra web [www.alog.cl](http://www.alog.cl) o comunícate con [comunicaciones@alog.cl](mailto:comunicaciones@alog.cl)

Estos documentos, desarrollados sobre la base de las declaraciones aduaneras del Servicio Nacional de Aduanas, buscan ser un apoyo importante para la toma de decisiones al interior de las agencias de carga



El seminario, realizado en las dependencias del SAG en el aeropuerto, se relaciona con el decreto n°30 del Ministerio de Agricultura, publicado el 5 de junio de 2013, en el que se establece la obligatoriedad de que las personas que manipulen animales vivos durante el transporte, carga y descarga, deberá contar con la certificación respectiva.

Por ello, Philip Thiermann, experto de Alog para el manejo de cargas perecibles y



La visita consistió de una presentación, un recorrido por las instalaciones, además de una visita al buque "Blanco", donde los participantes pudieron apreciar las particularidades y complicaciones logísticas propias de un buque de guerra.

El ciclo continuó con el Centro de Distribución de Unimarc de Lo Aguirre, en la ruta 68. Debido al gran interés en participar, la visita se realizó en dos jornadas, que consistieron en una exposición del área logística de SMU y sus procesos, para luego visitar los almacenes seco y frío. ■



UN PRODUCTO: **alog**  **chile**  
Asociación Logística de Chile

## RESERVA AHORA TU ESPACIO

# EL DIRECTORIO QUE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA NECESITA

El Directorio Logístico 2014 se distribuirá gratuitamente en empresas de las siguientes industrias:

Logística	Pesquera y Salmonicultura
Comercio Exterior	Manufacturera
Minería	Automotriz
Vitivinícola	Seguros
Retail	Tecnologías
Hortofrutícola	Combustibles
Forestal	Alimentos
Farmacéutica	Proveedores y Servicios
Cosmética	Otros

## ¿QUÉ ES DILOG?

Es tu herramienta de trabajo, a través de la cual podrás encontrar las soluciones que tu empresa necesita para crear procesos logísticos más eficientes, basados en los requerimientos de servicios y productos.

## MÁS INFORMACIÓN

Información y Ventas:  
[comunicaciones@alog.cl](mailto:comunicaciones@alog.cl)  
 Fono: (56-2) 2544 85 94  
 Fono/Fax: (56-2) 2544 85 93

# AIRMAIL Y TRANSPORTE DE MERCANCÍAS PELIGROSAS: AVANZANDO HACIA UN SISTEMA MÁS EXPEDITO

**Mucho tiempo ha pasado ya desde que en 1911 Henri Piquet trasladó 6500 cartas a lo largo de 13km en su precario aeroplano en India, convirtiéndose en el primer transporte de correo aéreo del mundo. Luego, una vez que en 1918 se estableció el primer servicio de correo aéreo regular entre Nueva York, Filadelfia y Washington, todo sería cuesta arriba para el negocio del airmail.**

Muchos expertos sostienen que, sobre todo en Estados Unidos, fue este novedoso negocio el que sentó las bases para tener hoy un mercado aerocomercial tan grande, y que fue el correo el principal motor para el crecimiento de la investigación y el desarrollo.

Sin embargo, el modelo de negocios se vio en jaque cuando las nuevas tecnologías permitieron que las comunicaciones digitales reemplacen a las tradicionales cartas. De repente, tecnologías como el correo electrónico y el fax comenzaron a conquistar el terreno del correo tradicional, el cual poco a poco iba quedando obsoleto. Pero para alegría de los DPO (operadores postales designados, por sus siglas en inglés) había un mercado que estaba creciendo, el de el envío de paquetes de compras online. La globalización y el internet permitieron que se pueda comprar desde su casa un producto en la otra punta del mundo, posibilitando su envío por correo aéreo al otro día.

Consecuencia de esto gigantes como Amazon, RedBox o eBay comenzaron a tener un volumen tal que debieron negociar acuerdos multilaterales con los operadores postales del mundo, potenciando de esta forma su desarrollo.

## MERCANCÍAS PELIGROSAS

De todas formas, no todo era color de rosas. Muchos de los bienes transportados por correo aéreo tales como teléfonos celulares, tabletas o computadoras, con-

tienen baterías de litio. Estas baterías son consideradas elementos peligrosos, por lo que requieren un proceso de empaquetado y manejo específico para poder ser transportadas de forma segura en avión.

Dada la naturaleza de estos productos, la unión que reúne a todas las entidades postales (UPU) tuvo que cambiar sus regulaciones para permitir que estos productos considerados como mercancías peligrosas puedan transportarse vía aérea. De esta forma no solo tuvieron que cambiar las regulaciones propias, sino que además realizar un lobby en la OACI.

Sin embargo, junto con la competencia comercial habilitada, vienen problemas de cumplimiento y la DPO debe tener su entrenamiento de mercancías peligrosas y procedimientos de aceptación aprobados por la autoridad competente de la Aviación Civil.

La Unión Europea también puso sus condiciones para el transporte de estas mercancías en su espacio aéreo: para transportar airmail se va a requerir información electrónica enviada de forma anticipada, lo cual va a ser implementado por las propias empresas postales. Estas DPO van a tener que proveer detalles a las autoridades de destino cuando se trate de algunos de estos bienes los cuales pueden estar sujetos a gravámenes comerciales, declaraciones de aduana u otros requerimientos como los conocidos formularios estandarizados de la UPU CN22 o CN23.

