

Logistec

para Profesionales Informados



Descarga la Nueva Aplicación
que Logistec Expo 2014
Diseño para ti!



DISPONIBLE EN
Google play

Consíguelo en el
App Store

[www.revistalogistec.com]

UN MERCADO EN CONSTANTE DESARROLLO

CONSULTORÍA

expomin
OFICINA OFICIAL MEDIO AMBIENTE 2014

red
de Ali
mentos

alog
chile
Asociación Logística A.G.



SUPPLY CHAIN: **LOGÍSTICA FARMACEÚTICA**
UN DÍA EN: **CD VICSA**

TECNOLOGÍA: **WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM**
EN RUTA: **RENOVACIÓN DE FLOTAS**

LOGISTEC
EDICION

81

FEB. I MAR. 2014
CIRCULA INSERTO
SDI - AISL
BODENOR FLEXCENTER
INVITACION

expect more.



GEODIS
wilson

SOLUCIONES INTEGRADAS | ENFOCANDO EL SECTOR AUTOMOTRIZ

AUTOMOTIVE

Afrontando los desafíos de la industria automotriz

Entendemos que la industria automotriz tiene su propia escala de desafíos.

Cuando se trata de soluciones de transporte usted necesita una contraparte ágil y confiable que cuente con un historial comprobado y que trabaje para usted - las veinticuatro horas del día -

para suministrar entregas integradas puerta-a-puerta todos los días del año. Un socio que conciba soluciones transparentes, a la medida, y que hable su mismo idioma vía canales claros de comunicación.

Expect more. Geodis Wilson



AGUNSA

Transformando ideas en valor

AGUNSA REPORT

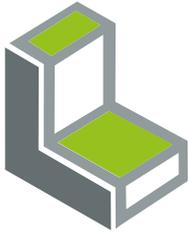
Una empresa **AGUNSA**

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



LOGISTEC
EXPO 2014

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

AÑO 12 EDICION 81
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

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Sergio Flores | Rodrigo Garrido | Eugenio Caldentey
José Lizana | José Horacio V. | Pablo Bugueño |
Juan Carlos Saura

SUSCRIPCIONES
mercedes.mura@revistalogistec.com

REVISTA LOGISTEC ES IMPRESA EN CHILE Y
ES UNA PUBLICACION DE 303 EDITORIALES
S.A. | Se prohíbe la reproducción parcial o
total sin el consentimiento escrito por parte de
303 EDITORIALES S.A. Reservados todos los
derechos, las opiniones vertidas son de exclusiva
responsabilidad de quienes las emiten.

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO

 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.skrental.com » 9	 www.tnt.cl » 11
 www.sdigroup.cl » 13	 www.eit.cl » 15	 www.bsf.cl » 17	 www.cosenza.cl » 19
 www.cercatechology.com » 21	 www.tw.cl » 23	 www.legno.cl » 25	 www.estrellasolitaria.cl » 27
 www.redmegacentro.cl » 29	 www.cygnussuite.cl » 31	 www.tecsidel.cl » 33	 www.goldenfrost.cl » 35
 www.svl.cl » 39	 www.aplogistics.com » 41	 www.diplomadosusach.cl » 43	 www.warehousing.cl » 47
 www.i-tec.cl » 49	 www.stgchile.cl » 51	 www.tamegal.cl » 81	 www.greenlogistic.cl » 59
 www.mecalux.cl » 61	 www.spitec.cl » 63	 www.aep.cl » 65	 www.cabm.cl » 73
 www.arrimaq.com » 75	 www.borealtech.com » 77	 cl.vrc.pt » 79	 www.palletless.cl » 80
 www.mindugar.com » 83	 www.wayupsoftware.cl » 85	 www.centralbodegas.cl » 87	 www.ar-storage.com » 77
 www.tubular.cl » 90	 www.tds.cl » 93	 www.ecommerce day.cl » 95	 www.expomin.cl » 97
 www.expo-carga.com » 99	 www.cmiuchile.cl » 101	 www.sdigroup.com » Inserto	



CONOCE MAS DE LOGISTEC DESCARGANDO
MEDIA KIT 2013 O INGRESA A
http://bit.ly/mediakit_lgt_2013

BIENVENIDOS A LOGISTEC EXPO 2014!!!

Cada una de las ediciones, a lo largo de estos 13 años, tiene su encanto y mística, pero siempre hay algunas que son especiales. Esta ocasión es una de ellas, ya que como medio estamos ad portas de nuestra tercera versión de Logistec Expo 2014 que se realizará los días 27 y 28 de marzo próximo, en las instalaciones del nuevo CD de Megacentro. Nuestro rol como medio de comunicación especializado se ve fuertemente confirmado con este tipo de eventos, más aún cuando, en esta oportunidad, la muestra logística será acompañada por Supply Chain Conferences 2014.

Con el afán de transformarse en una plataforma de intercambio de conocimiento, se llevará a cabo de forma paralela el 28 de marzo el seminario internacional que contará con la participación de expertos líderes de la industria logística a nivel internacional, como son: Matías Enz, instructor en los MBA, MSC y Executive Education Program en la Universidad Estatal de Ohio.

En su exposición el académico abordará temáticas como el valor de las relaciones con proveedores y clientes y los procesos claves de Supply Chain Management y David Simchi-Levi, profesor de sistemas de ingeniería en MIT realizará una clase,

donde tratará la integración de la cadena de suministro y la reducción de complejidades. Para que los visitantes interactúen con las empresas expositoras, Logistec Expo 2014 contará con una completa zona de Demo con la implementación necesaria para simular una operación logística completa, utilizando tecnologías y equipamientos que permita visualizar una operación eficiente.

Esperamos que esta versión de Logistec Expo sea aún más exitosa que las anteriores para consolidarnos definitivamente como la feria logística más importante a nivel latinoamericano.



PUNTO DE VISTA 4
Arnold Maltz
Tiempos de Entrega

DÍA EN 8
CD Vicsa

SCM ESTRATÉGICO 16
Consultoría 21
Servicio al Cliente 24
Retail

ANÁLISIS 32
Sergio Flores 36
Rodrigo Garrido 38
Eugenio Caldentey

EN PRÁCTICA 54
WAREHOUSING 56
ESTRELLA SOLITARIA 66
BATERÍAS TUBULAR 68
AISL SDI 79
INLOG

LÍDERES 58
José Lizana 60
José Horacio Villalobos 62
Pablo Bugueño 64
Juan Carlos Saura

ACTUALIDAD 90
Paro Portuario 92
Visión Estratégica de la SCM 94
Asociaciones



3

P12
SUPPLY CHAIN
LOGÍSTICA FARMACEÚTICA
LOGÍSTICA DE REVERSA

P44
EQUIPAMIENTO Y TECNOLOGÍA
FLOTAS
WMS

P72
EN RUTA
EMBARCADORES
RENOVACIÓN DE FLOTAS

P84
RRHH
CLAVES DEL ÉXITO EN LA ORGANIZACIÓN
EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS DE RRHH





Dr. Arnold Maltz
Associate Professor of
Supply Chain Management
W. P. Carey School
of Business
Arizona State University
Tempe, Arizona
USA



MANEJANDO LOS TIEMPOS GLOBALES DE ENTREGA

Para conocer sobre cómo hacer frente a la incertidumbre en la cadena de suministro mediante un inventario o stock de seguridad, el profesor Maltz desarrolló para revista Logistec un artículo para profundizar sobre el este tema.

El comercio exterior, como actividad, es crucial para muchos mercados emergentes y medianos, considerando tanto los lados de importación como exportación de la ecuación.

La confiabilidad de estos flujos importantes es una función que involucra a muchas partes diferentes dentro del proceso. Ante esta característica, los procesos de producción, transporte terrestre, transporte internacional y portuario tienen que trabajar en conjunto para obtener entregas predecibles y constantes a los clientes extranjeros y de fuentes extranjeras.

Sin embargo, nuestra investigación sugiere que las formas habituales de tratar con la variación del tiempo de espera pueden no estar basadas en la realidad

y en las condiciones que ésta entrega. Frente a este escenario, este artículo resume algunos de nuestros hallazgos y sugiere métodos que pueden mejorar los resultados empresariales. Hoy en día, las empresas le hacen frente a la incertidumbre de la cadena de suministro mediante un inventario, es decir, un stock de seguridad. La mayoría de los libros sobre esta materia describen a este respecto un proceso de dos pasos para determinar la cantidad de stock de seguridad que hay que tener para hacer frente a la incertidumbre. Dado que el transporte del inventario es un proceso costoso, es importante entender este procedimiento.

PASO 1: CUANTIFICAR LA VARIABILIDAD Las empresas deben tratar de determinar la desviación estándar de la demanda durante el tiempo de espera. Bajo supuestos muy generales, la fórmula a utilizar para esto es, donde:

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) 23389300 / info.chile@kuehne-nagel.com

www.kuehne-nagel.com

= Desviación de la demanda sobre el tiempo de espera

D = Promedio de demanda diaria

L = Promedio de tiempo de espera

L) = Desviación estándar del tiempo de espera (días)

D) = Desviación estándar de la demanda (diaria)

Esta fórmula no depende de ninguna suposición sobre la forma extrema de las variaciones de la demanda y el tiempo de espera o con qué frecuencia se producen demoras y cuándo los puntos más altos ocurren. Con la creciente disponibilidad de datos de buena calidad, las cantidades principales se pueden medir, aunque hay algunos temas como describimos más abajo. Las verdaderas dificultades vienen con el Paso 2.

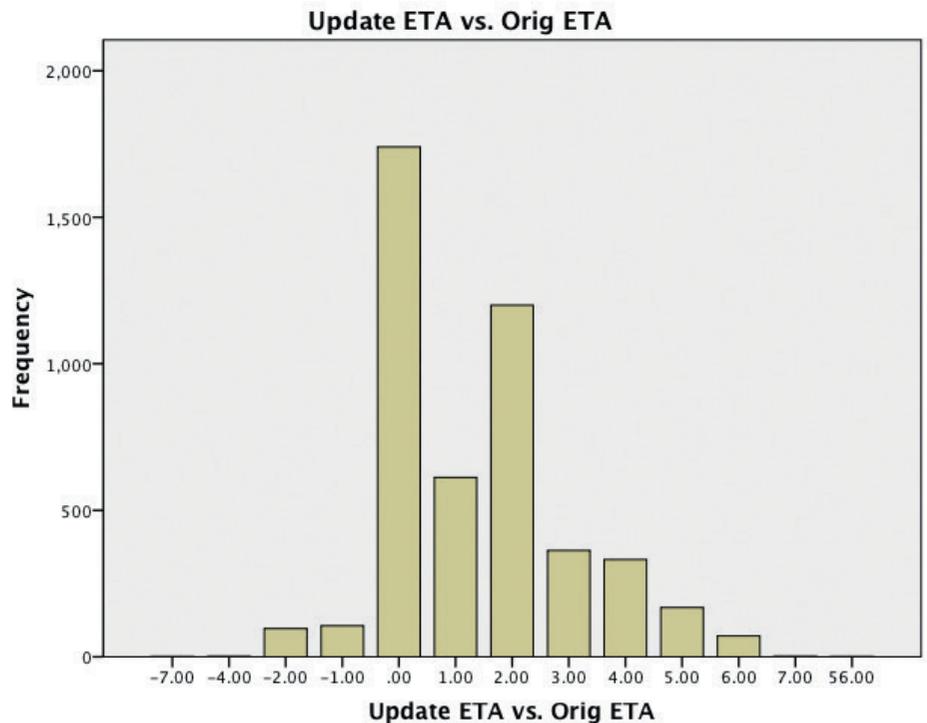
PASO 2: TENER STOCK DE SEGURIDAD PARA ALCANZAR NIVELES DE SERVICIO DESEADOS

El software de manejo del inventario estándar e incluso las empresas relativamente sofisticadas en este punto, a menudo, multiplican el anterior por una constante; y se supone que el nivel de existencias de seguridad resultante garantiza un nivel de servicio particular.

Normalmente dicha constante podría ser 1.64 para el servicio del 95% o el 2 para el servicio del 98%, donde éstas corresponden a un 5% de posibilidades de desabastecimiento o un 2% de probabilidad de un desabastecimiento correspondiente.

El uso de estas constantes implícitamente asume que los retrasos siguen la distribución normal familiar. Por desgracia, esto no es generalmente así. La figura adjunta muestra

"POR DESGRACIA, LOS DATOS NECESARIOS A MENUDO SE CONFUNDEN ENTRE LOS AGENTES, EMPRESAS DE TRANSPORTE, OPERADORES DE TERMINALES PORTUARIAS, ETC"



que los retrasos son mucho más comunes que las llegadas con anterioridad y que los retrasos no siguen una distribución normal.

RECOMENDACIONES

Frente a este panorama y ante esta información, si usted es un exportador cuyos clientes esperan una alta confiabilidad, o bien, un importador dependiente del flujo predecible de los suministros, ¿qué debería hacer?

En general, el comercio exterior es menos controlable que las ventas nacionales, sin embargo, se puede medir la variabilidad de un extremo al otro. Necesita trazar la demanda y tiempo de espera por envío desde el proveedor (en el país exportador) hasta el final cuando llega al cliente (en el país importador). Unos vez que se cuente con estos datos se puede observar la variabilidad y calcular el para sus flujos. Esto le dirá si hay un problema y cuán grande es. Normalmente, usted encontrará dos resultados – muchos envíos fluirán a través de una base predecible

con pocos problemas y otro conjunto de envíos llegará con retraso, por una variedad de razones tales como la Aduana, perdió el barco, variaciones del tiempo, etc. Si se logra encontrar una causa común para el segundo grupo, usted puede ser capaz de reducirlo.

MAPA DEL PROCESO

Sabemos que las cadenas de suministro globales tienen múltiples pasos. Cuando se perciben que se está experimentando grandes variaciones, es necesario saber si hay cuellos de botellas específicos que valgan la pena su tiempo.

Mapeo del proceso para determinar el promedio y las variaciones del transporte interior, procedimiento en puerto, tiempos en el océano, el procesamiento de importación y la entrega nacional debieran mostrarle dónde concentrar sus esfuerzos. Por desgracia, los datos necesarios a menudo se confunden entre los agentes, empresas de transporte, operadores de terminales portuarias, entre

otros actores del proceso., y las definiciones específicas, como: ¿cuándo comienza el tiempo en puerto? ¿Es la descarga el problema, el tiempo en el muelle, el tiempo para el despacho? Todo esto es importante para tomar una buena decisión. Sin embargo, si tiene que "mejorar" su proceso de importación o exportación, usted debe tener todas las piezas de este proceso a su disposición.

CONCLUSIÓN

Las cadenas de suministro globales son inherentemente más complicadas y por lo tanto sujetas a una mayor incertidumbre, dado los factores que ellas se involucran. Es así como el stock de seguridad es una manera de hacer frente a esta realidad, dando una herramienta de respuesta a las empresas.

Sin embargo, conseguir un inventario de seguridad adecuado y acorde a las eventuales necesidades de una compañía es un proceso importante, ya que significa y, se debe considerar, como un factor relevante que arroja un costo considerable para una empresa; más aún cuando este stock está sujeto a sufrir la obsolescencia y deterioro propio, producto de lo que un periodo extenso de almacenamiento puede significar.

El desafío en las transacciones comercial y en el funcionamiento de las cadenas de suministro globales va más allá de las respuestas obtenidas desde libro, por lo tanto la tarea está en la importancia de investigar los distintos componentes para optimizar la tan importante cadena de suministro, para así gastar lo necesario, pero no de más, para satisfacer los distintos requerimientos y necesidades de sus clientes.

Entre otras publicaciones representativas del profesor Maltz se encuentran: "Understanding the Financial Consequences of the Bullwhip Effect in a Multi-Echelon Supply Chain", publicado en Journal of Business Logistic; 'Purchasing Managers' Perceptions of Low Cost Countries and Geographies: A Perceptual Mapping Approach" que fue publicada en la International Journal of Physical Distribution and Logistics Management, 2009. 

¿TENEMOS UN STOCK DE SEGURIDAD?

El inventario es quizás es el corazón de todo proceso logístico. El número de productos o sku's que se mantenga en los almacenes es la clave de cada una de las operaciones. La importancia de este factor lo ha llevado a ser fundamental en el contexto de la administración, organización de la empresa, gestión y del departamento comercial de la empresa.

Ante la sensibilidad de este factor y la estrecha relación que tiene con la satisfacción que perciben los clientes y, por ende, el éxito general de la operación es necesario determinar correctamente el inventario o stock de seguridad.

Este stock permite a las empresas satisfacer la demanda de los clientes, aunque se encuentre en situaciones como: retraso del proveedor, problemas del recurso humano, crecimiento no previsto de la demanda en un producto o una avería en la máquina de producción.

En otras palabras, el denominado también "colchón de seguridad", es la cantidad de inventarios que se deben tener en existencia para absorber fluctuaciones al azar en la Demanda o la utilización durante el Tiempo que transcurre entre la colocación del pedido y su recepción en bodegas.

La determinación del tamaño más apropiado para el colchón de seguridad incluye un Equilibrio entre el Costo de quedar probablemente sin existencias, y el Costo de mantener un stock de seguridad suficiente, como para evitar esta probabilidad. La capacidad de las empresas de calcular el número de Stock de seguridad es clave y en dicha ecuación deben ser considerados buena parte de los factores que se involucran en este proceso.

**¿Tenemos un stock de seguridad?
¿Lo calculamos correctamente? ¿Nos permite este inventario responder o evitar un quiebre stock?**



EMO TRANS

EMO TRANS CHILE CELEBRATING 10 YEARS



SANTIAGO · IQUIQUE · ANTOFAGASTA



EMO Trans began providing professional air freight services in Germany in 1965. Since that time, our capabilities have expanded to include virtually every facet of worldwide shipping. Yet one thing has remained constant: our ongoing commitment to providing customized, reliable, door-to-door solutions for every customer. In a business where creativity is often the difference between on time delivery and frustration, there is no substitute for the ingenuity and commitment of EMO Trans' people.

- Air and Ocean freight.
- Export and Import, Transit.
- Customs clearance.
- Dangerous goods handling.
- Projects.
- Insurance.
- web-based T&T.

EMO-TRANS Chile S.A.
(Head Office)

Fidel Oteiza 1916, Office 402
Providencia Santiago de Chile
PH.: 56-2-22047000
e-mail : info@emotrans-chile.cl



Luis Castillo
Gerente de Logística
VICSA



8

CD VICSA: LA NUEVA CASA DE LA SEGURIDAD INDUSTRIAL

Hace más de un año, la empresa arribó al centro de BSF La Farfana para instalar lo que sería su nuevo centro de operaciones logísticas. Hoy, su gerente de logística ve con alegría los resultados tras la inversión, del punto de vista operacional y de la percepción que han tenido los clientes tras el cambio.

Catalogada como una de las empresas mayoristas de Seguridad Industrial más importante en Chile y Latinoamérica, Vicsa se ha desarrollado con fuerza en los últimos años. El crecimiento sostenido llevó a la empresa a concretar uno de sus mayores proyectos: Su nuevo Centro de Distribución. Motivados en conocer los cambios a nivel operacional que generó la nueva instalación nos tras-

ladamos a la comuna de Pudahuel, específicamente al centro de bodegaje de Bodegas San Francisco (BSF), La Farfana, el cual alberga el CD de Vicsa.

En sus 10 mil m² de superficie, el centro alberga la totalidad de las operaciones logísticas de la compañía. Operaciones intensas en procesos de importación, lo que origina la necesidad de una coordinación precisa de espacios y recursos logísticos.

10:30 horas. Para conocer los pormenores de este Centro y su operación nos reunimos con el Gerente de Logística, Luis Castillo, quien recibió a Logistec para recorrer juntos las áreas de este CD. Al arribar al lugar, lo ordenado del centro y la tranquilidad operacional es lo primero que nos llama la atención.

Desde la oficina de Castillo tenemos visión de buena parte del CD, en especial la zona de almacenamiento. A modo general, el gerente nos comenta que "hoy ésta es nuestra única instalación logística. Desde acá distribuimos a todos nuestros distribuidores oficiales a lo largo del país y parte del continente". Nuestro guía, ingeniero en informática de profesión, ha enfocado su

carrera en el rubro logístico, transformándose este centro en su mayor logro profesional en términos de diseño e implementación.

“Este centro vino a responder una problemática que tenía la compañía del punto de vista logístico, ya que debido al crecimiento comercial de la compañía había llevado al área logística a crecer de modo inorgánico. Ante esta situación la empresa decidió instalarse con este centro, el cual nos permitió tener todo en un mismo lugar”, comenta Castillo.

UNA NUEVA VISIÓN LOGÍSTICA

11:05 horas. Con una instalación de 10 mil m2 con 18 andenes de carga y andenes y más de 11.500 posiciones de pallet instaladas, Vicsa doy un gran salto, en septiembre 2012, del punto de vista del diseño de sus operaciones logísticas.

“Pasamos de administrar cerca de 5 mil m2, distribuidos en tres almacenes, a tener 10 mil m2 en un solo recinto, con un layout único y con tecnologías únicas. Este cambio ha sido extraordinario, personalmente ha sido como hacer una maestría en logística, desde el diseño del almacén, la compra de equipos y maquinarias, el traslado, etc”, enfatiza el Gerente de Logística al referirse al significado de este nuevo recinto.

11:15 horas. Tras el primer año de funcionamiento, tiempo propicio para los ajustes de este nuevo sistema, “hoy, desde un punto de vista profesional y logísticos, estamos disfrutando de lo que significa esta nueva instalación. Ahora tenemos todo en un mismo lugar y para un profesional de la logística, esto es fundamental. Este nuevo orden se ha traducido en un mejor nivel de servicio en términos logísticos, lo que permite entregar mayor valor agregado a nuestros clientes”. Hoy todos los movimientos logísticos (entrada y salida de productos) salen desde este centro en Pudahuel

para lo cual cuentan con aproximadamente 50 personas, quienes se desempeñan en las distintas tareas logísticas. “Tenemos varios canales de distribución y ventas, entre ellos los más importantes son las grandes superficies donde atendemos a los retailers y redes ferreteras y un canal exclusivo para nuestros distribuidores oficiales. Vicsa, por política comercial, no atiende a cliente final, lo que nos permite tener una cadena logística más corta”, señala Castillo.

PROCESO DE ENTRADA

11:30 horas. Conocida las características generales de este CD, nuestro guía nos invita a recorrer las instalaciones para conocer en terreno el funcionamiento. Salimos de su oficina, ubicada en un segundo piso, aledaña a la zona de fiscalización. Previstos de cascos y todas las medidas de seguridad, comenzamos con el recorrido. Al inicio, Luis nos cuenta que los productos, al ser en su mayoría

Los que saben elegir se van a la segura

Trabajar con **SK Rental**, es contar con la tranquilidad de obtener siempre un servicio de excelencia y calidad, además de la más amplia cobertura en todo Chile en equipos y maquinaria para la industria.

SK Rental, una empresa Sigdo Koppers.

CHILE
Panamericana Norte 15.800
Lampa / Santiago
(56 - 2) 283 735 00

PERÚ
Panamericana Sur Km. 20.2
Villa El Salvador / Lima
(51 - 1) 514 12 00

COLOMBIA
Autopista Norte Km. 20
Chía / Cundinamarca
(57 - 1) 592 19 00

BRASIL
Av. Juscelino Kubitschek
de Oliveira 520
Bairro Cidade Industrial
Curitiba / Paraná
(55 - 41) 305 266 66



Arriendo
de equipos y
maquinarias



importación, ingresan en un número invariable al centro. "A veces tenemos decenas de contenedores en un corto plazo y otras veces los tiempos son un poco más holgados. Sin embargo, tratamos de que el proceso de recepción de mercaderías sea continuo", comenta.

Dentro de las características de los productos que arriban a este almacén, nuestro anfitrión nos cuenta que corresponden a carga general, carga seca y nada de perecibles, lo que da un cierto manejo de la carga.

En cuanto a la llegada de los productos, éstos llegan como carga a piso, por lo cual tras ser descargados comienza un proceso de palletizado para ser almacenado en algunas de las posiciones designada. Una vez dispuesta la carga en el pallet es enviada al sector de almacenamiento designado por el software de administración utilizado por Vicsa.

ALMACENAMIENTO

11:50 horas. Al recorrer los pasillos, el cuidado por los productos almacenados y la limpieza y orden son evidentes. Con más de 11.500 posiciones de pallet, este centro logra satisfacer las necesidades de almacenamiento de Vicsa.

Los productos son almacenados en estanterías del tipo rack selectivos, de cinco niveles de altura, donde cada uno de las posiciones es para pallet de hasta mil kilos. Para acompañar la tarea de almacenamiento, Castillo nos cuenta que la maquinaria para realizar el movimiento de la mercadería fue adquirida directamente por Vicsa en Alemania y ésta cumple con las características requeridas por el diseño del layout del centro en cuanto a espacio, ancho de los pasillos y alturas de las estantería, túneles, etc.

PICKING Y PREPARACIÓN DE PEDIDOS

Tal como nos señaló en un comienzo, Castillo nos reitera que desde este almacén se

abastece a todos los distribuidores oficiales y los distintos canales de venta de Vicsa, lo que conlleva un movimiento importante en cuanto al número de pedidos.

"Todos nuestros procesos son soportados por el software de administración del almacén. Además, tenemos una estrategia de picking, la cual permite buscar el producto desde el primer piso de la estantería hacia arriba. En general, es el sistema el que nos indica desde dónde tomar las mercaderías, pero también tenemos la posibilidad de realizar el proceso de picking en modo manual", comenta el profesional.

En este punto, Castillo agrega que el haber diseñado esta estrategia, permite administrar el proceso de reposición, ya que "si el sistema arroja que el producto está en altura, eso nos indica que existe necesidad de reposición en los primeros niveles. Entre más productos estén disponibles en los primeros niveles, más se agiliza la preparación de pedidos y se disminuye el uso de maquinaria". Es así como una vez recibida la orden de pedido, el picker saca la mercadería de la estantería en función del pedido y de acuerdo a la ubicación que le determina el software en la respectiva onda de picking.

12:15 horas. Una vez terminado el pedido, éste pasa a una zona de fiscalización, donde un grupo de personas revisa el pedido y, por ende, la tarea realizada por el área de picking, ante de ser despachado. Una vez finalizada la fiscalización se cuadra la información con el transportista en términos físicos y documentales, luego de esto es enviada la orden al área de administración logística para que emita la documentación fiscal necesaria para que el área de transporte pueda finalmente dar la salida a ruta del pedido respectivo.

"El trabajo de fiscalización es súper importante, ya que como su nombre lo indica fiscaliza que el pedido sea el correcto, que en picking hayan realizado bien el trabajo y que el transportista lleve lo que efectivamente dice la documentación, para con ello entregar un buen servicio de calidad a nuestros clientes", señala nuestro guía.

ÁREA DE VALOR AGREGADO

12:25 horas. De acuerdo a las características de los clientes que abastece Vicsa, en especial aquellos relacionados con el mundo del retail, muchas veces se requiere una preparación especial de los productos, para lo cual la empresa cuenta con un área especializada y enfocada a realizar este tipo de trabajo, donde destaca la colocación de etiquetas especiales, la ubicación de instructivos, los procesos de packing y también de kitting.

"Los retailers nos piden los productos listo para ser exhibidos en las góndolas y es aquí donde nosotros preparamos esos productos, los separamos por unidad, los preparamos de acuerdo con las necesidades de los clientes y los envasamos nuevamente para ser despachados de acuerdo a los requerimientos de entrega especiales de cada uno de ellos", comenta el gerente de Logística. Asimismo, el profesional agrega que cada uno de los clientes tiene especificaciones distintas, lo que hace fundamental el trabajo realizado por esta área del centro".

DESPACHO

12:40 horas. Nuestro anfitrión nos cuenta que con este nuevo centro la capacidad de despacho se ha multiplicado para Vicsa.

"Hoy el contar con toda la operación logística en un solo recinto nos permite optimizar los tiempos, permitiendo así dar respuestas rápidas a nuestros clientes", añade Castillo. Con la colaboración de un proveedor exclusivo de Transporte, Vicsa distribuye de forma directa a los distribuidores de Santiago y a los distintos canales. Desde el punto de vista de la infraestructura, el Centro cuenta con un espacio destinado para la ubicación de los pedidos ya listos para ser despachados por uno de los 8 andenes destinados para la salida de mercadería. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

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



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

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

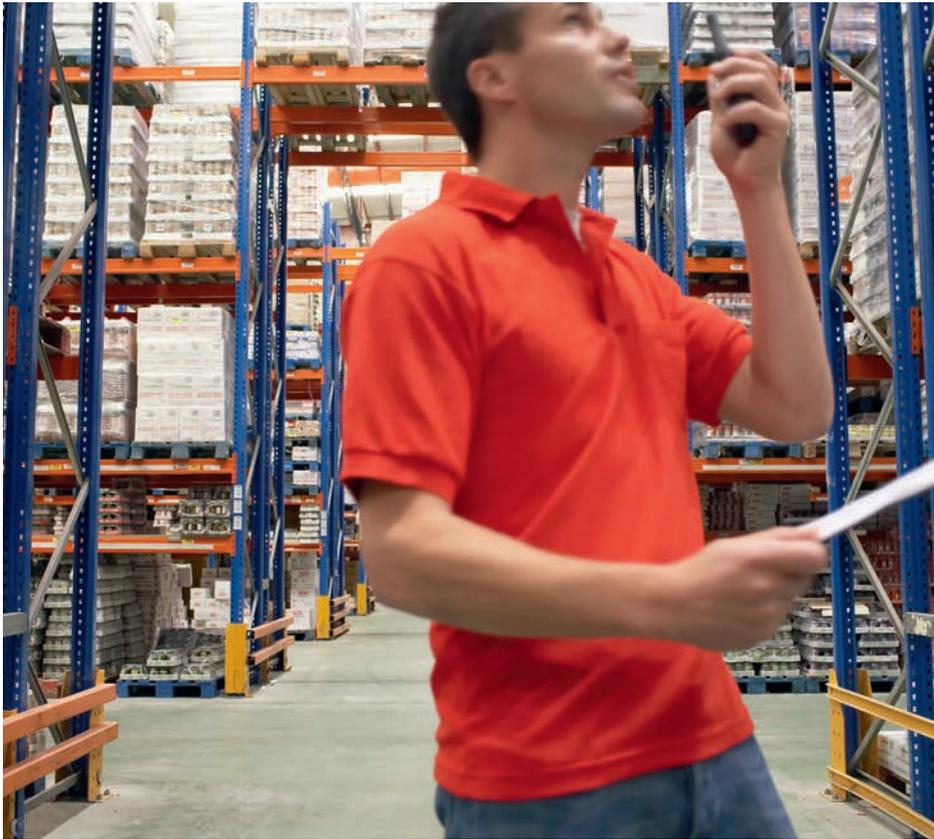
Regiones: 600 360 5020

www.tnt.cl

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



express



12

LOGÍSTICA FARMACÉUTICA: UN MERCADO REGIDO POR LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SENSIBILIDAD DE SUS PRODUCTOS

AL IGUAL QUE LA EDICIÓN ANTERIOR ABORDAREMOS LA LOGÍSTICA FARMACÉUTICA, PERO EN ESTA OPORTUNIDAD DESDE LA VISIÓN DE LOS PROVEEDORES LOGÍSTICOS. REQUERIMIENTOS, DEMANDAS, ESPECIFICACIONES Y MUCHO CONTROL SON ALGUNAS DE LAS CLAVES PARA TRANSFORMARSE EN UN OPERADOR LOGÍSTICO DE CALIDAD PARA ESTE IMPORTANTE SECTOR COMERCIAL.

Para nadie es un misterio que la industria farmacéutica genera miles de empleos y millones de dólares en el mundo. Considerado uno de los rubros más rentable de la economía, el mercado farma se destaca también por lo estricto y exigente de sus

procesos. Logística minuciosa, transporte especial y personal calificado son sólo algunos de los requerimientos que este sector.

Los estándares en materia de logística en esta industria son muy rigurosos. Control de temperaturas, la manipulación correcta

de los productos o el transporte son sólo algunos de los procedimientos que marcan su operación; procesos cuya finalidad es poner a disposición del cliente final los medicamentos que necesitan con los estándares adecuados y óptimos, lo que obliga a la industria a contar con procesos que protejan la cadena logística de éstos. Como en muchos otros sectores donde la competencia es estrecha, el mercado farmacéutico ha visto en la logística un sello que caracteriza la efectividad y eficiencia de sus procesos; situación que a la larga arroja beneficios económicos al reducir los costos en áreas como el almacenamiento, transporte y distribución.

La primera parte de este artículo de Logística Farmacéutica, publicado en la edición anterior de Logistec, abordó el tema desde las necesidades que tienen los actores de esta industria en materia logística, dadas las particularidades de su sector. En esa oportunidad se estableció que la cadena de suministro farmacéutica implica, entre otras cosas, control de numerosos procesos y variables, todos con altos niveles de complejidad. Además exige el manejo de miles de sku's y el control de condiciones ambientales de temperatura y esterilidad para muchas de ellos. Asimismo requiere el despacho diario a cientos de locales que trabajan con un stock perfectamente ajustado a la demanda.

Si bien, los entrevistados anteriores, reconocieron que la distribución es una de las áreas de menor complejidad dentro de su cadena logística, teniendo en cuenta el acotado número de clientes que deben abastecer; apuntaron al almacenamiento como la instancia más compleja dentro de la cadena; procedimiento marcado por los requerimientos propios de cada tipo de productos.

Para conocer éstas y otras particularidades de este complejo nicho, los ejecutivos de I-Logística, Raúl Zamorano y Peri Logistics, Raúl Sánchez, analizaron las características actuales del sector y cuáles son los servicios que marcarán la diferencia en el futuro.

Cuando hablamos del manejo de psicotrópicos, medicamentos controlados, vacunas, insumos, dispositivos y equipos médicos las

SDI EQUIPOS

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



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION - 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA - REVISTA - LOGISTEC



Entregando
soluciones
integrales a
nuestros clientes.



✓ Transportadores
de Gravedad.