## LA CLAVE: LA COLABORACIÓN

Obviamente para las DPO, sigue siendo clave que las aerolíneas provean un servicio rápido y de confianza para el creciente repunte del negocio del airmail, el cual ya representa entre el 8 y el 12% de la carga de las aerolíneas.

Este porcentaje está creciendo año a año, por lo que se espera que la cooperación sea el factor clave para acompañar dicho crecimiento. Para eso, algunos miembros del panel de correo aéreo de IATA son también miembros del comité IATA-UPU, el cual fue creado luego de un Memorandum de Entendimiento firmado en la Ciudad de México en el 2007. Esta "entidad" (IATA-UPU) a su vez trabaja con una estrecha relación con la Corporación Postal Internacional (IPC).

Fruto de esta colaboración, ya se ha logrado establecer guías para la implementación del Postal Air Waybill (PAWB), el cual permite estandarizar la documentación creando un puente entre lo que es considerado "correo aéreo" y la "carga aérea".

También se publicaron distintos folletos informativos incentivando el uso de documentación electrónica (EDI) para el negocio del correo aéreo. Por último, se implementó un marco para un Acuerdo de Servicio Postal, el cual servirá como plantilla para establecer provisiones estándar que se deben respetar en cuanto a los aspectos técnicos de los acuerdos bilaterales entre las aerolíneas y las DPO. IATA, a su vez, anuncio que en su manual de Airport Handling va a incluir estándares y procedimientos recomendados para el manejo del correo aéreo.

## MAICAO ADQUIERE TECNOLOGÍA DE AUTOMATIZACIÓN VERTICAL DE BODEGA DE ÚLTIMA GENERACIÓN

MAICAO, una de las principales cadenas de perfumería en Chile, empresa del Grupo SOCOFAR, invierte en automatización del picking, en su bodega de Puerto Madero.



VRC WAREHOUSE TECHNOLOGIES entregó 2 estaciones de picking de alta velocidad, con capacidad conjunta de más de 2000 unidades de picking a la hora. La instalación incluye un sistema de aire acondicionado que genera una presión positiva, evitando la entrada del polvo al interior de los armarios verticales.

MAICAO es una empresa con más de 30 años de experiencia en el rubro de perfumería y cuidado personal. Durante el año 2011, MAICAO es adquirida por Grupo Socofar S.A., y en la actualidad cuenta con más de 80 locales desde Arica hasta Coyhaique, disponiendo de una mayor cobertura territorial para satisfacer las necesidades de sus clientes.

VRC es el representante oficial en Chile de la marca alemana Hänel GmbH, y tiene una oferta integral de servicios con atención hasta 24/7. Con 20 años de experiencia en el rubro, y certificación ISO9001, se dedica al 100% a la tecnología de armarios automáticos verticales.

VRC es el representante oficial en Chile de la marca alemana Hänel GmbH, y tiene una oferta integral de servicios con atención hasta 24/7. Con 20 años de experiencia en el rubro, y certificación ISO9001, se dedica al 100% a la tecnología de armarios automáticos verticales.

## GRUPO IANSA OPTIMIZA SU ALMACENAMIENTO CON MECALUX

Empresas Iansa S.A. es uno de los principales holding agroindustriales del país, y el actor más relevante en la comercialización y producción de azúcar y subproductos de la remolacha a nivel nacional.

Durante los últimos años, Iansa S.A. ha implementado un importante plan de inversiones en infraestructura y sistemas de almacenaje, tanto en su principal Centro de Distribución ubicado en Santiago que atiende la Región Metropolitana, V Región y Zona Norte del país, como también en los centros ubicados en las plantas productivas.

Para desarrollar el plan, Iansa se ha apoyado técnicamente en Mecalux, empresa multinacional líder en sistemas de almacenaje, implementando Racks del tipo Selectivo, Push Back y Dinámico de pallets en las bodegas del CD Quilicura, Planta Los Ángeles y Planta Chillán.

Según comentó el Jefe de la Central de envasado del CD Santiago, Cristian Montero Sandoval, las soluciones de Racks provistas por Mecalux han permitido optimizar los procesos de almacenaje, control de stock y disminución de mermas, preparación de pedidos y despachos; mejorando los niveles de servicio a clientes internos y externos de la compañía.



La idea es replicar estos sistemas de almacenaje de la mano de Mecalux en las otras plantas del holding, ubicadas desde Santiago hasta Osorno, con la finalidad de mejorar la calidad de los procesos logísticos y seguir agregando valor al desarrollo futuro de la compañía.

## GEODIS WILSON DESPACHA PRIMERAS COMPUERTAS DESTINADAS A LA EXPANSIÓN DEL CANAL DE PANAMÁ

La División de Proyectos Industriales de Geodis Wilson - la rama de transporte de carga y logística del Grupo Geodis - completó con éxito el embarque de las primeras 4 masivas compuertas de esclusas destinadas a Panamá.

Durante 2012 Geodis Wilson se adjudicó la gestión de transporte de 16 compuertas de esclusas para la expansión del Canal de Panamá, de más de 4.000 toneladas cada una.

La nave SS "Sun Rise" zarpó de Italia con las primeras 4 compuertas el 22 de julio de 2013, con una travesía de aproximadamente 22 días hasta Panamá. A este primer envío le seguirán otros tres embarques similares, completándose el proyecto de transporte dentro de mediados de 2014.



Las nuevas compuertas son parte de la expansión a gran escala, lanzada por las Autoridad del Canal de Panamá, diseñada para duplicar la capacidad del Canal al año 2015. Las nuevas esclusas permitirán a la nueva generación de buques (post-Panamax) transitar por esta vía, que conecta el Pacífico y el Atlántico.