✓ Pallet Flow



✓ Transportadores
Flexibles



✓ Paletizadoras
Robotizadas



✓ Clasificadores de
Cajas y Conveyors

complejidades que engloban su operación son múltiples, tales como: control de temperatura, manipulación de productos, condiciones específicas de almacenamiento y distribución, entre otras.

Pero, ¿qué tan preparado está el mercado chileno para ofrecer estas condiciones?, ¿existe conciencia sobre los reales alcances que pueden tener las buenas prácticas en este rubro? Según los ejecutivos consultados, en el último tiempo la percepción sobre este mercado es que está estrechamente ligado con la seguridad que impone su logística, lo que obliga -en cierta medida- a la industria a cumplir con ciertos procesos y estándares mínimos para satisfacer las demandas crecientes del mercado.

"LAS BARRERAS DE ENTRADA A ESTE MERCADO CONLLEVAN MAYORMENTE UNA INVERSIÓN AL REQUERIR UNA MEJOR INFRAESTRUCTURA, CON SECTOR CLIMATIZADOS, ÁREAS SEGREGADAS, ENTRE OTRAS COSAS. TODO ESTO NOS LLEVA A TENER COSTOS MÁS ALTOS QUE FINALMENTE SE REFLEJAN EN TARIFAS DISTINTAS, EN COMPARACIÓN A OTROS NICHOS DE MERCADOS"

Sin embargo, Raúl Zamorano, Gerente General de I-Logística, reconoció que muchos asocian a este mercado con un nicho económico importante, lo que configura "un atractivo para incursionar en el", pero advirtió que, "si bien, puede ser económicamente bueno, tiene un sinnúmero de regularización que no cualquiera puede cumplir, ya que por lo general están ligadas a una importante inversión". Mientras que, por su parte, el Gerente de Peri Logistics definió a la industria farmacéutica como un mercado de alta exi-

gencia, condición que obliga a las empresas ligadas a su operación a "destacarse en calidad y atención".

"Las barreras de entrada a este mercado implican mayores niveles de inversión al requerir una mejor infraestructura, con sector climatizados, áreas segregadas, entre otras cosas. Todo esto nos lleva a tener costos más altos que finalmente se reflejan en tarifas distintas, en comparación a otros nichos de mercados", comentó Zamorano.

Sin embargo, ambos profesionales coincidieron en que, si bien, es un mercado de mayores costos -propios de la especialización y cuidados de sus operaciones- los clientes saben valorar un servicio de calidad. En otras palabras, valoran la especialización de sus procesos y asumen que esa condición conlleva un servicio logístico de mayores costos.

Dada las características, el mercado es más específico y por ende más pequeño, los gerentes de I-Logística y Peri Logistics, ambas empresas enfocadas al mercado farma, enfatizaron que el mercado chileno ha mejorado enormemente en las condiciones de logística y manipulación de los medicamentos; contando hoy con servicios adecuados para satisfacer los desafíos impuestos por la industria, de la mano de la tecnología y la inversión.

UN SERVICIO DE CALIDAD

"Un servicio altamente especializado". Con esta frase se engloba los distintos procesos que conlleva la logística farmacéutica, la cual con el crecimiento del mercado farmacéutico en el país se abre un espacio importante para el desarrollo de operadores logísticos orientados en satisfacer sus necesidades.

La especialización de este sector está estrechamente relacionada con la sensibilidad que tienen sus productos. La naturaleza de los medicamentos, su función y lo esencial que son en ciertos momentos de la vida de las personas, le dan - a juicio de Zamorano- una característica única, la cual "genera

un fuerte compromiso social de parte de las empresas con sus clientes, conscientes del tipo de producto con el que trabajamos".

Por su parte, Sánchez afirmó que la clave de un buen servicio está en la "flexibilidad" logística y los servicios complementarios que se entreguen a los clientes, transformándose así "en un socio estratégico para cada una de las empresas clientes".

"Conocer el mercado farmacéutico, sus características y procesos es fundamental para entregar un buen servicio. Uno debe saber que este nicho de mercado es distintos a otros. Podríamos decir que las operaciones son similares a otros sectores, pero la forma de llevar a cabo esos procesos son distintos y especiales. Así la experiencia y especialización que uno tenga como empresa es primordial", sostuvo el gerente de Peri Logistics.

Otro punto en que coincidieron ambos ejecutivos fue en la necesidad que tiene este mercado de contar con mejoras continuas de los procesos logísticos. En la medida en que la industria de los medicamentos e insumos vayan asumiendo nuevos procesos, restricciones y condiciones en la manipulación de sus productos, los operadores logísticos se ven en la necesidad de mejorar continuamente sus procesos con la finalidad de entregar un servicio de calidad acorde a los nuevos estándares impuestos; desafío que va de la mano -como señalaron los ejecutivos anteriormente- del conocimiento que se tenga del sector, la capacidad de inversión, el apoyo tecnológico, entre otros.

ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN

Las condiciones ambientales que envuelven los procesos de almacenamiento y distribución de este tipo de productos son importantísimos para ejecutar, adecuadamente, todos los procesos que engloban estas etapas de la cadena de abastecimiento.

"Desde el punto de vista de la trazabilidad, la manipulación y las condiciones ambien-

tales en las que se maneje este mercado es un sector altamente especializado y quienes estamos inmerso en este rubro debemos responder a estas condiciones, manteniendo un nivel importante de especialización”, afirmó el gerente de I-Logística.

Los Gerentes de ambas empresas enfatizaron en la calidad de servicio que ofrecen como un valor importante al momento de evaluar su éxito comercial y posicionamiento en el mercado farmacéutico. En esta línea, destacaremos las condiciones de sus bodegas, las cuales son adecuadas para satisfacer las condiciones de almacenamiento de los diversos medicamentos e insumos, puestos que muchos de ellos cuentan con condiciones específicas en temperatura y manipulación.

Las medidas asumidas por los operadores logísticos en este punto son acompañadas por acciones tendientes a mantener la “higiene” de almacén. La limpieza de las instalaciones es fundamental por la naturaleza de

los productos almacenados; condiciones que van estrechamente relacionadas con la eficiente manipulación que los operarios tengan de los productos. En cuanto al proceso de distribución, Sánchez reconoció que la posibilidad de contar con herramientas que permitan controlar la trazabilidad de los productos y mantener así la cadena de frío, es un elemento de primera importancia en este sector, transformándose en un valor agregado y una carta diferenciadora en cuanto a la calidad del servicio ofrecido, siendo una garantía de excelencia, rapidez, eficiencia logística, reflejo del deseo de mantener un sistema de gestión de calidad efectivo y seguro”.

Contar con vehículos con control de temperatura para la distribución encarece este tipo de servicio. Tanto para el almacenamiento y la distribución son las propias cualidades de los productos las que “obligan” –en cierta medida– a las empresas a cumplir con estándares de primera línea para satisfacer las demandas de un nicho especializado.

“Estar siempre al día en los requerimientos y los eventuales cambios en las condiciones que requieren estos productos, respecto de su cadena logística son fundamentales para proyectar el crecimiento de la empresa y desarrollo de este sector”, declaró Raúl Zamorano. En Chile existen Operadores Logísticos que, de la mano de la tecnología y la conciencia de la importancia de sus servicios, se han transformado en una alternativa viable y efectiva para un mercado especializado como el farmacéutico.

Si bien, en comparación a otros sectores el número de operadores logísticos en este rubro es menor, éstos entregan hoy las condiciones necesarias para ofrecer un buen servicio a la industria. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com



DIRIGIMOS NUESTROS ESFUERZOS AL LOGRO DE SUS OBJETIVOS



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

LOGÍSTICA / TRANSPORTE / DISTRIBUCIÓN



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



info@eit.cl / www.eit.cl



16

CONSULTORÍA: UN MERCADO EN CONSTANTE DESARROLLO

LOGRAR UN SERVICIO LOGÍSTICO EFICAZ, EFICIENTE, A BAJOS COSTOS Y SIN ERRORES PARECEN SER LAS PRINCIPALES RAZONES QUE LLEVAN A LAS COMPAÑÍAS A CONTRATAR LA ASESORÍA DE UN CONSULTOR LOGÍSTICO. HOY EN DÍA SON CIENTOS LAS EMPRESAS QUE SE HAN FORMADO PARA ENTREGAR ASESORÍAS EN TEMAS RELACIONADO A LAS OPERACIONES LOGÍSTICAS CON LA FINALIDAD DE OPTIMIZAR SUS PROCESOS.

Pero, ¿cuándo es necesario contar con un consultor logístico? Bajo esta pregunta abrimos nuevamente el debate a nuestros lectores a través de LinkedIn para conocer las opiniones de quienes están constantemente relacionados con los consultores, y quienes muchas veces son los llamados a tomar la decisión de contar o no con un asesor.

Muchos profesionales logísticos han visto en su experiencia y en su conocimientos las he-

rramientas necesarias para ingresar de lleno al mercado de las consultoras. Especialistas en distribución, diseños de centros de Distribución, Almacenaje o transporte son sólo algunas de las aristas que abarca este amplio mercado, el cual -sin duda- está cruzado transversalmente por la incorporación de nuevas tecnologías a las operaciones.

"El consultor nos permite aprovechar las habilidades y experiencia que a veces están fuera de las competencias del personal interno". Esta primera aseveración realizada

por uno de nuestros lectores nos da pié para abordar esta realidad concreta: ¿para qué requiero un consultor?

¿QUÉ NOS OFRECE UNA ASESORÍA?

Según expusieron nuestros lectores, los consultores logístico son, por lo general, especialistas en cada una de las materias, lo que les permite focalizarse puntualmente en buscar soluciones a los procesos, basados en su conocimiento y muchas veces en la experiencia lograda en otros casos similares.

La posibilidad de contar con una visión u opinión externa experta y el disponer de información (estudios de mercado, informes de investigación, etc) que den a conocer soluciones aplicadas quizás en otras empresas son para muchos de nuestros lectores la principal ventaja de contar con estos servicios.

Es así como la capacidad de ofrecer un punto de vista independiente es la clave del éxito de los consultores y la principal carta de presentación de sus cualidades.

"Cuando se esta metido en la empresa, a veces es difícil con la perspectiva correcta y no se tiene en cuentan algunos puntos. Los consultores ven las cosas desde fuera y eso puede ayudar a identificar el camino para mejorar", sostuvo uno de nuestros lectores, confirmando así una de las premisas de las asesorías.

En muchas ocasiones, un consultor puede tener un punto de vista más objetivo e imparcial que el personal interno, ya que no tienen "intereses propios". Los consultores nos permiten obtener un análisis de opciones neutrales.

A este respecto, otros de los profesionales consultados sostuvo que el valor del consultor logístico, en general, está en:

1. "Objetividad" y perspectiva. Ofrece una mirada descontaminada y fresca a la que tienen aquellos inmersos en la organi-

Desde 1985

¿Cuál fue tu primer sueño?



20:15 hrs | Centro Deportivo y Casino Ejecutivo | Centro Logístico Puerto Madero



 350.000
LITROS
mensuales

 200 HORAS
SALAS DE
capacitación

 102.000
ALMUERZOS
mensuales

 100
ARRIENDOS
mensuales

El nuestro fue cambiar el concepto de bodegaje



► www.bsf.cl

**BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO**

Desarrollando Espacios de Confianza

Chile | Perú | Colombia

zación y su cultura . Y pongo "objetividad" entre comillas, porque inevitablemente sigue teniendo un elemento subjetivo.

2. Independencia. Está libre de los naturales conflictos de intereses que tienen aquellos que forman parte de la organización, por los roles y responsabilidades que tienen, y que podrían tender a defender aquello que es de su propia conveniencia, y no necesariamente lo mejor para la organización en su conjunto.

3. Oportunidad. Ofrecen recursos oportunos de uso temporal para generar transformaciones relevantes en el estado actual de la organización, especialmente si la estructura habitual está enfocada en actividades de mantenimiento, ejecución regular, o mejoramiento continuo.

4. Haz frecuente lo infrecuente. Los consultores realizan frecuentemente procesos (metodología, diseño, diagnóstico, planes de mejora, etc.) que para la organización pudieran ser actividades muy poco frecuentes. Cabe preguntarse, ¿con qué frecuencia una empresa tiene que implementar un nuevo centro de distribución o un nuevo proceso de reposición automática, como para desarrollar recursos que se dediquen a su diseño e implementación?"

¿Y PARA QUÉ?

"Una persona necesita un médico cuando algo no anda bien en su Salud; una empresa necesita a veces un Consultor". Esta frase gráfica, en cierta forma, el rol de los consultores al interior de una compañía, al reflejar que un consultor es un médico que diagnosticará y tratará los problemas de tu empresa, ya que al igual que las personas, las compañías también se enferman.

El principal dilema es dilucidar cuando es necesario contratar una consultoría. A este respecto, nuestros lectores fueron profundizando sobre algunos puntos que son necesario considerar y que hemos agrupados en las siguientes preguntas para descubrir si una empresa requiere consultoría.

¿No sabe qué es lo mejor para tu empresa?, ¿Posees sistemas reactivos para tus clientes, en vez de proactivos?, ¿Estas buscando algún tipo de certificación?, ¿No tienes tus objetivos bien definidos?, ¿No tienes mé-

“A VECES NUESTROS PROCESOS ESTÁN TAN ASUMIDOS QUE AUNQUE NO APORTEN SE REALIZAN Y ESO NO LOGRAMOS VERLO. NOS SEGUIMOS INTRODUCIENDO EN TÚNELES SIN FIN Y LAS COSAS NO SE HACEN CON UNA BASE, SINO "POR QUE SI", POR LO QUE ES NECESARIO ESTAR EN CONSTANTE REVISIÓN DE NUESTROS PROCESOS”

tricas para tu desempeño o no sabes cómo evaluarlo? De responder afirmativamente a algunos de estos cuestionamientos es necesario que se considere contratar los servicios de un consultor.

Presentes desde hace años en distintas actividades económicas, las consultorías en logística ingresaron con fuerza en los últimos años de la mano de sus distintas soluciones que ofrecen día a día encaminadas a aumentar la eficiencia y la eficacia en todos los procesos logísticos de una empresa.

En el entorno actual, cada vez más competitivo y con menor margen de error, las empresas están obligadas a realizar la búsqueda continua de herramientas de perfeccionamiento que las haga más eficientes y por ende más competitivas; y es ahí donde una correcta asesoría profesional pavimenta el camino hacia una mejor operación, mediante la coordinación y planificación de diferentes actividades.

"A veces nuestros procesos están tan asumidos que aunque no aporten se realizan y eso no logramos verlo. Nos seguimos in-

troduciendo en túneles sin fin y las cosas no se hacen con una base, sino "por que si", por lo que es necesario estar en constante revisión de nuestros procesos". Esta es una de tantas realidades narradas por nuestros lectores que dejan entrever el escenario que enfrentan las asesorías.

"Percibir que se están cometiendo errores, se tiene problemas con clientes frecuentemente o la organización no funciona al 100% son señales que algo no anda bien y se necesita ayuda para mejorar los procesos, como lo podría hacer una consultora".

Otro de nuestros lectores va más allá y asegura que "por norma se debe externalizar todo aquello en lo que no se es experto y es susceptible de provocar inocentes errores que generen problemas a la operación".

La asesoría en logística es necesaria, cuando una organización desea efectuar una revisión a sus procesos objeto de determinar posibles puntos de riesgo que afecten al correcto funcionamiento de las operaciones y de la cadena de suministro, a su vez es muy necesario cuando una empresa desea implementar nuevas líneas de negocio o ampliar sus procesos operacionales para lo cual la mirada de profesionales externos ayuda a llevar adecuadamente la implantación sin necesidad de disminuir sus operaciones que ya están funcionando, al no utilizar recursos internos, por lo tanto permite generar la expansión sin afectar las operaciones diarias. Por último, una asesoría es necesaria cuando se tienen políticas de mejoramiento continuo, para lo cual se necesita implementar nuevas tecnologías o nuevas prácticas funcionales que permitan mejorar los procesos, agregar valor, reducir costos, mejorar el servicio, etc.

En otras palabras, los profesionales afirmaron que "los consultores son necesarios en aquellas compañías que quieran disponer de un servicio logístico eficaz que satisfaga en precio, tiempo y forma al cliente final. Son muy necesarios, para limar procedimientos, que con el paso del tiempo van degenerando, lo que a su vez repercute en una bajada de costes y por ende mayores beneficios.

Una buena gestión logística mejorará los resultados económicos de cualquier firma, reduciendo costos y aportando un valor añadido muy importante para el posicionamiento de la compañía”.

Tras los comentarios se puede concluir que un consultor es necesario cuando, entre otras situaciones, se tiene un proyecto por desarrollar, la necesidad de optimizar los recursos, tiempos y movimientos operacionales. Ante esta realidad, determinar cuando es necesario contar con una asesoría depende del escenario que enfrenta cada empresa, del enfoque que tiene y de lo bien identificadas que tengan sus dudas.

“Los consultores son necesarios cuando los árboles no dejan ver el bosque, es decir, cuando queremos dar un salto cuantitativo y cualitativo frente a nuestra competencia y clientes, mejorando los procesos y sistemas”.

Las temáticas en las cuales se pueden aplicar las asesorías o consultorías son tan variadas

como las mismas empresas. Transporte, distribución, comercial, tecnología, innovación, entre otras, son sólo algunas de las áreas.

La versatilidad de la consultoría se ha transformado, con el tiempo, en la principal carta de presentación de este rubro. La experiencia que puede obtener un consultor al conocer distintas empresas y por ende distintas realidades y problemáticas operacionales son la clave de su éxito. “Los consultores tienen el aporte de que pasan por empresas de diferentes rubros y eso hace que vean diferentes problemas y estudien la mejor solución, además consiguen gran conocimiento y si encima son ejecutores mejor”, afirma uno de nuestros comentaristas.

Cada consultor, aporta y se diferencia de otros con sus competencias, experiencias y aprendizajes, recomendando prácticas, dimensionando sus impactos y alertando sobre sus riesgos, complementando al know-how de la organización, quienes son los que conocen más profundamente el negocio en

el que operan. Para conocer integralmente la operación del negocio, las soluciones existentes, detectar las problemáticas e iniciar nuevos proyectos son algunas de las razones del por qué son necesario los consultores. Sin embargo, el éxito de una consultoría está estrechamente ligada al compromiso real y perseverante que tenga el directorio de una organización para darle continuidad a la asesoría y concretar (o plasmar) las distintas soluciones que se determina.

“Hay dos enfoques estrechamente relacionados, cuando analizamos para qué contar con un consultor. El primero dice relación con abordar nuevos proyectos en los cuales nadie en la empresa conoce lo suficiente o tiene experiencia como para lograr el objetivo final. El segundo dice relación a cuando la empresa ha hecho todo lo necesario y las cosas no mejoran, entonces es bueno tener una mirada externa y fresca para encontrar aquellas cosas que por nuestra cercanía al problema no vemos”, concluyó un lector. 

Tu mejor socio estratégico

Servicio de Outsourcing especializado, Logística Integral y Soluciones Industriales.



Solución de Volumetría y Pesaje



Equipo de Limpieza Ultrasonido



Outsourcing de Personas



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

+56 2 2327 5600
Alberto Undurraga 1577
Huechuraba, Santiago
www.cosenza.cl

GRUPO
COSENZA
SOLUCIONES INTEGRALES

SERVICIO AL CLIENTE: ¡ESTOY PREPARADO, SOY COMPETITIVO!

Sin importar el rol que juguemos en la estructura logística de una compañía no debemos perder de vista que el nivel de servicio que ofrecemos a nuestros clientes afectará directamente su performance en el mercado. De ahí que, debamos estar preparados para enfrentar no sólo sus necesidades inmediatas, sino también las futuras.



20

Logística es un término que frecuentemente se asocia con la distribución y transporte de productos terminados; sin embargo, esa es una apreciación parcial de la misma, ya que la logística se relaciona con muchos más factores que los descritos, entre ellos: la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta la entrega del producto terminado en el punto de venta, incorporando incluso, aquellos procesos de retorno, también denominados de 'logística inversa'.

De esta forma, todas aquellas actividades que involucran el movimiento de materias primas, materiales y otros insumos forman parte de los procesos logísticos, al igual que todas aquellas tareas que ofrecen un soporte adecuado para la transformación de dichos elementos en productos terminados: las compras, su almacenamiento, la administración de los inventarios, el mantenimiento de las instalaciones y maquinarias, la seguridad y los servicios administrativos asociados, tales como: el suministros de agua, gas, electricidad, combustibles, etc. Como se aprecia, cuando hablamos de servicios logísticos el margen es amplio y, conse-

cientemente, la competencia es feroz. No debemos olvidar que factores como la flexibilidad, la velocidad de llegada al mercado y la productividad son variables claves que determinarán la permanencia de las empresas en los mercados y es ahí donde la logística juega un papel crucial, a partir del manejo eficiente del flujo de bienes y servicios hacia el consumidor final.

Sin importar el rol que se desarrolle en la estructura logística del cliente, se debe tener en mente un precepto general: La calidad de servicio/bien que entregamos a nuestro cliente afectará directamente a la apreciación/satisfacción que su cliente final obtenga. Por dicha razón, la logística no debe verse como una función aislada, sino como un proceso global de generación de valor para el cliente, esto es, un proceso integrado de tareas que le ofrezcan una mayor velocidad de respuesta al mercado con costos mínimos.

Ahora bien, sabemos que las compañías que requieren servicios logísticos pueden ahora optar por un sinnúmero de ofertas de alta calidad y bajo costo que satisfagan adecuadamente sus necesidades (y por consecuencia las de su cliente final). Esta gran variedad hace que cada vez sea más difícil percibir diferencias entre



Fernando Arancibia
Gerente Comercial
Bodenor Flexcenter



Rodrigo San Martín
Sales & Marketing
TNT Express



LUEGO DE **20 AÑOS**

NOS HEMOS RENOVADO

Pasamos de ser una empresa de WMS a una compañía de

**Tecnología para toda
la Cadena de Abastecimiento**

www.cercatechnology.com
marketing@cercatech.com

cerca 
TECHNOLOGY

Supply Chain Excellence. **Delivered.**

los servicios o productos ofrecidos; razón por la cual, el servicio al cliente juega un rol preponderante en la diferenciación y competitividad de las empresas en los mercados.

ESTAR PREPARADOS

En el ámbito logístico es un hecho que el cliente es cada vez más exigente, selectivo y está mejor informado. En esta línea, es importante tener en cuenta que la percepción de calidad de servicio es un factor dinámico y cambiante, ningún cliente es igual a otro y la percepción de calidad/satisfacción diferirá entre uno y otro.

En este contexto, Rodrigo San Martín, Sales and Marketing Director de TNT Express, compañía enfocada a la distribución de mercadería a nivel nacional e internacional, señaló que “para nosotros el cliente está al centro de la organización. Esto significa que nos preocupamos de que todos los procesos de cara al cliente funcionen en los más altos estándares de la industria del transporte. Estos procesos incluyen desde el agendamiento del retiro, el retiro, la entrega, la atención de postventa, y otros procesos como la facturación. Para asegurarnos de eso, tenemos KPIs definidos que monitoreamos diariamente y además realizamos trimestralmente una encuesta de satisfacción del cliente que evalúa cada uno de estos procesos en detalle”.

Gracias a esta autoevaluación se tiene real conciencia de las necesidades cambiantes del cliente en particular, de ahí que sea una práctica esencial. En este contexto, San Martín destacó que “si bien muchas veces las necesidades de los clientes están más allá de lo que las empresas pueden ofrecer, en TNT estamos constantemente reunidos con los clientes a fin de entender cómo podemos otorgarles un servicio acorde a sus necesidades. Así, por ejemplo el servicio de retorno documental nace ante la necesidad de poder disponer de manera rápida y segura de la cuarta copia de sus facturas”.

Todo lo anterior nos lleva a establecer que – sin importar su tipo- la empresa proveedora

de servicios logísticos que triunfa en el mercado es aquella que no sólo brinda mejor calidad de servicio a partir de lo que el cliente en particular requiere en el corto plazo, sino también, aquella que toma en cuenta aquellas necesidades que podrían darse a largo plazo.

Este es uno de los factores que Bodenor Flexcenter, empresa dedicada al arriendo de bodegas ha tomado en cuenta en lo que a servicio al cliente se refiere. A este respecto, Fernando Arancibia, Gerente Comercial de la empresa, explicó que al momento de cerrar un contrato de arriendo de espacio de almacenamiento no sólo es importante tener en cuenta las características y la extensión de la superficie que el cliente necesitará de forma inmediata, sino también, conocer las previsiones de crecimiento que la compañía tiene. “Si no tenemos en cuenta este factor (demanda de más espacio), si no se prevé, posteriormente no existirá la posibilidad de asumir esa problemática en el futuro”.

La complejidad que se observa en esta línea de negocio no es menor, indicó Arancibia, de ahí que Bodenor ponga en marcha –de forma temprana- ciertas estrategias que le permitan, al corto y largo plazo, asumir las nuevas necesidades de sus clientes.

“Nuestro negocio es el arriendo de bodegas y en el 99% de los casos la problemática que enfrentamos es la demanda de más espacio que el contratado inicialmente. Sabemos que para nuestros clientes mudar sus mercancías a otro complejo es muy caro y debemos darle la opción de crecer dentro de nuestro condominio. Para enfrentar esta contingencia trabajamos diferentes alternativas, tales como: contar con metros cuadrados disponibles para su uso inmediato (bodega pulmón o satélite) y prever esta necesidad con antelación”.

En el segundo caso, explicó el Gerente Comercial, se realiza una suerte de cuadratura, es decir, si se tiene un cliente que arrendará una bodega por 3 años y otro cliente que arrendará por 5, con proyecciones crecimiento y la futura necesidad de ampliar su superficie de almacenamiento, estos queda-

rán más cerca. De esta manera, al finalizar el contrato del primer cliente, el segundo tendrá un espacio disponible en el tiempo y la forma que requiera.

En el área de distribución y transporte de mercancías también se aplican la flexibilidad y adecuación de los procesos a partir de las necesidades actuales y futuras del cliente, explicó San Martín, de ahí que “desde el año pasado hemos empezado a trabajar de manera proactiva en el servicio de entregas Nacionales, algo que ya hacíamos en el servicio internacional. Esto quiere decir, que cuando detectamos un problema que generara atraso en una entrega, enviamos una alerta proactiva al cliente para que tome medidas que minimicen el impacto del atraso.

Por ejemplo, si un cliente necesita que una entrega se haga hoy antes del 18:00 hrs., y a las 9:00 de la mañana tenemos información que la entrega será imposible, por un error de ruteo por ejemplo, le enviamos un aviso al cliente vía email. Esto le permite, buscar alternativas, como podría ser ampliar la fecha de la orden de compra. De esta forma, minimizamos el impacto en el negocio del cliente”.

Las estrategias descritas nos permite definir otro precepto a interiorizar: “En un principio se puede satisfacer al cliente con un producto base, pero de seguro sus exigencias aumentarán. ¡Debemos estar preparados!

Ciertamente, lo expuesto es apenas una pincelada de lo que denominamos Servicio al Cliente, que abarca estrategias complejísticas y dignas de una mayor profundización. No obstante, como puntapié inicial, es importante estar enfocados en aquellas necesidades de contingencia o nuevos requerimientos que puedan derivar de un servicio base. Lo demás, será materia de una próxima entrega. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

Dé a su negocio el orden que necesita.



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

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

RETAIL: ¿QUÉ ROL JUEGA LA LOGÍSTICA EN EL ÉXITO DE ESTE SECTOR?

Las características logísticas que apliquen tanto proveedores como las cadenas de supermercados son esenciales para diseñar un exitoso modelo comercial. La disponibilidad y variedad de productos son claves para la decisión de compra de los consumidores.



24

La visita al supermercado es una de las actividades económicas más transversal del punto de vista socio-económico en la población. Pequeñas y grandes compras, en pequeños locales o grandes Hiper mercados son acciones cotidianas para muchos, quienes poseen necesidades similares pero diferentes preferencias.

El 2013 el Índice de Ventas Real de Supermercados, que tiene por objetivo principal medir en el corto plazo la evolución de la actividad del sector, a través de las ventas de los establecimientos con tres o más cajas instaladas y que operen dentro del territorio nacional, creció 5,2%, respecto de 2012. En diciembre el índice anotó un alza de 0,8% en 12 meses, según el boletín de sectores económicos dada a conocer por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Un supermercado es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Esta simple definición, que a primera vista es obvia, refleja en lo más profundo la esencia operacional del Retail:

“Disponibilidad y variedad de Productos”. Ante esta dinámica operacional, cabe preguntarse qué lugar juega la logística en el retail y en especial en supermercados. Para conocer los alcances de esta cadena, conoceremos la opinión de dos profesionales relacionados al mundo del retail de modo transversal, quienes cuentan con una visión completa de lo que conlleva la operación logística de este sector y sus desafíos: Susana Carey, Presidenta de Supermercados de Chile A.G y Claudio Pizarro, Investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET), Ingeniería Industrial, Universidad de Chile.

UN MERCADO CONSOLIDADO

En las últimas décadas, el sector retail se ha consolidado como motor del desarrollo logístico, delineando conceptos y estrategias enfocadas tanto en la distribución como en la administración de stocks. Las tareas en esta área se han enfocado en satisfacer la demanda y las necesidades masivas por productos diversos, lo cual requiere esfuerzos coordinados con los proveedores y también internos. Existen ciertos factores que han jugado a favor del desarrollo del sector, tales como la especialidad de operadores logísticos locales



Susana Carey
Presidenta de Supermercados
de Chile A.G.



Claudio Pizarro
Investigador del CERET
Ing. Industrial U. de Chile

en el desarrollo de las operaciones propias del retail, la tendencia a la tercerización de las empresas para disminuir los actuales costos logísticos de su operación y la conciencia de la importancia de la creatividad e innovación. Sin embargo, aún existen puntos que afectan las operaciones como los costos de transporte, la delincuencia, entre otros.

No obstante, el desarrollo de esta operación, a lo largo de estos años, ha sido el resultado de los esfuerzos coordinados con los proveedores, traspasándoles a ellos tareas como la puesta de códigos de barra con los precios de tienda y precintos de seguridad para optimizar así los tiempos de operación en el centro de distribución, tanto en la recepción como en el despacho.

Susana Carey, Presidenta de Supermercados de Chile A.G, aseguró que hoy "la logística es fundamental" para el sector, más aún cuando aspectos de la distribución se ha ido complejizando cada vez más, sobre todo en las grandes ciudades con temas como la

congestión y las ventanas horarias de carga y descarga y la densificación urbana. Estos aspectos "hacen que este proceso sea cada vez más importante para lograr eficiencia y poder abastecer los distintos locales, teniendo productos disponibles sin puntos de quiebres. Cada vez es más fundamental poder hacer este proceso con muchas más rapidez, eficiencia, menos tiempo y sin alterar el entorno".

Para Claudio Pizarro, Investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET), Ingeniería Industrial, Universidad de Chile, el retail como tal tiene ciertos procesos tácticos que lo identifican, tales como: Gestión de Shopper, Gestión de Categoría, Gestión de Inventario y Gestión de Tiendas. "En el tercer proceso, la logística es la reina y en términos prácticos se habla de gestión logística", afirmó.

"Debemos tener claro que aquí el punto de partida de la cadena de suministro es el producto en la góndola. Así entendemos que la logística tiene un efecto central en que los

clientes repitan su experiencia de compra". Si a esta realidad operacional, le sumamos el número de tiendas y locales que caracteriza al retail, "obliga a realizar la operación de forma profesional. El tamaño comienza del punto de vista de la competitividad del negocio".

Asimismo, el investigador del CERET añadió que "para el retail, producto de su tamaño, producto de su complejidad y producto de lo gravitante que es la experiencia de compra en el negocio es que la logística toma importancia. Por ejemplo, el gerente de logística debería ser el que más sabe de marketing en una empresa.

DIFICULTADES DEL RETAIL

Así como existen procesos que ayudan a optimizar la operación de este sector, como son: gestión de la demanda, logística de aprovisionamiento de tiendas gestión del



¿Piensa en HACCP?



Carga Rack
hasta 1500 Kg.

¿Sabe qué Pallet está usando en sus puntos críticos?

 **Piense en Nosotros**

**LEGNO**

P A L L E T S

distribuye en exclusiva

CABKA & IPS


nivel de inventarios en toda la cadena, intercambio de información entre todos los actores del proceso logístico y gestión de colaboración con los proveedores; existen también otros que dificultan el proceso logístico.

A este respecto, Susana Carey comentó que uno de los aspectos que ha planteado desafíos a las distintas cadenas es la geografía. “Ante la extensión de la cadena con la aparición de distintos locales se hace indispensable establecer Centros de Distribución. Cuando una cadena de supermercados tiene un cierto número de locales se justifica crear un CD, realizando una recepción más centralizada de los proveedores y hacer la distribución a los locales de forma más eficiente, lo que permite hacer frente a los desafíos logísticos”, recalcó. La magnitud de la cadena logística y la importancia de estas operaciones en el sector supermercados queda reflejada cuando se afirma que hoy existen más de 1350 locales a lo largo del país que tienen más de tres cajas o más. Este registra un número de ventas cercano a los 15 mil millones de dólares.

Si bien la logística de supermercado es mucho más local que una logística del segmento de las tiendas por departamentos, cuya operación es mucho más extendida, ya que por lo general comienza en China, existen dos variables, a juicio de Pizarro, que determinan su éxito: “los tiempos de transporte y el nivel de incertidumbre en los puntos de ventas de acuerdo a como se van moviendo los inventarios.

“Tener exceso de inventario al final es un problema de productividad, se tiene baja productividad si no está alineado con la rotación y eso sucede por: tengo mucho inventario de lo que vendo poco y tengo poco inventario de lo que vendo mucho. Es aquí donde el desafío de la logística que parte desde la estimaciones de demanda hasta coordinar y alinear toda la cadena incluyendo todos los proveedores”.