La superación de este complejo desafío logístico - considerando el peso y las dimensiones excepcionales de las esclusas - ha sido posible gracias a la pericia de la División de Proyectos Industriales de Geodis Wilson que gestiona todo tipo de operaciones de carga sobre dimensionada y extra pesada alrededor del mundo.

93

## CENTRAL BODEGAS YA ES PARTE DEL SELLO PROPYME

Como un sueño cumplido definió Central Bodegas la obtención del Sello Propyme que otorga el Ministerio de Economía a todas las empresas que pagan a sus pequeños y medianos proveedores en un plazo máximo de 30 días.

Esta iniciativa país busca apoyar a las Pymes en su quehacer diario, motor de la economía y que otorga casi el 80% del trabajo a nivel nacional.

Central Bodegas, en su permanente espíritu de mejoramiento, se convierte en una de las primeras empresas de su rubro en adherir a esta iniciativa, que fue creada con dos finalidades. La primera es velar por el pago en un plazo no mayor a 30 días a las micro, pequeñas y medianas empresas, y la segunda es destacar a las entidades que se comprometen a apoyar a los emprendedores del país realizando el pago efectivo de las facturas de sus pequeños proveedores en el plazo establecido por el Sello Propyme.



Central Bodegas está preocupada de sus proveedores, porque entiende que si ellos obtienen sus pagos a tiempo, ellos podrán contar con capital de trabajo necesario para enfrentar otros requerimientos.

Además de obtener este reconocimiento, Central Bodegas trabaja intensamente desde abril de este año para obtener la certificación en la Norma ISO 9001-2008, referida a la calidad de los procesos, la cual esperan obtener antes de terminar este año.

## EXITOSO PARQUE LOGÍSTICO BODENOR FLEXCENTER SIGUE CRECIENDO

El crecimiento constante ha experimentado el Parque Logístico Bodenor Flexcenter. Es así como el pasado mes de julio entró en operaciones la nave tres del complejo logístico. La nueva instalación consta de una superficie de 25 mil m<sup>2</sup>, la cual se divide entre tres selectos clientes como son: Indumotora, Komax y KSB.



Siempre en la línea del desarrollo y crecimiento, dado el éxito de sus instalaciones y servicios, Bodenor Flexcenter estima para fines de 2013 tener en funcionamiento la nave cuatro, instalación que contaría con 28 mil m<sup>2</sup> y para la cual sólo quedan disponibles algo más de 3 mil m<sup>2</sup>.

Cabe destacar que, paralelo al crecimiento señalado, a la compañía se han integrado este 2013, empresas como Ditec Automóviles y SPL, ambos con proyectos a la medida y llave en mano.

El auspicioso futuro de Parque Logístico Bodenor Flexcenter, posicionado como el recinto logístico más moderno de Chile con excelentes vías de acceso y conexión directa con las principales autopistas urbanas, se refleja en el crecimiento estimado para 2014, año en que se espera la construcción de más de 30 mil m<sup>2</sup>.

## MINDUGAR LANZA "TRANSPORTADORES FLEXIBLES" PARA SU LÍNEA DE AUTOMATIZACIÓN

Con gran recepción y éxito fue puesto en el mercado el nuevo producto "Transportadores flexibles - retráctiles" que la compañía fabricante de Racks presenta para seguir sumando a su completa línea de automatización.

"Todos los días estamos trabajando para entregar más soluciones de almacenaje y los transportadores flexibles constituyen otra herramienta que será de gran utilidad para todos aquellos que busquen optimizar y agilizar aún más sus procesos", señala Francisco Letelier, Gerente Técnico de Mindugar.



Dentro de los beneficios que el nuevo producto entrega se encuentra su adaptabilidad, ya que con la característica de "colapsable" y la incorporación de ruedas para su desplazamiento dan un máximo aprovechamiento de los espacios, que sin duda, es un plus para cualquier tipo de necesidad, todo esto sumado al aumento en la rapidez de procesos como recepción y entrega de bultos, hacen de este nuevo producto un verdadero utilitario dentro de los centros de distribución, almacenes o bodegas.

Más info en [www.mindugar.com](http://www.mindugar.com).

94

## TNT LITCARGO: UNA OPERACIÓN ÚNICA, REPLICABLE Y CON MEJORES NIVELES DE SERVICIO

Con el objetivo de mantener un óptimo nivel de servicio, TNT LITCARGO se preocupa de capacitar constantemente a toda su área de operaciones, la cual está compuesta por más de 1800 personas a lo largo de todo Chile.

El sistema de capacitación aplicado es el desarrollado por TNT en Europa, Delivery on Time and in Perfect Conditions (DOTPC), el cual es innovador para la realidad chilena.



Con esto, se busca seguir consolidando la posición de liderazgo de la compañía en el transporte expreso nacional e internacional en Chile, a través de un nivel de servicio cada vez mejor y más consistente para los clientes.

Estas capacitaciones cubren las necesidades que demandan los clientes en el mercado actual, compuestas por técnicas y estrategias que permiten entregar las mercancías a tiempo y en perfectas condiciones.

El foco principal de TNT LITCARGO es optimizar aquellos puntos claves en la operación, mejorando consistentemente los niveles de servicio de cara a sus clientes.

## AR RACKING PRESENTA NUEVAS OFICINAS EN CHILE

AR continúa con su expansión en el mercado latinoamericano. En esta línea, tras más de 3 años de presencia en Chile, la compañía presenta sus nuevas instalaciones.