Los problemas que afectan al sector retail y en especial al sector supermercados, al parecer, tienen solución en la Coordinación de los actores de la cadena, según coincidieron

los especialistas. Estrechar la comunicación entre las partes involucradas en el proceso, la incorporación de medidas operacionales y la inversión en tecnología son algunas de las tareas que pueden las empresas aplicar con la finalidad de mejorar sus procesos.

En esta línea, Carey aseguró que “lograr acuerdos con los proveedores sobre la mejor forma de distribuir a los distintos locales” es primordial. También se puede lograr mejoras, “buscando nuevas tecnologías de la información desde los proveedores hasta la góndola, en temas como: niveles de inventarios, niveles de rotación, coordinación en la entrega de carga y distribución, etc. Esta es una tendencia que se verá desarrollada en el futuro”, agregó.

Por su parte, el Investigador del Centro de Estudios del Retail apuntó a la tecnología como una herramienta para mejorar la cadena. “Eficacia y eficiencia son la clave. Eficacia al cumplir y eficiencia al tratar de llegar al más bajo costo. Las tecnologías de la información en estos procesos son claves para coordinar e integrar toda la cadena. Digitalización, conectividad y rapidez de los procesos. En la medida de que se justifique las empresas deben ir incorporando tecnología”, manifestó Pizarro.

Los supermercados tienen ciertos elementos que incentivan o entusiasman a tener una logística bien implementada, tales como la mantención de cadena de frío (requiere puntos de control e inversión) y las fechas de vencimientos de productos, lo que requiere atención de la logística y la logística inversa. Todo esto requiere que las entidades estén atentas a cómo mejorar la operación en conjunto para ir manteniendo la trazabilidad, los productos perecibles, etc; lo que va generando incentivos para lograr mejoras.

Es así como “los supermercados y los proveedores necesitan crecer juntos. La complejidad de crecer como sector es alta, ya que cuesta coordinar y no se puede obligar a nadie a aceptar las nuevas condiciones”.

“El retail es un negocio de márgenes muy apretados y es por eso que la logística se

desarrolló tanto y hay una especial vocación por hacerlo bien. Las grandes ganancias se ven cuando uno lleva los números a tasas, ya que los porcentajes de ventas son pocos”, sostuvo Pizarro.

La sensibilidad a los costos por parte de este sector es otro de los puntos que caracteriza a la industria y que –según Susana Carey– lleva al sector a buscar permanentemente mejorar las alternativas logísticas “sin alterar la cadena y las cualidades de los productos”,

“La idea es lograr un buen servicio a un costo razonable y cuando el crecimiento de las ciudades hace mucho más compleja la operación, ahí hay que buscar las formas de agilizar y se transforma en los desafíos que tenemos sobre todo en las grandes urbes”, añadió la Presidenta de Supermercados de Chile A.G.

Otros sectores empresariales e industriales miran al retail para sacar enseñanzas del punto de vista logístico. “La minería, por ejemplo, mira el retail y mira que puede aprender. Para muchas industrias la logística de retail es un ejemplo, cuando se caracteriza por tener muchos colaboradores, muchas tiendas, muchos clientes distintos y muchos productos distintos; y eso lo hace atractivo”, comentó el investigador del CERET.

Hoy los desafíos del sector pasan por poder entregar los diferentes servicios que requieren las personas y que con el tiempo se han hecho más complejas (variedad de productos, calidad, tiempo, etc). Los desafíos están en ir adaptándose a los cambios de los clientes y en cómo ser capaces de integrar más esta cadena.

Dadas estas características, no cabe duda que para hacer un buen uso de la estrategia de comercialización de productos por medio del canal retail se debe considerar –cueste lo que cueste– una excelente organización logística que permita lograr niveles de competitividad adecuada y niveles de satisfacción que conlleven a la vez al desarrollo éxito de este mercado. 

SOLUCIONES DE ALMACENAJE

- RACKS SELECTIVO
- RACKS PENETRABLE DRIVE- IN
- SISTEMA PUSH – BACK
- RACKS DINAMICO
- RACKS PARA PICKING
- PICKING DINAMICO
- ALTILLOS
- BODEGAS AUTOMATICAS PARA PALLETS Y CAJAS
- SISTEMA DE TRANSPORTE PARA PALLETS Y CAJAS
- SISTEMA AUTOPORTANTE

STAR RACKS




LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION - 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA - REVISTA - LOGISTEC

SISTEMAS DE RACKS AUTOSOPORTANTE CAMARA DE CONGELADOS

Ditron Ltda., VI Reg. • Normas aplicadas, NCh,2369-2003 – NCH 433 – AISI 2001, Hilti catalogo técnico 2013.



www.estrellasolitaria.cl



Los Libertadores 127 Loteo Los Libertadores • Carretera General San Martín 16.500 • Fono: (56-2) 27972010 • Colina - Santiago



28

LOGÍSTICA DE REVERSA. OPERADOR LOGÍSTICO 6R: ¿UN CONCEPTO POSIBLE?

CUANDO HABLAMOS DE OPERADOR LOGÍSTICOS NOS REFERIMOS DE UN ACTOR, CUYO SERVICIO ENGLOBA LOS DISTINTOS ESLABONES QUE CONTEMPLA LA CADENA DE SUMINISTRO DE UNA EMPRESA. HOY ANALIZAREMOS UN NUEVO CONCEPTO QUE DICE RELACIÓN CON LOS OPERADORES Y QUE CONTEMPLA EN ESTA DINÁMICA OPERACIONAL ESTA VEZ A LA LOGÍSTICA DE REVERSA.

Como siempre y en aras de dar a conocer a nuestros lectores nuevos conceptos, enfoques o tendencias de la industria logística, nos dimos a la tarea de buscar un elemento novedoso o diferenciador relacionado con el proceso de Logística de Reversa (LR), atendiendo a la creciente relevancia que éste ha adquirido en la Cadena de Suministro, no sólo por los beneficios medioambientales y económicos que repor-

ta, sino también por el potencial de negocio que le es intrínseco.

Es quizás este último punto, el menos explorado por los operadores logísticos de transporte y almacenamiento, a quienes la LR se les presenta como una línea de trabajo paralela a sus servicios de distribución y almacenaje; situación que debería evolucionar hacia la integración de servicios de valor en Logística Inversa a sus portafolios de produc-

tos. De hecho, no son pocos los que han cuestionado el rol de los Operadores Logísticos en este proceso, instándolos a la especialización en Logística de Reversa; naciendo de ello un nuevo estatus: "El Operador 6R".

LO CONOCIDO

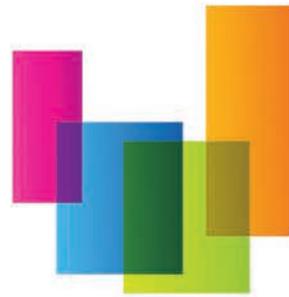
No obstante, antes de ahondar en la evolución propuesta es pertinente conocer el 'estado de arte' en lo que a Logística de Reversa se refiere, este paso nos aclarará el concepto de Operador 6R. En un plano general, sabemos que la Logística de Reversa es el conjunto de actividades logística de recogida, desmontaje, desmembramiento de productos ya usados o sus componentes, así como materiales de distinto tipo y naturaleza con el objeto de maximizar el aprovechamiento de su valor, en sentido amplio de su uso sostenible y en último caso su destrucción.

Otra definición habla de la Logística de reversa o inversa como "el proceso de planificación, implantación y control de forma eficiente y al coste óptimo del flujo de materias primas, materiales en curso de producción y productos acabados, así como el de la información relacionada, desde el punto de consumo hacia el punto de origen con el objeto de recuperar el valor de los materiales o asegurar su correcta eliminación" (Hawks, Karen. VP Supply Chain Practice, Navesink. Reverse Logistics Magazine, Winter/Spring, 2006).

De estas aclaraciones se observan 6 estados o procesos que integran la LR:

1: La Reutilización y/o Reventa, que consiste en recuperar el producto en sí para darle un nuevo uso, dado que el mismo mantiene su forma y posee un nulo o escaso deterioro. En este caso el producto es sometido a operaciones de limpieza y mantenimiento con lo cual el mismo es aprovechado en su totalidad aunque existan mínimas diferencias con los productos similares pero nuevos.

2. La Reparación, se refiere a colocar de nuevo en funcionamiento el producto usado. Estas operaciones son llevadas a cabo en el domicilio del cliente o en los servicios



MEGALOG
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

RED MEGACENTRO

Nuestros Servicios apoyan la estrategia de crecimiento de nuestros clientes.

- **Almacenaje**
Crossdocking
Servicios de valor agregado
Distribución
Operación in-house
- **Infraestructura**
Centros de distribución especializados
Sucursales en ubicaciones estratégicas
Permanente Crecimiento
- **Tecnologías de información**
WMS (Sistema gestión de bodegas)
Radio Frecuencia
TMS (Sistema gestión de transportes)
- **Asesoría Estratégica**
Desarrollo Supply Chain
Optimización procesos Logísticos

Centros logísticos

- Los Gobelinos 2512
Renca

- Jorge Hirmas 2560
Renca

- Americo Vespucio 1001
Quilicura

email: contacto@redmegacentro.cl

www.redmegacentro.cl



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS

III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

técnicos de reparaciones. Nace generalmente de la necesidad de sustituir alguna pieza o componente que haya alcanzado su vida útil.

3. La Restauración, que implica devolver el valor al producto usado mediante la utilización de nuevas tecnologías que permitan ampliar su vida útil. Este tipo de alternativa la podemos observar en el caso de la aviación civil y militar, por ejemplo.

4. La Re-fabricación y canibalización. La primera dice relación con la remanufactura, es decir, la recuperación de productos que tienen un grado de descomposición medio-alto y ofrecen a la empresa un beneficio importante, dado que se alcanza un costo de fabricación en muchos casos cercano al 50% de un producto nuevo. En otras palabras la compañía emplea sus componentes en la re manufactura de un producto original. Este tipo de proceso se aplica ampliamente en la industria automotriz, la electrónica o la de telefonía móvil.

En tanto, se denomina Canibalización a aquellas operaciones de gestión de los productos fuera de uso (Final de Vida), donde sólo se recupera una parte mínima de los componentes que posteriormente podrán ser utilizados en un proceso de fabricación. Estas partes serán destinadas a las operaciones de reparación, restauración y re-fabricación. Encontramos ejemplos clásicos en los componentes electrónicos.

5. Reciclaje. En este caso se busca una recuperación del material que es un residuo de otro producto para ser utilizado posteriormente como materia prima en la elaboración de uno nuevo, que puede alcanzar niveles de calidad de un producto original. Esto se logra mediante el uso de nuevas tecnologías cada vez más avanzadas. Gracias al aprovechamiento de los residuos se reduce el volumen de basura y se disminuye la utilización de otras materias primas logrando un ahorro de energía y de recursos naturales. Además contribuye directamente de forma efectiva al incremento del PIB (Producto Interior Bruto) y por extensión del empleo.

6. Incineración y vertedero. El denominado 'Vertido Controlado' es la última alternativa de recuperación y pone punto final al ciclo de vida de un producto. Se emplea en el caso que el producto no pueda ser acondicionado o utilizado de ninguna otra forma. En este ítem, también se enmarca el aprovechamiento propio de los residuos (biomasa) como gas combustible.

“LA LOGÍSTICA INVERSA NO TIENE QUE SER UN GENERADOR DE COSTES ÚNICAMENTE, DEBE SER UN GENERADOR DE VALOR. LA ESPECIALIZACIÓN EN INVERSA POR SECTOR ES EL CAMINO A UN OPERADOR 6R DE VALOR, ACOMPAÑADO DE LAS SINERGIAS DE LOS SERVICIOS CONVENCIONALES”

La Incineración, en tanto, es un proceso de combustión controlada a altas temperaturas, que transforma la fracción orgánica de los residuos en materiales inertes (cenizas) y gases. A lo largo del proceso se obtiene gran cantidad de calor que puede aprovecharse para calefacción en ciudades o para generar energía eléctrica. No es un sistema de eliminación total, ya que genera cenizas, escorias y gases, pero determina una importante reducción de peso (70%) y volumen (80-90%) de las basuras originales.

¿QUIÉN ES QUIÉN?

Otra clasificación de los sistemas de Logística Inversa tiene relación con quién desarrolla y gestiona dicho sistema. En esta línea, Antonio Iglesias López, Consultor experto en Cadena de Suministro las siguientes categorías, en su análisis: “Tipos de sistemas de logística inversa”:

Sistemas propios de Logística Inversa.

En este caso es la propia empresa la que diseña, gestiona y controla la recuperación y reutilización de sus productos fuera de uso. Las empresas que los desarrollan suelen caracterizarse por ser líderes en sus respectivos mercados, en los que la identificación entre empresa y producto es muy alta; son fabricantes de productos complejos y tecnológicamente avanzados, diseñados para poder recuperar parte del valor añadido que incorporan.

Sistemas ajenos de Logística Inversa.

En este caso la empresa responsable del producto no gestiona directamente la recuperación, sino que la realizan terceros ajenos a la empresa. En este caso se enmarca la acción de Profesionales u Operadores Logísticos que prestan servicios de Logística Inversa. Por lo general, esta opción es empleada por empresas que diseñan la función inversa desde el final de la cadena, para hacer frente, bien a la legislación vigente (residuos peligrosos o tóxicos), o bien a necesidades operativas (logística de devoluciones).

Ahora bien, este tipo de redes son, por lo general, sistemas logísticos simples, con pocos eslabones, en los que la función de transporte adquiere una importancia determinante y que presentan una estructura descentralizada, de ahí que algunos expertos señalan que es determinante la integración y especialización de los Operadores Logísticos en este tipo de procesos, “teniendo en cuenta la importancia de todo el ciclo inverso, como factor diferenciador de los operadores y de cualquier empresa que dispongan de procesos logísticos”, explicó Iglesias López. Con todo, la especialización en Logística inversa es un nicho “no explotado”.

OPERADOR 6R

En la discusión de cómo se define el actual rol de los Operador Logístico en torno a la Logística Inversa, Ricardo Catelli, Director General en Global Lean y Profesor Senior en la Universidad Politécnica de Madrid ha introducido un nuevo concepto: Operadores Logísticos 6R.

Durante su alocución en las II Jornadas de Logística Inversa de Madrid (2012), el académico expresó que "si hoy en día existen operadores logísticos 3PL (Gestión Compleja de la cadena de suministro); 4PL. (Gestión de toda la cadena de suministro) y 5PL. (Administración de la cadena de suministro), un Operador 6PL. ¿Podría ser aquel que incorpore los 6R a su operación?". ¿Pueden existir los denominados 'OL6R'? y de ser así, ¿cómo se enfrenta este desafío?.

Inicialmente, Catelli definió explicó que "desde la perspectiva de la logística empresarial, la logística inversa está integrada por 6 procesos de gestión: **1. Retorno de productos que fueron rechazados por canal de distribución. 2. Retorno de productos producidos por errores 'aguas arriba'. 3. Retorno para la reutilización de envases, empaques, embalajes y unidades de manejo. 4. Reutilización de materiales. 5. Reacondicionamiento de productos rechazados. 6. Re-comercialización direccionada.**

Bajo esta lógica, "La Logística Inversa no tiene que ser un generador de costes únicamente, debe ser un generador de valor. La especialización en inversa por sector es el camino a un operador 6R de valor, acompañado de las sinergias de los servicios convencionales".

Para Catelli, el avance del e-Commerce llegando al consumidor podría abrir un espacio para la recolección de productos susceptibles a las 6R. "La utilización de superficie logística excedente, podría ser utilizada como outlet de mercancía reacondicionada", aseguró. Ahora bien, ¿cuáles serían los pasos para implantar un servicio de Operador Logístico 6R con el cliente o clientes de una canal?. A este respecto, el experto definió 4 pasos: ■ Análisis de la Barreras de entrada: Definición de qué producto o no se incluye en el sistema de inversa ■ Gestión de la Recolección: Se diseñan mecanismos para una adecuada recolección. Se diseñan rutas, se establecen puntos de recolección y se decide la capacidad ■ Clasificación: Se decide que hacer

con el producto dependiendo las reglas de negocio. (Reparación, reciclaje, etc.) ■ Recolocación: Se definen y se envían los productos a los puntos elegidos.

En este punto, según el académico, los retos técnicos de un Operador Logístico 6R, serían: "la estimación de la demanda de los flujos inversos; los retrasos en la recuperación de los productos; el desbalance entre el abastecimiento y la demanda; el diseño de los procesos de desensamblaje; la programación la operación de re-manufactura y el diseño de la red de recuperación y colocación", retos que, de ser asumibles, abrirían una nueva línea de negocio en el dinámico y competitivo escenario logístico, transformándose en una arista económicamente explotable y un factor que podría marcar la diferencia del punto de vista del servicio ofertado. 