A contar del mes de julio, las oficinas de AR se ubican en Puerto Madero 9710, oficina A-379, en la comuna de Pudahuel. A este crecimiento, en cuanto a instalaciones, se sumó además dos nuevos gestores comerciales y de proyectos, los cuales estarán orientados a atender las consultas de los clientes.



Esta nueva instalación se suma al almacén de stock propio en Santiago, el que pone a disposición de los clientes una gran cantidad de material con disponibilidad inmediata. AR diseña fabrica y comercializa una amplia gama de sistemas de almacenaje.

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.

Si desea recibir más información sobre los servicios y productos se puede visitar [www.ar-storage.com](http://www.ar-storage.com)



## CASA ROYAL ELIGE CYGNUS WMS PARA SU NUEVO CD EN SANTIAGO

CYGNUS Suite, el WMS con más de 75 implementaciones exitosas, ha sido seleccionado por CASA ROYAL para gestionar su nuevo Centro Distribución (CD), ubicado en Santiago.

La solución propuesta en su conjunto permitirá al retailer de productos electrónicos, gestionar el nuevo CD de manera eficiente y óptima, aportando un control exacto de inventarios, velocidad de localización de productos, optimización de trabajos de picking, sincronización de tareas diversas.



CYGNUS WMS permitirá optimizar el espacio físico de almacenaje, así como los diversos procesos desde la recepción de productos hasta los despachos a puntos de venta y clientes finales, brindando asimismo una sólida integración con el sistema ERP de la compañía y permitiendo el establecimiento de indicadores de performance en toda la operación (KPI's).

CASA ROYAL es una empresa especializada en la comercialización de componentes y productos electrónicos y afines. La compañía, que viene experimentando un fuerte

crecimiento, se encuentra en estos momentos en proceso de acondicionamiento de su nuevo CD, y considera a la implementación del WMS como una pieza clave dentro de su proyecto integral de mejoras logísticas.

## SKC RENTAL MARCA PRESENCIA EN LOS PRINCIPALES PROYECTOS MINEROS DEL PAÍS

SKC Rental, compañía perteneciente al grupo Sigdo Koppers, cuenta con una amplia gama de equipos destinados para la minería, concentrando sus servicios en dos enfoques principales: el arriendo de maquinaria para proyectos mineros, brindando apoyo en labores como la construcción y montaje de plantas o instalaciones; y, por otro lado, en la entrega de equipos para el desarrollo de procesos propios del rubro, como paradas de planta y actividades de producción o mantención.



Para la minería de superficie SKC Rental dispone de una amplia línea de productos relacionados con el movimiento de tierra y obras viales, donde destacan las Excavadoras, Cargadores, Retroexcavadoras, Motoniveladoras, Rodillos Compactadores, Minicargadores Cabinados, y Camiones Tolva, Aljibe, Articulados y Petroleadores.

En tanto para la minería subterránea la oferta se

concentra en Cargadores Bajo Perfil, Manipuladores Telescópicos, Minicargadores Cabinados, Camiones Articulados, además de equipos de apoyo.

SKC Rental, empresa especialista en el arriendo de maquinaria que este 2013 cumple 15 años de trayectoria, ofrece las mejores alternativas para atender de forma personalizada y más eficiente los requerimientos del sector minero de nuestro país.

## APL LOGISTICS DA LA BIENVENIDA A SU NUEVO CLIENTE MICHELIN CHILE

APL Logistics, empresa líder en brindar soluciones integrales para optimizar su Cadena de Abastecimiento, anunció el inicio de las operaciones de su nuevo cliente Michelin Chile, uno de los principales actores dentro de la industria de neumáticos y del sector automotriz a nivel nacional y mundial.

Con una infraestructura de 7.000 m<sup>2</sup> y una capacidad de 6.000 posiciones de racks, APL Logistics brindará un servicio integral desde la llegada de los contenedores a puerto, almacenaje, administración de inventario y distribución a todo Chile y Bolivia.

"Con la llegada de Michelin, APL Logistics refuerza su presencia en el ámbito industrial y se consolida como uno de los principales Operadores Logísticos a nivel nacional," comentó Ignacio Lara, Gerente Comercial de APL Logistics.



El ejecutivo agregó que "tras un detallado y coordinado Programa de Implementación, hemos podido dar el puntapié inicial a esta Operación sin contratiempos y de acuerdo a los altos estándares de calidad de Michelin, al cual agradecemos su confianza y disposición para trabajar en conjunto para sacar adelante este Proyecto."

Por su parte, Paola Seccia, Gerente de Logística de Michelin, recalcó que "nuestro objetivo principal era contar con un partner logístico para desarrollar un esquema logístico integrado y eficiente que de soporte al crecimiento de Michelin Chile y sea un real valor agregado para nuestros clientes. Es un cambio generacional y un gran desafío, y con APL Logistics estamos ciertos de lograrlo".

## CHILEBOX CHINA: DE ASIA A CHILE DESDE TU ESCRITORIO

Comprar telas indias o acceder a la tecnología china sin moverse del escritorio es cada vez más fácil. Chilebox, el servicio de casillas internacionales que ofrece Chilexpress, acaba de lanzar su casilla en China para poder comprar productos en cualquier lugar de Asia Pacífico y traerlos a Chile de forma fácil, rápida y amigable.

La gran cantidad de empresas, microempresas y emprendedores que mantienen un permanente intercambio comercial con países asiáticos llevó a la compañía a crear una casilla que permitiera el transporte seguro y confiable de los envíos desde Asia a Chile.

¿Cómo funciona? La empresa ofrece una casilla en China, lo que permite que la compra llegue a una dirección específica en ese país y luego sea entregada en cualquier lugar de Chile.

Chilexpress se hace cargo de los trámites y cobros aduaneros. El sistema tiene la ventaja de ser 100 % on line: las instrucciones de embarque en China, los pagos, cambiar dirección de entrega, un solo tracking desde China al domicilio final en Chile, entre otras.

China es el tercer destino que ofrece Chilebox, ya que también se puede acceder al comercio online de Europa y Estados Unidos con las casillas de España y Miami.



## INNOVATION DAY 2013 PRESENTÓ NOVEDADES TECNOLÓGICAS PARA SUPPLY CHAIN

**Con ejecutivos de las importantes empresas nacionales se desarrolló el encuentro JDA Innovation Day 2013, organizado por la empresa STG & JDA, el pasado 13 de agosto en el salón Manquehue del Centro de Eventos Casa Piedra.**

En la oportunidad, los asistentes conocieron las novedades en tecnología para los procesos logísticos y las soluciones para optimizar y mejorar el Supply Chain de destacadas compañías tecnológicas como Motorola, Zebra, Honeywell, Vocollect, ATS y Soti. "Es un evento que STG organiza anualmente junto a sus socios estratégicos y va dirigido a los gerentes de las principales compañías en Chile", señaló Carolina Vásquez, Gerente General de STG, al referirse a la importancia de este encuentro empresarial.

La finalidad del congreso, según comentó el ejecutivo, es realizar una exposición de las novedades en tecnología logística y dar a co-



nocer la experiencia de algunas compañías que han incorporado soluciones tecnológicas a sus operaciones y cómo la implementación de estas herramientas podrían ayudar a las compañías chilenas en su nivel operacional. Este año se realizó el congreso en junto con JDA, una de las principales empresas de

software de Supply Chain a nivel mundial, quienes realizaron charlas plenarias para interactuar con los asistentes y dar a conocer sus distintas experiencias.

Finalmente, Vásquez valoró la asistencia de los ejecutivos y recalzó que el objetivo común de ellos, independiente del rubro de actividad, es "buscar una solución capaz de integrar todos los procesos de Supply Chain de sus compañías y que a la vez se puedan interconectar con los sistemas actuales. La idea es que las nuevas herramientas les entreguen visibilidad de lo que pasa, control sobre los procesos y control sobre las acciones de sus empleados".

96

## "EL RECICLAJE DEL PLÁSTICO ES UNA ALTERNATIVA REAL PARA QUE LA INDUSTRIA SE DESARROLLE CON SOSTENIBILIDAD"

**En la inauguración de FULLplast 2013, la ministra Benítez dio cuenta del gran capital para la innovación que tiene la industria del plástico, que hoy genera alrededor de 350 mil toneladas de desechos plásticos, de los cuales solo se recicla el 12%..**

Como una vitrina que permite ver a la ciudadanía cómo las empresas relacionadas con el mundo del plástico ya están actuando para innovar, mejorar sus procesos y así tener un desarrollo más sostenible, definió la ministra de Medio Ambiente, María Ignacia Benítez, FULLplast 2013, feria que reúne en un solo lugar a empresas nacionales e internacionales de la industria del plástico, con cerca de 4.000 visitas profesionales de Chile y el extranjero, quien participó en la jornada de

inauguración del encuentro del plástico, que se realiza entre el 24 y el 26 de julio en Espacio Riesco.

"Esta feria tiene un valor en sí y es que es una instancia que nos permite conocer y mirar, no solamente los nuevos productos y desafíos de la industria del plástico, sino que también las nuevas innovaciones, qué están haciendo para recuperar aquellos que pensamos que es basura, pero que, en definiti-

va, es un recurso y tiene un uso posterior", afirmó. Asimismo, señaló que al Ministerio de Medio Ambiente le interesa que Chile se potencie en la elaboración de productos innovadores para que la industria se desarrolle de una manera más sustentable y "el reciclaje del plástico resulta ser una alternativa real para permitir que la industria en Chile avance hacia el desarrollo sostenible".

# SU CENTRO DE DISTRIBUCIÓN EN TIEMPO RÉCORD SIN INVERSIÓN



**MEGACENTRO**  
BODEGAS & OFICINAS

**RED MEGACENTRO**

ARRIENDO DE BODEGAS Y OFICINAS EN TODO CHILE



\*Próximamente



**Centros de distribución** a la medida desarrollados en nuestras instalaciones. Contamos con 550.000 m<sup>2</sup> de bodegas y oficinas.

## Áreas Verdes



## Mantenimiento



## Servicios de alimentación



## Seguridad



[www.megacentro.cl](http://www.megacentro.cl)  
[www.mibodega.cl](http://www.mibodega.cl)



[contacto@redmegacentro.cl](mailto:contacto@redmegacentro.cl)



(562) 2783 2214  
(562) 2887 7900

LOGISTEC  
SUMMIT AND  
CONFERENCES



ZONA DE  
OPERACIONES  
LOGÍSTICAS



AREA DE  
EXPOSITORES



CHARLAS  
ACTUALIZACIÓN  
Y PRESENTACIONES



BOX DE  
NEGOCIOS



# LOGISTEC EXPO 2014

III VERSION • 27/28 MARZO 2014  
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC  
MEGACENTRO MIRAFLORES



MegaCentro: Miraflores



[www.expologistec.cl](http://www.expologistec.cl)