Nueva versión 6.0 CYGNUS WMS

el WMS que siempre quiso tener
al valor que siempre quiso pagar

Más de 90 implementaciones en Chile y otros 10 países de Latinoamérica

Escenarios de implementación para diferentes industrias

Éxito de proyecto y retorno de inversión garantizados

Funcionalidad 'world class'



el mejor eslabón para su cadena de abastecimiento





Sergio Flores U.
Ingeniería Industrial,
Pontificia Universidad
Católica de Valparaíso

DECISIONES ASOCIADAS A LA GESTIÓN DE UNA CADENA LOGÍSTICA



Hace algunos años, un alto ejecutivo a cargo de la operación en Chile de una empresa importadora y distribuidora de equipos y repuestos, principalmente destinados al mercado minero, planteó como interrogante durante una reunión: ¿qué magnitud alcanzarían nuestros costos logísticos totales si tuviéramos un flujo perfecto? En otras palabras, este ejecutivo estaba deseando conocer cuál sería el mínimo costo logístico factible de alcanzar en condiciones ideales.

Si bien la respuesta a esta pregunta pudiera parecer poco útil, la perspectiva cambia si se piensa que están involucrados varios miles de sku's, un CD y decenas de puntos de almacenamiento regionales, incluyendo costos de transporte (principalmente correspondientes al abastecimiento desde países lejanos) que ascienden a varios millones de dólares al año. En otras palabras, la pregunta apunta a determinar

el "espacio máximo" disponible para incrementar la eficiencia sistémica de esa cadena logística. Evidentemente, otras preguntas más tradicionales, tales como ¿cuál debería ser nuestra rotación de inventarios? o ¿cuál debería ser nuestro nivel óptimo de disponibilidad de productos?, también fueron parte de dicha conversación.

Asumiendo que las decisiones de diseño de la cadena logística quedan fuera del análisis, es decir, no se pretende terminar el número ni tamaño de las bodegas regionales, del CD, tampoco cambiar los sku's comercializados ni modificar las fuentes de abastecimiento (proveedores), es primeramente necesario definir qué elementos constituirían un escenario que pudiéramos identificar como "flujo perfecto"

En este caso, dado que los proveedores exigen el pago en el momento de recibir la orden, será un objetivo relevante incluir en el análisis, el costo financiero asociado al inventario en tránsito. Adicionalmente, debe explicitarse que nuestro análisis se centrará en los costos de mantención de inventario del CD y los costos de transporte desde los proveedores hasta el CD.

Considerando que no es común encontrar en la literatura una definición del concepto de "flujo perfecto", intentaremos construir una propia. Los primeros indicios de "perfección" provienen de la eliminación total de la aleatoriedad, tanto en la demanda, en los lead times, y en la cantidad y calidad de los productos despachados por los proveedores. Otro elemento que ayuda a simplificar el problema, es la consideración de tarifas "planas" para los costos de transporte aéreo y marítimo. En otras palabras, suponer que cada producto es transportado como carga general y tiene predefinida una tarifa única para flete aéreo que es claramente superior a su tarifa única para flete marítimo. En síntesis, estamos suponiendo que la estructura tarifaria de los fletes no incentiva la consolidación de carga. En una situación como la descrita, la inexistencia de aleatoriedad en la demanda y el lead time harán innecesario el inventario de seguridad. Por otra parte, la inexistencia de incentivos para generar lotes de rea-



Visítenos en stands 3 y 4
LOGISTEC EXPO 2014
 Presentamos este año:
Solución AGV para traslados internos



Gestión de almacenes
y centros logísticos



Gestión y optimización
de transporte



Optimización de
procesos internos



Movilidad y
tareas de campo



Gestión de
trazabilidad



Gestión de
patios y camiones



TECSIDEL saluda a GreenLogistic, **operador logístico de sustancias peligrosas y retail**, en el primer año de operación en sus nuevas instalaciones de Lampa.



bastecimiento de tamaño significativo, permitirá prácticamente eliminar el inventario de ciclo, y en consecuencia, el único inventario existente será el inventario en tránsito. En otras palabras estaremos en presencia de una Cadena Logística compuesta sólo por el inventario presente en "la cañería", situación ideal desde el punto de vista de los costos de inventario, al contrario de lo que ocurrirá desde el punto de vista de los costos de transporte.

En síntesis, dada la inexistencia de aleatoriedades, sería posible generar un 100% de disponibilidad de los sku para los clientes, y la única decisión a tomar para cada sku sería su modo de transporte (aéreo o marítimo). El eventual transporte aéreo generaría un mayor costo de transporte, pero a su vez un menor costo financiero derivado del menor inventario en tránsito (consecuencia del menor lead time). Esta decisión no requeriría la intervención de un "tomador de decisiones", porque para cada sku se podría tomar en forma automática, siendo la decisión óptima aquella opción que minimice el costo total de transporte más el costo de capital del inventario en tránsito.

Una variante del caso de "flujo perfecto" recién descrito, sería un escenario bajo el cual toda la carga se transporta desde los proveedores de manera consolidada, aprovechando así las potenciales reducciones en el costo de transporte. En este escenario, también se lograría un 100% de disponibilidad de productos para los clientes, el stock de seguridad sería también cero, pero aparecería un significativo inventario de ciclo y su correspondiente costo, que de algún modo contrapesaría la reducción en los costos de transporte. Un análisis comparativo de estos dos escenarios, constituiría un interesante desafío, cuando varias decenas de millones de dólares están en juego.

En la medida que introducimos realismo al modelo, aumenta el número de soluciones posibles y en consecuencia es necesaria la intervención de un "tomador de decisiones", que apoyado por las propuestas de un adecuado modelo de la realidad y los correspondientes algoritmos de solución, determine la

estrategia más alineada con los objetivos estratégicos de su organización. Un modelo más realista será aquel que incluya adecuadamente la aleatoriedad de la demanda y del lead time y a la vez incluya los incentivos, existentes en la realidad para transportar la carga en forma consolidada llenando contenedores y permitiendo así reducir los costos de transporte.

Por una parte, la incorporación de aleatoriedad genera la necesidad de establecer un inventario de seguridad, de modo de cumplir el nivel de disponibilidad de los sku comprometido con los clientes.

Por otra parte, la inclusión de incentivos para transporte de carga en forma consolidada hace atractivo el establecimiento de lotes de reabastecimiento de mayor tamaño, generándose así el denominado inventario de ciclo, con su costo asociado. Así, pareciera simple la elección de los tamaños de lote. Elegir aquel tamaño de lote que minimice el costo total de inventario de ciclo más el costo de transporte. No obstante aquí es relevante destacar algo no señalado explícitamente en la literatura (ni en la de naturaleza académica, ni en la de carácter profesional): Cuando el Nivel de Servicio se mide como disponibilidad de los sku's para satisfacer la demanda de los clientes, el crecimiento de los lotes de reabastecimiento, no sólo genera crecimiento del inventario de ciclo, sino que además de permitir reducir los costos de transporte, también ejerce un efecto positivo incrementando el nivel de disponibilidad de los sku.

En síntesis, el "tomador de decisiones" deberá seleccionar su punto "ideal" de operación desde un gráfico que represente distintos niveles de disponibilidad de los sku en función de los costos totales, que incluyan los costos de transporte, los costos de oportunidad del inventario en tránsito y los costos de oportunidad y costos reales de los inventarios de ciclo y seguridad.

Respecto a la figura anterior, primero es necesario destacar que permite representar porcentajes de disponibilidad y costos agregados al nivel que se desee (línea de nego-

cio o total compañía). Su versión más simple se puede construir suponiendo que todos los sku tienen en cada punto el mismo nivel de disponibilidad promedio señalado por la coordenada respectiva. Sin embargo, en la medida que se emplee los modelos matemáticos adecuados, es posible construir esta curva de modo que un porcentaje de disponibilidad promedio global, esté conformado por niveles de disponibilidad diferenciados de acuerdo con las características de cada sku. Esta potencialidad de optimización, permitirá obtener el mismo nivel de disponibilidad global, con un menor costo total.

Asimismo, es oportuno recomendar que la construcción de este gráfico agregado, se efectúe en forma independiente para la planificación del inventario del CD, y para la Planificación del inventario de las bodegas regionales. Existen dos razones que claramente explican esta diferenciación. Por una parte, al planificar el inventario del CD se está implícitamente planificando el abastecimiento, proceso cuya principal aleatoriedad se concentra en los lead time. A su vez, al planificar el inventario de las bodegas regionales, se está planificando implícitamente el proceso de distribución, cuya aleatoriedad se concentra en la demanda, y sus parámetros (media y desviación estándar) deben estimarse para cada sku-bodega de distribución.

A la curva representada en la figura, se le denomina "Frontera de Eficiencia Logística". Los puntos cuyas coordenadas están más arriba de la curva, representan las soluciones ineficientes, que es donde normalmente operan las empresas que utilizan criterios simplistas de planificación. Los puntos cuyas coordenadas están bajo la "Frontera", corresponden a soluciones infactibles. En suma, cada empresa debiera intentar construir su "Frontera Eficiente" y moverse desde algún punto ineficiente en que probablemente se encuentra, hasta algún punto de su "Frontera".



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

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

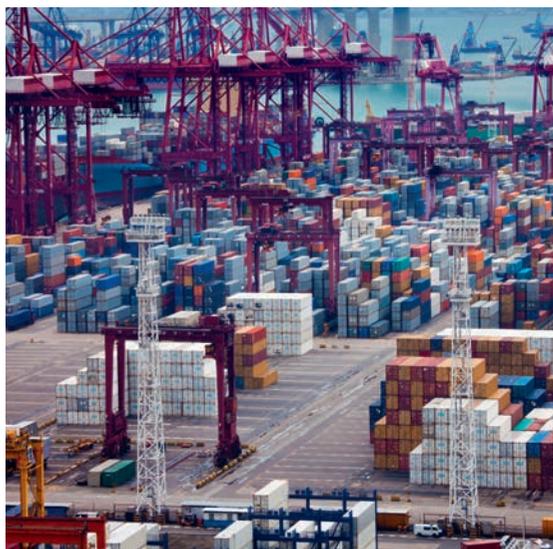
GOLDENFROST
OPERADOR LOGÍSTICO





Por: Rodrigo Garrido Hidalgo, Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Diego Portales

¿QUÉ IMPACTO TIENE EL FALLO DE LA HAYA SOBRE EL TRANSPORTE DE CARGA?



Partamos reconociendo que desde tiempos de los Fenicios el comercio internacional ha sido una necesidad y motor fundamental de todas las naciones que aspiran a desarrollarse o mejorar su calidad de vida. En este aspecto, la región del Cono Sur no es una excepción.

Dentro de la región, Perú es uno de los países más dinámicos, con un crecimiento sostenido de alrededor de un 6% anual sostenido en los últimos diez años. Este dato por sí solo habla de la importancia que tiene para nosotros un vecino con esas características, sin embargo, al observar el crecimiento del comercio internacional entre ambos países nos encontramos con una sorpresa. El volumen transportado desde Perú hacia Chile ha crecido en promedio 19% en la última década, siendo principalmente marítimo. En este escenario, es difícil pensar que el resultado del fallo de La Haya (como quiera que éste se interprete) pueda tener un impacto significati-

vo en la actividad comercial (y socioeconómica) entre ambos países ya que los dados ya están echados y la corriente de inversión va para largo.

Los inversionistas apostaron por esta relación bilateral y lo han seguido haciendo con o sin fallo de La Haya. Por ejemplo, hoy en día hay una inversión peruana en Chile de US\$7.000 millones y Chile tiene invertidos en Perú unos US\$13.000 millones en diversos rubros. Más allá de estos valores existe ya un vínculo más estrecho aún, dado por las más de 300 mil familias de ambos países que participan directamente de las actividades comerciales bilaterales; cabe mencionar por ejemplo, que hay alrededor de 300 restaurantes peruanos en Chile (su mayor colonia gastronómica fuera de Perú) y el rubro textil ha ido también ganando terreno a pasos agigantados.

Todo este panorama, que ya conocíamos antes del fallo, supone para nosotros un trabajo serio y profundo de planificación estratégica del transporte bilateral, especialmente marítimo. Es necesario contar con modelos de predicción de buen nivel, avalados por el Estado, que permitan hacer proyecciones de flujos basados en datos y fuentes oficiales para evaluar proyectos de infraestructura, comunicaciones y comerciales que sean convincentes para inversionistas globales. Hoy en día los capitales globales no se dejan convencer por cualquier proyecto y es difícil mostrar proyecciones rentables que sean creíbles a partir de datos, modelos y fuentes ad-hoc que dependen fuertemente de quien midió los datos y qué agente los proporcionó.

Un caso particularmente interesante es el de la medición del potencial comercial de los puertos de la región. Por ejemplo, según cifras oficiales el 86% del transporte de Perú a Chile se realiza por vía marítima, lo que supone para nosotros desafíos muy importantes con miras a la próxima década (con el promedio de crecimiento de 19% al año agotaremos muy pronto nuestra capacidad de servicio). Pero, ¿sabemos hoy en día, con cifras oficiales, qué capacidad portuaria tenemos en el país? ¿Qué interacción existe entre los puertos "públicos" y privados? El hecho de que exis-

tan puertos privados no debiese ser obstáculo para contar con datos y análisis oficiales de capacidades, eficiencia y flujos de carga y pasajeros a nivel desagregado. Esta información no sólo es relevante para la planificación portuaria sino para un enorme grupo de agentes económicos relacionados con este comercio, tales como concesionarias de autopistas, operadores marítimo portuarios, maestranzas, comercio detallista, agricultores, etc.

Como en tantas áreas de la economía ocurre, el desarrollo de la capacidad portuaria no debe quedar al libre designio de los inversionistas privados sino que debe haber una mirada global, funcional al desarrollo nacional que respete las restricciones no solo técnicas y económicas sino además sociales, ambientales y políticas. Así, el punto de partida para evaluar cualquier proyecto de gran tamaño en que se involucre la capacidad portuaria es, sin duda, la proyección de la demanda por sus servicios. El valor de esta proyección dará indicios de los niveles de congestión, contaminación, etc que deberán ser abordados para otorgar viabilidad al proyecto. A este respecto, hay una gran lección que debemos aprender de nuestros vecinos peruanos.

En efecto, en el Plan Estratégico Nacional Exportador 2003-2013 se analiza no sólo el entorno económico nacional de Perú sino que también el entorno vecino (como por ejemplo el eje Bolivia, Brasil, Paraguay o el Eje Multimodal del Amazonas) y el entorno lejano (como por ejemplo la costa oeste de Norteamérica Los Ángeles, Oakland, Seattle, Vancouver) y su relación con el crecimiento de la demanda portuaria (en particular del Terminal Marítimo de Callao, responsable del. O inminente de más del 70% de la carga de ese país). Las razones de Perú para desarrollar ese plan pueden dividirse en tres grandes grupos: comerciales (las más evidentes por su impacto directo y en el corto plazo), técnicas (involucran el análisis de capacidad existente y una hoja de ruta para el desarrollo de nueva capacidad) y finalmente geopolítica (la relevancia del TM de Callao posiciona a Perú en el eje central del movimiento de carga del Cono Sur).

Esa mirada de largo plazo es fundamental para la planificación estratégica de nuestra capacidad exportadora/importadora. ¿Tal vez convenga posicionarnos como hub de Asia Pacífico? Pero si esta decisión fuera la correcta (lo desconozco) se necesitaría mucho más que posicionar un puerto, se trata ya de posicionar a un país completo, con amplia capacidad portuaria (no solamente Valparaíso y San Antonio) y una gran variedad de servicios extraportuarios y de conexión vial y ferroviaria acorde con los volúmenes esperados.

Cabe mencionar el hecho de que todo sector económico tiene rendimientos decrecientes en el tiempo, y nuestro poder exportador no está exento de esto. En efecto, sabemos que el cobre experimenta costos de producción crecientes en el tiempo y una "ley" (concentración de mineral por unidad de material) cada vez más baja; a lo anterior se agregan costos por negociaciones colectivas cada vez más altos, situación que nos hace progresivamente menos competitivos globalmente (cuesta imaginar que ambas condiciones mejoren en el mediano plazo). Por su parte, el sector silvo-agropecuario también enfrenta límites cercanos a sus niveles de crecimiento; en este sector las amenazas son también un costo creciente de mano de obra (calificada y no calificada) y costos marginales muy crecientes en los recursos agua y suelo cultivable. Por ende, debemos tener un plan B, y éste perfectamente puede venir de la mano del transporte de mercancías, ya no para nuestro consumo sino como operadores de paso. Pero lo anterior requiere planificar desde ya qué y cuánto queremos y podemos hacer como potencial hub de algún mercado mayor que nosotros.

Este es un camino que ha demostrado ser exitoso en el crecimiento de las naciones, como lo fue por ejemplo, la historia de Venecia. En efecto, en el siglo XVI Venecia era una región libre gobernada por sus propios duques, que alcanzó su prosperidad gracias al comercio marítimo. Para esto Venecia se sirvió de dos grandes ventajas comparativas: inmejorable localización espacial y capacidad comercial e intelectual para establecer acuerdos. Lo anterior queda de manifiesto

en el sofisticado sistema de contratos navieros de la época. El quehacer de los habitantes de Venecia gira en torno al comercio y los nuevos "agentes navieros" y otros "freight forwarders" de la época (mercaderes). Tanto los agentes involucrados como los duques, entendieron muy rápidamente que el eje central de su éxito comercial debía ser la confianza, y para ello fue necesario posicionar a Venecia como un legítimo estado de derecho. Venecia se diferenció de otras ciudades importantes de Italia en aquel tiempo, por su condición de libre y su estricta aplicación de la ley. Cabe mencionar que tan grande fue su fama en estos aspectos que la famosa obra de Shakespeare "El Mercader de Venecia" tiene su eje en la dimensión comercial de la ciudad y en el duro impacto de no cumplir con los contratos suscritos bajo las leyes de Venecia.