UNICA FERIA LOGÍSTICA  
EN LATINOAMÉRICA QUE  
SE DESARROLLA EN CENTROS  
Y PARQUES LOGÍSTICOS

"Donde la logística se respira"

Patrocinador principal



Patrocinador



No.  
57

**SDI...**

GROUP • AISL

**Today**

SEP  
2013



**SDI Y OMNI-CHANNEL:**  
UNA INVERSIÓN  
ESTRATÉGICA

## OMNI-CHANNEL

*La nueva forma de llevar los productos al **consumidor***



Nuevo modelo se impone en mayores retailers:

## Omni-channel: moviendo los productos a la velocidad del consumidor

*"A un click de distancia". Esta es posiblemente una de las frases más usadas en el comercio electrónico, y da cuenta de las facilidades que tienen hoy los consumidores para adquirir productos de todo tipo.*

Sin embargo, casi siempre la distancia definida por este click no representa el camino total que el consumidor debe recorrer para hacerse del producto adquirido. Normalmente, este click alude a la transacción y no a la entrega física del producto.

Pues bien, la sofisticación de los consumidores de la era digital está presionando por cambios profundos en la forma en que las empresas, y principalmente los retailers, finalizan el proceso de compra, a través de la entrega física del producto. El cliente que compró a través de un click, ahora quiere recibir la mercadería en un chasquido de dedos.

Así, los plazos de entrega de 48 horas y las ventanas de entrega de medios días o días completos son amenazadas por servicios mucho más afinados, como entregas express

en plazos de 4 a 5 horas, con un nivel de precisión que permite al consumidor no estar anclado en su casa esperando que llegue su adquisición.

Para abordar estos desafíos, en EEUU y en los mercados más desarrollados ya se está hablando de omni-channel o multicanal, un concepto que eleva a un nivel distinto la logística.

**El concepto de omni-channel implica que los productos pueden ser adquiridos por el consumidor a través de cualquier canal, ya sea tienda, catálogo, call center, sitio web o aplicaciones móviles. Pero a la vez obliga a la empresa a despachar esos productos a través del canal más apropiado a los requerimientos de horario y ubicación del cliente.** En otras palabras, omni-channel consiste en optar entre despacho hacia domicilio del cliente desde el centro de distribución, despacho hacia el domicilio desde la tienda más cercana, retiro del producto por el cliente desde alguna de las tiendas, o envío del pro-

ducto a una casilla habilitada en algún servicio, centro, farmacia o cafetería. En cualquier caso, el cliente elige.

### Tendencias internacionales

Un estudio realizado en Estados Unidos por Peerless Research Group y Modern Materials Handling en julio de este año, sobre la base de entrevistas a productores y distribuidores, reveló que los hábitos de consumo están cambiando rápidamente y que sus efectos se harán sentir fuertemente en la industria del retail.

Así, por ejemplo, mientras en la actualidad el canal de venta directa es el más importante, seguido del e-commerce tradicional y del call center, a futuro el mayor crecimiento estará en el e-commerce basado en aparatos móviles. Esto se traducirá en cambios no menores respecto de lo que cada canal aporta a las ventas totales. En tal sentido, se estima que las ventas on-line pasarán del actual 20% a un 29% del negocio. En tanto, las ventas direc-

Patricio Berstein y su visión del omni-channel:

## "Una inversión estratégica para la sobrevivencia y el crecimiento del negocio"

**Consumidores que usan cualquier canal disponible para comprar y empresas que recurren a todos sus canales para entregar los productos comprados.** Así podría resumirse el concepto de omni-channel (o multicanal), que SDI Group está poniendo sobre la mesa con sus clientes de todo el mundo al momento de dar un vistazo al futuro.



En Chile, Patricio Berstein, gerente general de SDI, explica que se trata de un tema bastante novedoso, que ha explotado en los foros especializados este año.

*"Si bien el omni-channel o multicanal incorpora aspectos que no son nuevos, la aparición misma de este concepto es el reconocimiento de que la tendencia va hacia allá. Hasta hace poco, solo un pequeño subconjunto de empresas estaba tomando iniciativas en este sentido, pero ahora el tema se abrió y se percibe como la estructura del futuro",* asegura.

Según Berstein, la aparición del omni-channel se debe a que el consumidor está exigiendo más. "Con la masificación de las redes sociales y la posibilidad de evaluar productos a través de internet, el consumidor puede vitrinear y luego comprar donde más le convenga. Entonces, las empresas,

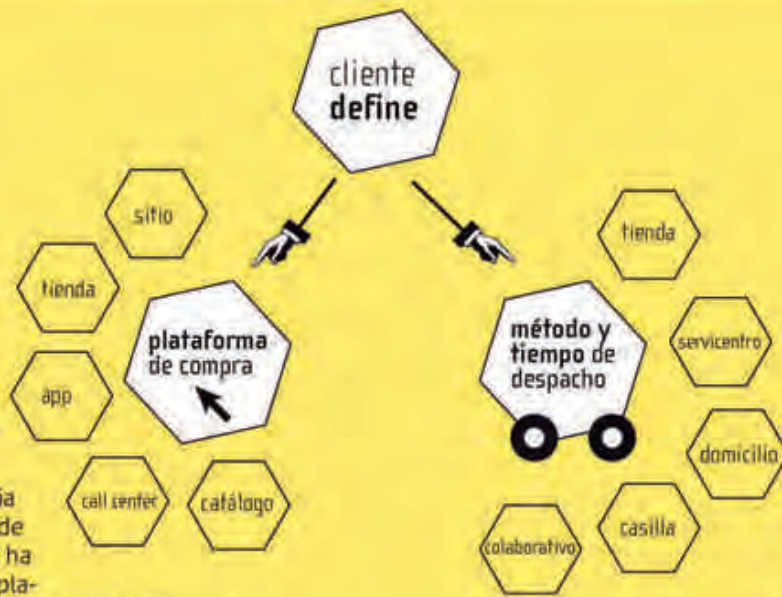
para capturar esos clientes, tienen que adoptar estrategias más agre-

sivas para diferenciarse de la competencia, y una de las formas de hacerlo es en el servicio, con entregas oportunas y en plazos de horas. Más que la velocidad, lo que se requiere es la certeza de entrega, porque la gente no quiere estar todo el día en la casa esperando su paquete".