En la obra están representados casi todos los agentes navieros y comerciales de la época; el prestamista Shylock, presta dinero al protagonista Antonio (quien a su vez lo hace para ayudar a su amigo Bassanio), pero consciente del riesgo asociado al comercio marítimo (Antonio tiene todos sus barcos en altamar) le exige un contrato con una inusual cláusula que exige dar una libra de su propia carne al deudor impago... A pesar de los riesgos, Antonio firma el contrato con la peligrosa cláusula. Parte de la ironía de la obra es la profunda irracionalidad de todos sus personajes, inmersos en una Venecia esencialmente racional y corazón mundial del comercio. Pero la otra mirada, es que pone de manifiesto el carácter subjetivo de relaciones humanas y de confianza asociadas al mundo comercial que alimenta el dinamismo veneciano.

En el fondo, más allá de las relaciones comerciales, las relaciones humanas, en particular de confianza, son la base del intercambio económico, estableciendo relaciones de dependencia entre los agentes que toman parte en el intercambio. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com



Eugenio Caldentey

MODELO DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO FINANCIERO DEL NEGOCIO – PRIMERA PARTE



Durante mucho tiempo el foco del management empresarial ha estado puesto en el crecimiento del negocio, ya sea por la vía del aumento en la participación de mercado o por medio de la ampliación de sus áreas de negocio, sin embargo a medida que los márgenes son empujados a la baja por la incansable presión de la competencia, por clientes más informados y exigentes, y por reducidos ciclos de vida de los productos, las empresas han empezado a dirigir su atención hacia la gestión de costos y el resultado financiero de la última línea.

El hecho que un mayor número de compañías se esté volcando hacia la administración de costos como estrategia de competitividad, ha motivado un mayor interés por la función logística, la cual durante mucho tiempo había estado al margen de las grandes decisiones de la alta gerencia. Dada la gravitación que esta área del negocio suele tener en la estructura

global de costos de la organización y debido a la intensidad del consumo que hace del capital de la empresa, en la forma de inventarios, tecnología, flota de transporte, bodegas, centros de distribución y recurso humano, por nombrar algunos, la logística tiene una alta prioridad a la hora de optimizar recursos y reducir gastos. Prueba de esto, es la acelerada expansión que ha experimentado en estos últimos años el outsourcing logístico. Con tasas de crecimiento anual superior al 20%, el outsourcing ofrece una serie de ventajas para las empresas que lo han adoptado, siendo la eficiencia de costos la razón más recurrente como lo han revelado encuestas y estudios sobre la industria. Con todo, a la hora de abordar la gestión de costos de la logística moderna, aparecen algunos cuestionamientos no triviales de resolver, como puede ser la asignación de costos indirectos a los productos comercializados por la empresa, el poder modelar y comprender la dinámica que se da en las interrelaciones del proceso logístico con las restantes áreas de la empresa, o incorporar los costos de oportunidad que genera el capital invertido en logística, el que se encuentra totalmente ausente de los clásicos indicadores financieros de los estados de resultados.

Los actuales sistemas de costos empleados por las empresas obedecen en muchos casos a diseños que, si bien fueron acertados para la realidad de hace 20 años atrás, hoy día resultan anacrónicos, empiezan a generar frustración al interior de la organización, y peor aún, ponen en riesgo la continuidad de la empresa en el largo plazo. En respuesta a esta nueva realidad, dos importantes herramientas de administración han hecho su entrada triunfal, al menos en lo conceptual. Estas son el Costeo Basado en las Actividades (Activity-Based Costing), o simplemente ABC, y el EVA (Economic Value Added).

Al ser la logística una función transversal a la organización, los procesos del flujo de materiales se encuentran entrelazados con los demás procesos de la organización, y cualquier alteración o acción sobre alguna de las actividades propias de la logística puede tener un impacto no previsto en alguna otra dimensión del



**STOCK
DISPONIBLE**
entrega inmediata



Santiago
Av. Río Palena 9677, Pudahuel,
Centro de Negocios ENEA,
Fono : 56 (2) 2437 5170

Calama
Calle Latorre N° 1472, Of. 701,
Fono : 56 (2) 2437 5170

Lima - Perú
Fono: (51) 716-5926 Fax: 716- 5626
Av. Víctor Andrés Belaunde 147
Vía Principal 140, Edificio Real Seis,
Piso 7, San Isidro.

Sistemas de Almacenamiento

Nuevas oficinas
en Calama y Lima-Perú



- Proyectos de Ingeniería
- Equipamientos para Bodega
- Racks Selectivos
- Racks Drive-in
- Racks Cantilever
- Racks Dinámicos
- Ángulo Ranurado
- Altillos - Mesaninas
- Entreplantas
- Push-Back
- Cámaras de frío
- Proyectos Especiales

info@servylog.cl - www.servylog.cl



- Logística Integral (Retail, Consumo, Farmacéutico)**
- Gestión de Pedidos y Control Stock Vía Web**
- Cámaras Frigoríficas (En Drive In)**
- Almacenamiento**
- Servicios de Valor Agregado**
- Transporte y Distribución**
- Ubicación Estratégica**
- Circuito Cerrado**
- CCTV**

Hemos sumado a nuestro Centro 1000 posiciones de Rack Carga Seca y 900 toneladas de Cámara de Congelado



OPERADOR LOGISTICO - CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Av. Río Palena 9677, Pudahuel, Parque de Negocios ENEA
Fono : 56 (2) 2437 5170 - Santiago - Chile
info@svl.cl - www.svl.cl

negocio. En este sentido, la metodología de costeo ABC tiene mucho que aportar a esta área por cuanto su orientación se encuentra en analizar y entender como las distintas actividades que conforman la empresa consumen los recursos disponibles, y por ende, generan los costos que se desean controlar, a diferencia de los modelos tradicionales de costeo cuyo principal interés se encuentra en monitorear los recursos de la organización. De similar forma, el concepto de medición del valor agregado que aporta el EVA del negocio, encuentra en la logística un ambiente muy propicio para demostrar sus ventajas como indicador del desempeño financiero, por el alto porcentaje de concentración activos que presenta la cadena de suministro.

Se presenta a continuación, en forma teórica, la idea de un modelo renovado de gestión de costos, que llamaremos "Modelo de Costeo Integrado ABC-EVA", el cual combina las ventajas del sistema de costeo por actividad (ABC), con las bondades del concepto de valor económico que introduce el indicador EVA.

COSTEO ABC

El ABC es un sistema de costeo que ha ganado reciente popularidad por su habilidad para entender los procesos claves del negocio, proveer información crítica para el análisis de los costos de las actividades de la empresa, apoyar en forma objetiva la toma de decisiones y medir el impacto financiero de dichas decisiones. Si bien la literatura sobre la materia es extensa y los intentos de implementación son numerosos, aún sigue existiendo mucho desconocimiento sobre las verdaderas implicancias de su utilización.

Se puede afirmar que el principal objetivo del ABC es lograr que los precios de venta reflejen los costos reales de productos y servicios.

Para esto propone una forma alternativa al costeo tradicional para asignar los costos de indirectos de la organización tanto a los bienes que son fabricados, como también a los clientes que demandan y consumen dichos bienes. Por ejemplo, una empresa italiana

que se dedica a la fabricación de calzado fino de cuero hecho a mano, tiene las siguientes categorías de costos:

■ **Materias Primas:** Los insumos utilizados en la producción del calzado – cuero, hilo, suela, pegamento, etc.

■ **Mano de Obra:** El personal experto que interviene en la fabricación directa del calzado, tales como el artesano calificado a cargo de las principales costuras del zapato, o aquel a cargo del proceso de corte del cuero, en el entendido que todo el proceso de confección es realizado manualmente.

■ **Gastos de Administración y Ventas:** Esta categoría incluye, entre otros, el arriendo de las instalaciones, los costos de compra de insumos de oficinas, sueldos de la fuerza de venta de la empresa, y remuneración del personal de los departamentos de adquisiciones, control de calidad, contabilidad, informática, administración y finanzas, crédito y cobranza, y mantenciones. Gastos en servicios básicos, marketing y publicidad, también caen dentro de esta categoría.

Las dos primeras categorías corresponden a costos directos de operación, por cuanto su asignación a los productos fabricados se puede realizar sin mayor complejidad, y con bastante exactitud (en forma directa). En este ejemplo, la cantidad de cuero y suela que requiere un calzado es un valor fijo, y por ende el costo de ambas materias primas puede ser asociado "limpiamente" a cada uno de los productos fabricados.

Sin embargo, la asignación de los costos pertenecientes a la tercera categoría - Administración & Ventas- no es evidente. Cómo se distribuye por ejemplo el costo de la fuerza de venta a cada uno de los modelos de calzado comercializados por la empresa? Si todos los modelos requiriesen de la misma cantidad de horas de dedicación de los vendedores, entonces el problema sería muy sencillo. Sin embargo, no todos los modelos requieren del mismo esfuerzo de venta: los productos nuevos necesitan de un mayor tiempo del vendedor con sus clientes para explicarles cada una de las características del

nuevo modelo, así como las ventajas que podría tener sobre modelos más antiguos. Por otra parte, un modelo antiguo que ha tenido buena aceptación de parte de los consumidores finales, debiera ser más sencillo de vender, y por lo tanto requerir de una menor cantidad de horas de venta.

En general, las empresas que se ven enfrentadas a este tipo de dilemas prefieren optar por el método sencillo del prorrateo, el cual considera el cálculo de un factor de costo a partir de la división del costo total de la categoría (o centro de costo) por alguna variable operativa. En nuestro ejemplo se podría utilizar las horas-hombre artesano como variable de asignación, o más fácil aún, el número de calzados fabricados en el período.

De esta forma, si los costos totales fueron de cien millones de pesos, y el número total de calzados fabricados ascendió a 100.000 unidades, entonces el factor de costo por zapato fabricado sería de \$1.000. Esta última forma de distribuir los costos indirectos, es la que por tradición han empleado la gran mayoría de empresas que prefieren la simplicidad del esquema de prorrateo de costos versus a sistemas más refinados y elaborados como es el ABC. El problema que presenta el esquema de prorrateo es que si la variable escogida (número de unidades fabricadas) es arbitraria, o simplemente no es representativa de cómo son generados los costos indirectos al interior de la organización, entonces se corre el riesgo de distorsionar la información de costos y crear subsidios cruzados desde los productos más baratos hacia los productos más caros de fabricar.

Finalmente, la miopía de los costos de la empresa puede derivar en una incorrecta toma de decisiones que se puede traducir en una crisis financiera y posteriormente en la quiebra de la empresa. Por lo tanto, el hacer una correcta asignación de costos tiene una connotación de vida o muerte para la organización.

EL EVA

La utilización del EVA como indicador de gestión financiera ha venido creciendo



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 - (+562) 2422 9800

www.apllogistics.com

APL 
Logistics

TM

sostenidamente desde mediados de los 90 cuando empezó a ser incorporado en forma complementaria en los balances financieros de las empresas. Desarrollado y patentado por la firma consultora STERN STEWARD & CO., el EVA constituye una potente herramienta de medición del desempeño económico de la empresa en cuanto a su capacidad para crear valor para sus dueños.



La idea básica detrás del criterio del EVA se encuentra en los principios de la microeconomía que establecen que el objetivo primordial de una empresa es la maximización de sus utilidades en largo plazo. Sin embargo, la utilidad referida en este caso no es aquella calculada en los estados de resultados de la contabilidad de la empresa – la diferencia entre ingresos y costos de la operación – sino que la utilidad resultante de sustraer a los ingresos de la compañía los costos ligados a la operación y los costos de oportunidad del capital invertido.

Estos últimos equivalentes a la cantidad de dinero que pierden las fuentes de capital no invertibles de la empresa, como es la maquinaria, inmuebles, activos fijos, capital de trabajo, tecnología, etc. La utilidad económica en este caso es igual al valor percibido por los accionistas de la empresa. Si el resultado es positivo, entonces se puede decir con bastante propiedad que la organización está generando valor, en otras palabras, la actividad que desarrolla la empresa permite obtener ingresos suficientes para pagar los costos de la operación y los costos alternativos del capital que se optó por invertir en el actual negocio en desmedro de la segunda mejor alternativa de destino de dicho capital. Cuando la utilidad económica es negativa, entonces el negocio está destruyendo

valor para los accionistas, y en tal caso es más conveniente terminar la actividad y redestinar el capital hacia la segunda mejor alternativa de inversión que tiene la empresa.

El enfoque del EVA no es mucho más diferente de lo que podría ser la metodología de evaluación de proyectos del Valor Presente Neto, o VPN, la cual estima la proyección de dinero que un determinado negocio será capaz de generar en una determinada cantidad de años, y expresar la suma de los flujos futuros a valor presente descontando dichos flujos por una tasa de descuento que representa el costo de oportunidad del capital utilizado. Típicamente, cuando el negocio se pone en marcha, la gerencia que estuvo encargada de la evaluación inicial del proyecto difícilmente revisa en forma posterior si los resultados obtenidos se ajustan a las proyecciones estimadas y objetivos trazados. En tal sentido, el EVA descubre y explicita el costo de oportunidad de las inversiones consideradas en el proyecto, el cual no es considerado por los principales reportes financieros del negocio, como lo son los balances financieros y estados de resultados de la compañía. El EVA queda determinado por la siguiente ecuación:

Donde
 R : Resultado operacional neto después de impuestos - i : Costo de oportunidad del dinero - K : Capital invertido por la empresa

MODELO DE COSTEO INTEGRADO ABC-EVA

En vista del gran interés que han despertado el ABC y el EVA como herramientas de administración del negocio, surge la idea de un nuevo modelo de gestión cuya ventaja es integrar ambas herramientas en un único sistema de control de costos y capital. En el sistema propuesto, el costo de las actividades no solamente queda determinado por la tasa de consumo de los recursos operacionales, sino que también por la demanda que realiza cada actividad por capital de la empresa. Conceptualmente la idea es muy sencilla, más no su implementación. Si poner en marcha un sistema de costeo ABC consti-

tuye un desafío por sí solo, la complejidad de ejecución del modelo integrado ABC-EVA es aún mayor. A la dificultad de asignar los costos de recursos a las actividades realizadas por el negocio, se debe añadir la problemática de asignar los costos de capital a estas mismas actividades. De hecho, el reconocer e identificar el capital de la empresa no es una tarea sencilla puesto que se debe levantar información de inversiones realizadas por la empresa con bastante anterioridad a la fecha de implementación. Suele suceder que si bien el nivel de inversiones está registrado en los libros contables, no es claro el objeto de la inversión o a donde fue a parar dentro de la organización dicha inversión. Por lo tanto, la tarea de ligar costos de capital con actividades puede ser un trabajo frustrante y con un alto grado de error.

Asumiendo que el problema de identificación de las inversiones de capital de la empresa ha sido resuelto, entonces el modelo ABC-EVA persigue determinar un indicador de valor económico para cada objeto de costo que resulte de interés para la administración de la empresa. Hasta el momento el indicador EVA se ha empleado en forma agregada para calcular el valor económico que genera el negocio, sin embargo sería interesante determinar la contribución al EVA de cada uno de los productos fabricados o comercializados por la empresa.

De igual forma, la contribución relativa de un cliente al EVA global del negocio es una información que debiese resultar de gran interés para la alta gerencia, la cual podría desarrollar estrategias comerciales diferenciadas de acuerdo a la incidencia que tenga cada cliente en la creación de valor para la empresa. El objetivo deseado de esta nueva metodología, se puede entender mejor abriendo un poco más la fórmula del EVA.



Artículo Completo:
 Escaneando el QR desde tu
 smartphone o tablet.
 O www.revistalogistec.com

Diplomado Lider en GESTIÓN LOGÍSTICA

(modalidad vespertina)

*“Formando especialistas con
capacidades logísticas globales”*



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

I PARTE Estrategia e Información 45 hrs.	Introducción a la Cadena de Suministros 6 hrs.	Administración estratégica de suministros 15 hrs	Gestión de la información 9 hrs	Gestión de las técnicas “blandas” en las cadenas de suministros 15 hrs.
II PARTE Logística Integral 75 hrs.	Procesos Manufactureros y su Logística Interna/ Gestión de Adquisiciones 21 hrs.	Planificación y Optimización de Inventarios. 18 hrs.	Gestión de Almacenamiento 18 hrs.	Distribución y Transporte 18 hrs.
III PARTE Logística Aplicada 36 hrs.	Taller Práctico: Evaluación Proyectos Logísticos. 12 hrs		Calidad de Servicios Logísticos (KPI), 9 hrs	Gestión Comercial Internacional. 15 hrs

Inicio: abril / Término: noviembre 2014
Lugar: Alameda 3363. Metro E. Central
Estacionamiento en el campus
diplomas@usach.cl
Fono: 27180812

Código SENCE
Facilidades de pago

www.diplomadosusach.cl

FLOTAS

COMUNICACIÓN A TODO EVENTO



Marcelo Tapia
Gerente General
GPS Chile



Gonzalo Fuenzalida
Director Comercial
Waypoint

Un eficaz control de la flota, una mayor visibilidad de las operaciones, una eficiente planificación de rutas y la mejora en la calidad del servicio son sólo algunos de los beneficios que brinda la implementación de sistemas de información y comunicación para la industria del transporte. Hoy nadie puede estar al margen de esta lógica, veamos por qué...