Para satisfacer estos requerimientos se necesita visibilidad y control de los inventarios, además de una mayor versatilidad organizacional, puesto que las tiendas dejarán su rol exclusivo de puntos de venta directa y deberán transformarse en centros de atención e incluso en "bodegas remotas", para entregar productos en sus respectivas zonas de influencia.

### ¿Qué rol tendrá el centro de distribución dentro del modelo de multicanal?

Debido a que el origen de la venta ya no será el tradicional, se hará bastante más impredecible el comportamiento de cada producto en la tienda y, por lo tanto, la planificación del inventario se complicará. Para enfrentar esto se requerirá reducir los inventarios en tienda y a la vez desarrollar una fórmula muy eficiente y confiable para reponer en corto plazo. Entonces, el CD tendrá una función crítica, ya que deberá ser capaz de reponer pulverizado



tas deberían bajar del 27% actual al 20%, mientras que las redes sociales aportarán un 5% de la venta, comparado con el 2% de hoy.

La evidente relevancia de las ventas a través de medios electrónicos ya ha sido incorporada en la planificación logística de varios sectores, y de hecho muchas empresas han tendido a consolidar en un solo lugar sus inventarios para e-commerce y venta directa. Sin embargo, esto parece ser insuficiente para absorber las necesidades del consumidor actual.

Pruebas de campo están siendo realizadas en este momento por firmas como Amazon, e-Bay, Walmart y Google, para verificar la factibilidad y satisfacción de los clientes en entregas express, con plazos de 4 a 5 horas.

### Oportunidad para el retail

Los grandes retailers tienen ventajas para incorporar con éxito el concepto de omni-channel, ya que disponen de plataformas de e-commerce y social commerce bien afinadas, de tiendas repartidas en las principales ciudades del país y de centros de distribución capaces de incorporar nuevas funcionalidades para manejar el multicanal.

Evidentemente, para satisfacer compras y despachos a través del omni-channel se deben lograr altísimos niveles de visibilidad y precisión de los inventarios, de tal forma de preparar pedidos a nivel de unidad con eficiencia cercana al 100%. Para eso, es necesario invertir en equipamiento, procesos y sistemas.

*Si bien es cierto que para las empresas de retail no es fácil abandonar su estrategia de crecimiento geográfico por una de redefinición de sus canales de venta y despacho, hay consenso en que se abre una oportunidad única para los equipos profesionales de estas firmas de trabajar en conjunto con consultores externos para implementar cambios físicos y sistémicos que le permitan a la empresa seguir creciendo y sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo e influenciado por las mareas que generan los consumidores.*

(pocas unidades de cada producto), pero muy frecuentemente a todos los puntos de venta, y también a los domicilios o casillas de los consumidores finales.

### ¿Entonces habría que tener toda la operación en un solo CD?

Para implementar omni-channel hay que invertir en mecanización y automatización, por lo tanto, mientras más centralizado esté el proceso es más fácil justificar la inversión, a menos que se superen las dimensiones de 100 mil metros cuadrados para un CD. Pero en un país como Chile es dudoso que haya un CD de ese tamaño, y por lo tanto la operación debería concentrarse en un solo CD, pero tremendamente eficiente, para entregar pedidos pulverizados, muy rápido y con mucha precisión.

### ¿En este esquema la empresa deberá gestionar toda la operación o podrá terciarizar?

La tendencia es centralizar todo, por la condición crítica que tienen estos procesos para el negocio de la empresa.

### INVERSIÓN PARA SOBREVIVIR

Patricio Berstein enfatiza que la clave del modelo de multicanal es la información precisa de los inventarios, es decir, qué tengo y

dónde está. "Ciertamente la mecanización en el CD es trascendental para obtener estos objetivos. Respecto de la justificación económica, hay que destacar que el cálculo deja de basarse exclusivamente en la baja en los costos operativos, pues pasa a ser una inversión estratégica para la sobrevivencia y el crecimiento del negocio".

### El omni-channel parece ser una revolución en la forma de hacer las cosas. ¿Cómo se puede lograr la adaptación de la organización y de su gente a este modelo?

Es algo crítico, porque en el multicanal todas las instalaciones donde existe el producto pasan a ser parte del canal de entrega o de toma de pedidos. Por lo tanto, el gerenciamiento asume nuevas complejidades y debe tomar medidas para que todos estén igualmente motivados a satisfacer el pedido del cliente, no importando el origen de la orden o el lugar donde se va a entregar.

### ¿Cómo está trabajando SDI el concepto de multicanal en el extranjero y en Chile?

Desde la fundación de SDI hace 36 años en EEUU, la firma siempre ha estado muy cercana al retail y ha ido de la mano de su evolución. Pasó con el inicio de los centros de distribución centralizados, luego con los centros de satis-

facción de pedidos por internet, hace algunos años con la consolidación de internet y ventas en un mismo CD, y obviamente en este momento estamos alineados con el desarrollo del multicanal. Como siempre, SDI va a seguir respondiendo con las mejores soluciones.

### ¿Qué implica para un retailer mutar hacia el sistema de omni-channel?

Hay que tener las instalaciones apropiadas para hacerlo, hay que redefinir posiciones de trabajo, adecuar sistemas, tener mucha visibilidad de inventario y cambiar los sistemas de punto de venta en las tiendas, que tradicionalmente se han dedicado a controlar el flujo del dinero y ahora deberían orientarse a controlar el flujo de mercadería. No será fácil y habrá que solucionar algunos asuntos.

### ¿Cuáles serían en pocas palabras los pasos a seguir para subirse al multicanal?

Claramente debe haber una decisión corporativa de redefinir la estrategia de acuerdo a la nueva realidad. Luego, desarrollar un plan a cierto plazo, tal vez diez años, y posteriormente ejecutar ese plan, que debe pasar por adecuación de instalaciones físicas, equipamiento, sistemas, software, personal, capacitación, reestructuración organizacional, etc.

George Lever, gerente de Estudios CCS

## En Chile prima la **inmediatez del consumo**



"La eficiencia del proceso logístico ha mejorado bastante en comparación con la situación que existía cuando comenzaron a multiplicarse los canales de venta de las empresas del retail. Al principio, los plazos iban desde las 72 horas a una semana, y hoy algunas empresas puedan entregar el mismo día de la compra", explica George Lever, gerente de Estudios de la Cámara de Comercio de Santiago, entidad que tiene una comisión de trabajo dedicada específicamente a la logística, donde participan retailers y proveedores.

**¿Cuál es su diagnóstico de las capacidades del retail para satisfacer las necesidades del consumidor en cuanto a entregas rápidas?**

Esta es una problemática logística que históricamente hemos tenido como país, pues la venta a distancia y la entrega en domici-

lio nunca han estado bien desarrolladas, salvo para los productos que por tamaño o peso no se pueden retirar en tiendas. Lo anterior ha conspirado contra la formación de una estructura y un servicio logístico para enfrentar de mejor forma el desafío que el retail tiene hoy. Por eso, hay que mejorar, para que los plazos sean más breves y para que el proceso sea más eficiente, con productos que lleguen en buenas condiciones, sin errores en los envíos, con un mejor modelo de localización geográfica de los destinos, etc.

**¿Los retailers serán capaces de adaptarse a los cambios de hábitos del consumidor?**

Creo que el consumidor opta por la solución que más le conviene, basándose en su cultura de compra y en el tipo de bien que está adquiriendo. *El consumidor chileno tiene*



una característica que ha hecho más difícil la penetración de la venta a distancia, que es el sentido de inmediatez del consumo. Somos relativamente ansiosos y cuando compramos algo queremos tenerlo rápido.

**¿Cómo se visualiza el concepto de omni-channel en Chile?**

La diversificación de los mecanismos de entrega tendría que ser positiva, aunque debería considerar el hábito de investigar por internet para luego hacer efectiva la compra en tienda. Entonces, la opción de que el consumidor pueda comprar y desplazarse de inmediato a buscar su producto a un centro de distribución, a la tienda o a un sistema de casillas, puede tener buena acogida, aunque no sirve para todos los consumidores ni para todo tipo de compras.

Brian A. Wehner, de Lululemon Athletica

## Adaptarse al mercado objetivo



"El concepto de omni-channel en el retail surge por la adaptación de los consumidores a los smartphones, tabletas y redes sociales. Inicialmente fue usado para introducir nuevos productos y crear relaciones con los consumidores. Luego se convirtió en una herramienta efectiva para impulsar la demanda a través de promociones vía amigos, expertos y personalidades. Y, finalmente, este multicanal de marketing se transformó en un multicanal de distribución, ofreciendo a retailers y consumidores la oportunidad de compras satisfactorias en tiempo real", asegura Brian A. Wehner, director de Logística y distribución del retailer de artículos deportivos Lululemon Athletica en EEUU.



Athletica en EEUU.

**¿Qué están haciendo hoy en día los pequeños y grandes retailers para ampliar sus canales?**

Pequeños y grandes retailers están comprometidos en distintos grados con omni-channel, tanto en marketing como en distribución. Esto se aplica a la pizzería de barrio, a través de su cuenta de Facebook, o una gran marca, que usa profesionalmente Twitter y Facebook. Lo importante es recalcar que los principales beneficiados serán aquellas compañías que desarrollen estrategias de largo plazo que combinen marketing omni-channel con distribución omni-channel y entrega a domicilio.

**¿Cuáles son los beneficios de implementar omni-channel para una compañía?**

Los beneficios del omni-channel derivan del uso adecuado de redes sociales, smartpho-

nes, herramientas web y dispositivos inteligentes en tienda. La apropiada coordinación de todo esto genera fidelidad del consumidor, impulsa nuevos flujos de consumo y ofrece una oportunidad a los clientes de tener una compra online sin inconvenientes.

**¿Todo tipo de compañías pueden adoptar este modelo, y qué pasará con aquellas que no lo hagan?**

Las compañías que no inviertan apropiadamente en una estrategia omni-channel corren el riesgo de generar alienación respecto del consumidor. Las redes sociales y las preferencias del consumidor evolucionan rápidamente. **Con omni-channel las empresas tienen la opción de adaptarse a su mercado objetivo o de moverse de acuerdo a la tendencia de consumidores y redes sociales.**