Mercados cada vez más competitivos, sistemas de información de alcance global y altos estándares de exigencia por parte del cliente final, son solo algunos de los elementos con los que conviven diariamente las empresas productoras de bienes y, por cierto, aquellas proveedoras de servicios, tales como el transporte de

mercancías. Es quizás, en esta última industria donde confluyen con mayor fuerza los elementos descritos, evidenciándose un creciente desarrollo de tecnologías de comunicación (TIC) en lo que a gestión de flotas, despacho y entrega de mercancías se refiere.

Conjuntamente, la inversión que las compañías de transporte de carga realizan en este sentido es, a la vez, creciente y constante. Es claro, si el transportista quiere ser competitivo y establecer una relación de confianza con su cliente debe integrar herramientas que le permitan ejercer un mayor control sobre el servicio que brinda y los costos asociados al mismo.

Ahora bien, nada de esto sería eficiente si el cliente no puede visualizar dichos índices, explicó Gabriel Pé-

rez, Consultor de la Unidad de Transporte de CEPAL en su análisis "Comunicaciones móviles de datos, lo nuevo en gestión y seguimiento de flotas". En dicho documento, Pérez afirmó que "desde el punto de vista del dueño de la carga, el transporte ya no puede ser visto como un componente de la cadena logística que funciona como caja negra, muy por el contrario, el transporte debe recibir y suministrar información fluida a los otros eslabones de la cadena, para mejorar sus tiempos y productividad, de modo de obtener un producto de calidad y competitivo globalmente".

"El transportista por su parte, administra una flota cada vez más compleja y costosa, por lo que necesita realizar una gestión efectiva que asegure un uso adecuado e intensivo de sus vehículos, de modo de maximizar el beneficio. Dentro de este esquema el papel de la tecnología y en especial el de las comunicaciones móviles de datos, adquieren un rol protagónico al interior de las empresas de transporte", explicó Gabriel Pérez.

Sobre este punto, Marcelo Tapia, Gerente General de GPS Chile, afirmó que "todos los que estamos en esta cadena, tenemos un cliente. A todos nos exigen ser eficientes, cumplir con los despachos en la forma, tiempo y costos comprometidos. Por eso debemos tener una operación estructurada, una operación con el máximo de apoyo tecnológico de manera de poder ir visualizando en tiempo real cómo evolucionan las distintas variables de esa operación y poder hacer correcciones en el minuto. Para nuestros clientes es muy importante contar con estas herramientas tecnológicas que les permiten a ellos tener una planificación y control de su operación y así cumplir con el contrato que tienen con su cliente final".

EL PORQUÉ DE LA COMUNICACIÓN

Resultado de la fusión entre la informática y las tecnologías de telecomunicación, los sistemas de comunicación móviles de datos aplicados a la industria del transporte de carga tienen como principales objetivos

umentar la rentabilidad de los procesos de despacho, transporte y entrega de mercancías (diseño de rutas, gestión de flotas, control de costos y seguridad) e incrementar los niveles de calidad de servicio al cliente. Como efecto inmediato, este tipo de tecnologías mejoran y facilitan el intercambio de información entre la empresa de transporte y sus clientes creándose un círculo virtuoso en el que ambos ganan. Consecuentemente, el vínculo comercial entre ambos actores se solidifica.

"EL TRANSPORTISTA POR SU PARTE, ADMINISTRA UNA FLOTA CADA VEZ MÁS COMPLEJA Y COSTOSA, POR LO QUE NECESITA REALIZAR UNA GESTIÓN EFECTIVA QUE ASEGURE UN USO ADECUADO E INTENSIVO DE SUS VEHÍCULOS, DE MODO DE MAXIMIZAR EL BENEFICIO. DENTRO DE ESTE ESQUEMA EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA Y EN ESPECIAL EL DE LAS COMUNICACIONES MÓVILES DE DATOS, ADQUIEREN UN ROL PROTAGÓNICO AL INTERIOR DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE"

Ahora bien, según lo descrito por Gabriel Pérez, las ventajas específicas del monitoreo en línea de flotas pueden clasificarse en tres aspectos esenciales:

"La asignación de cargas y redireccionamiento de vehículos de manera dinámica, lo que facilita la asignación de vehículos para cubrir imprevistos o por variaciones en la demanda, reduciendo aproximadamente en un 35% los tiempos muertos por un mejor manejo de los despachos y en igual porcentaje las demoras en el servicio; el intercambio de información acerca de la carga y descarga, lo que permite el control del estado de la mercancía, a la vez que permite supervisar el transporte de mercancías peligrosas o de gran valor; y la monitorización y control del vehículo, kilómetros recorridos, tiempos de marcha, paradas no autorizadas, velocidad del vehículo, así como transmisión de alertas ante emergencias".

En tanto, según lo descrito por el Consultor, estudios europeos realizados recientemente

sobre el seguimiento satelital de flotas y de los sistemas de comunicación de datos móviles han establecido que la inversión podría ser recuperada en un período de tres años y su uso sólo implicaría un incremento marginal en los costos de transporte por vehículo de 1 US\$/1000 Km.

No obstante, incorporar tecnologías a la operación de despacho, transporte y entrega de mercancías no acredita, por sí sola, el éxito, explicó Gonzalo Fuenzalida, Director

Comercial de Waypoint Telecomunicaciones, señalando que "actualmente las empresas por pequeñas que sean cuentan con elementos de comunicación como es el caso de celulares o GPS instalados en la flota, el problema radica en saber si realmente están usando la tecnología disponible para que la información generada tenga un real uso para mejorar la gestión. No se trata de solo contar con la información, sino que tipo de información es la que realmente me sirve y como la puedo visualizar para que pueda ser usada de manera eficiente".

Sobre este punto, Fuenzalida enfatizó en que "la comunicación en sí no es un problema, el reto es que la información pueda ser creada, procesada y entregada de manera que agregue valor a la empresa (transportista/cliente). El hardware debe de ser visto como un elemento que recolector de datos pero la plataforma tiene que ser capaz de adaptarse a las necesidades de la industria y de cada empresa en particular".

Teniendo en cuenta lo dicho por el ejecutivo de Waypoint, otro factor aparece en escena: 'Las necesidades del cliente'. Es claro: no todas las tecnologías sirven por igual a los propósitos de diferentes industrias; una realidad que aquellas compañías encargadas de desarrollar este tipo de TIC advierten y enfrentan mediante procesos de evaluación constante.

A este respecto, el Gerente General de GPS Chile, explicó que "si desarrollamos una herramienta en particular para un cliente, evidentemente será él quien levante los requerimientos. En tanto, si vamos a desarrollar herramientas o plataformas que vamos a comercializar para más de un cliente, normalmente lo que hacemos es pedirles a un grupo de clientes, de una misma industria, que nos aporten con los requerimientos de la misma. Posteriormente y de acuerdo a ello, desarrollamos las herramientas y les pedimos que las apliquen y las evalúen. Igualmente, de forma constante estamos encuestando a los clientes respecto de los beneficios que reciben con nuestras herramientas y plataformas; haciendo las modificaciones pertinentes de modo de ajustarnos a sus necesidades. No hay que perder de vista que esta es una industria muy dinámica".

Otro de los aspectos importantes a la hora de evaluar los tipos de herramientas y la plataforma que implementaremos para optimizar, no sólo la gestión de nuestra flota, sino también los procesos de despacho y entrega de las mercancías de nuestros clientes, dice

"EL HARDWARE DEBE DE SER VISTO COMO UN ELEMENTO QUE RECOLECTOR DE DATOS PERO LA PLATAFORMA TIENE QUE SER CAPAZ DE ADAPTARSE A LAS NECESIDADES DE LA INDUSTRIA Y DE CADA EMPRESA EN PARTICULAR".

relación con la interpretación de los datos. Sobre este punto, Fuenzalida explicó que "las empresas no pueden depender solo del conocimiento de una persona para interpretar la data recibida, la herramienta logística tiene que ser capaz de ofrecer soluciones para que cualquier persona al interior de la empresa pueda ver los indicadores del proceso y tomar medidas en tiempo real". Lo anterior también se aplica al cliente o demandante del servicio de transporte.

TECNOLOGÍAS ACTUALMENTE EN USO

Ahora bien, en torno a las alternativas tecnológicas para el seguimiento y control de flotas, éstas son variadas y dependen de la naturaleza del negocio en el que se participa, del tamaño de la empresa y de cuán necesario sea hacer gestión en tiempo real de la flota. Pudiendo ir desde la más compleja, como es la transferencia de datos vía satélite, hasta la más simple, como es el traspaso de los datos registrados una vez que el móvil regresa a la central.

La gran mayoría de las soluciones implementadas, utilizan un receptor GPS (Global Positioning System) o Sistema de Posicionamiento Geográfico para determinar la posición exacta del móvil que se encuentra en movimiento. Para ello utiliza un grupo de satélites, de ubicación siempre conocida, con los cuales se determinan las coordenadas y dirección del vehículo.

Ahora bien, para conocer las alternativas de sistemas de comunicación móvil de datos presentes en el mercado y sus aspectos más relevantes, acudimos al escrito de Gabriel Pérez, quien describió algunos de ellos a continuación:

1. DISPOSITIVOS PASIVOS SIN COMUNICACIÓN: Esta clase de productos, tienen un funcionamiento similar a las cajas negras de los aviones. Se adosan adecuadamente al vehículo y almacenan cada un cierto intervalo de tiempo programable (desde segundos

a minutos) la ubicación exacta (latitud, longitud y altura), rumbo y velocidad del vehículo, indicando la fecha y hora del registro. Estos datos son analizados posteriormente en la central cuando el vehículo regresa y deben ser descargados directamente desde el dispositivo, ya que éste no se comunica de ninguna forma con la central de control.

2. COMUNICACIÓN VÍA RADIAL O CELULAR: Ambas implementaciones efectúan la transmisión de datos a la central, cada ciertos intervalos de tiempo pre-programados, según sean las necesidades de gestión de la flota, por ejemplo, un intervalo típico podría ser actualizar la posición del móvil cada 5 minutos.

Cabe destacar que esta comunicación la efectúa directamente el equipo sin intervención alguna del conductor y es recibida directamente por la aplicación que controla al móvil sin ninguna intervención humana.

3. COMUNICACIÓN SATELITAL: El dispositivo ubicado en el vehículo transmite la información a una red de 36 satélites y de allí a una estación terrena, que se encarga de hacer llegar la información hasta la central de control. Si bien su costo de implementación es alto, el costo total por el servicio de transmisión, es relativamente bajo considerando que permite una cobertura del 100 por ciento en cualquier lugar de la tierra.

4. ACCESO IP INALÁMBRICO O WIRELESS IP: Actualmente algunas compañías, ya están utilizando la tecnología WAP (Wireless Application Protocol) o Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas, para la comunicación de datos. Esta tecnología permite acceder a los servicios y contenidos de Internet a través de conexiones inalámbricas.

Otra alternativa para la comunicación de datos, dentro de esta línea es utilizar telefonía IP, en ambos casos es necesario contar con un módem inalámbrico o seamless, que permita la conexión inalámbrica. 

¿Cumple
su empresa
con el Decreto
Supremo 78?

EL OPERADOR LOGÍSTICO EXPERTO EN SUSTANCIAS PELIGROSAS



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS

III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

• ALMACENAJE ESPECIALIZADO

• TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN



BUREAU VERITAS CERTIFICATION

- ISO 9001:2008
- ISO 14001:2004
- OHSAS 18001:2007



PREMIO CONDUCTA RESPONSABLE

SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN
DEL TRANSPORTE CARRETERO
CUMPLIMOS CON EL DECRETO 78



WAREHOUSING

EXPERTOS EN ALMACENAJE DE SUSTANCIAS PELIGROSAS



Reserve su espacio llamando al 2707 49 00 (mesa central) / www.warehousing.cl

WMS

ESLABÓN CLAVE PARA MUCHAS EMPRESAS



Por: María Victoria M.
revista@revistalogistec.com

Se han transformado en un eslabón clave para muchas empresas desde el punto de vista de la gestión y administración de sus respectivas cadenas logísticas. Los Warehouse Management System o Sistemas de Administración de almacenes han dejado de ser una tecnología exótica y exclusiva.

Sus características y ventajas operacionales acercaron esta tecnología a miles de compañías, quienes vieron en esta aplicación una ayuda para el diseño y administración de sus procesos logísticos. En sus comienzos se relacionó esta herramienta a una gran inversión, lo que se transformó –en cierta medida– en una piedra de tope para la masificación de la misma. Un Dios que ordena, controla y sugiere decisiones dentro

de un inventario habitado por operarios, estanterías, pallets, grúas y stocks; algo así es el WMS en medio de un almacén, una bodega o un CD. Bajo la premisa de optimizar los tiempos y también los costos relacionados a los procesos al interior de un Centro de Distribución o bodegas, los WMS fueron tomando fuerza y prestigio. Basado y sustentado en sus ventajas, hoy en día estos sistemas dejaron de ser exclusivos para empresas de gran tamaño, acercando sus beneficios a otros sectores.

La eficiencia operacional es una cualidad logística que reporta ganancias y economía; por lo cual todos trabajan para alcanzarla y en esta línea, los WMS se han popularizado en los últimos años y a la vez que han sufrido grandes cambios. Estas aplicaciones partieron

como sistemas bastantes simples, que administraban la información y hoy ya son una herramienta fundamental para la gestión integral del CD.

Como vemos los WMS han evolucionado en su estructura, funciones y su impacto al interior de las organizaciones, pero ¿Cuáles son las proyecciones futuras de esta herramienta? y ¿qué nuevos desarrollo integrará esta herramienta? o ¿A qué nuevos mercados ingresará? Nada aún está dicho, por lo cual en esta oportunidad abordaremos el tema junto a los principales expertos en el desarrollo y la industria de los WMS.

INTEGRACIÓN, INTEGRACIÓN, INTEGRACIÓN

“El mercado está migrando en busca de soluciones más globales”. Con esta frase Jaime Pavesi, Gerente Comercial Cono Sur Cerca

Technology, deja entrever los diversos desafíos que enfrenta el mercado, siempre en la búsqueda de soluciones que ofrezcan una mayor ventaja para la gestión de la cadena de abastecimiento.

La integración parece ser la clave para proyectar en el tiempo el éxito de estos sistemas de acuerdos a los especialistas, y así transformar a los WMS en una solución más integral y completa. Esta integración no sólo se refiere a la multiplicidad de módulos que puedan asociarse, sino también está estrechamente relacionado con la capacidad que tendrán estas herramientas de adecuarse a las nuevas tecnología.

A este respecto, Gustavo Castro, Director Región Sur de Cygnus Suite, comentó que: “El desafío es muy grande, ya que en las tecnologías emergentes es frecuente ver cambios de paradigmas que permiten a dichas tecnologías alcanzar la aceptación masiva por parte del mercado. En este contexto los riesgos son grandes, ya que adoptar tecnologías que

terminan quedando descartadas rápidamente es un riesgo permanente en nuestra industria, para lo cual es clave la visión de los departamentos de I+D en las empresas de software y por supuesto las de WMS”.

El desarrollo propio que ha tenido la logística y sus negocios asociados, ha llevado a la necesidad de contar con una logística de primera línea desde el origen de los productos hasta el lugar de consumo, y a través de esto, tener una trazabilidad completa, lo que obliga –según manifestó Ignacio Aldunate, Director Gerente de TDS América- a los WMS a ser herramientas flexible e integral, “tanto en los sistemas internos de la compañía, como con sistemas externos, de otros integrantes de la cadena de suministros”.

Es así como se desprende otro desafío: La flexibilidad, ya que estas herramientas deben ser “capaces de contener la información necesario para de control logístico de los productos de las compañías y tener la capacidad de integrarse tanto con la información de los



“WMS para la gestión de Almacenes”.

- + Venta de Licencias.
- + Servicio de Arriendo (Cloud).
- + Desarrollo, Mantenimiento y Soporte Local.
- + Consultoría Procesos Logísticos.
- + Servicio Integración de Sistemas.

Cotíe y contáctenos en nuestro sitio web www.i-tec.cl

Visítenos en Expologistec, 27 / 28 de marzo, Stand C06.



Dirección: Avenida del parque 4890,
oficina 238, Huechuraba
Teléfono: +56 2 27384707
Correo: contacto@i-tec.cl

Administrar tu bodega nunca fue tan fácil

proveedores, como con los sistemas de los clientes, ya sea a través de traspaso de datos electrónicos o por medio del etiquetaje de estos”, agregó Aldunate.

A este respecto, desde Logfire, aseguraron que si bien los WMS seguirán siendo commodities en la industria, algunos serán más flexibles que otros tanto en su configuración como implementación. Además, la empresa detalló lo que a su juicio son algunos de los desafíos de esta industria: “El soporte post implementaciones, no todas las compañías cuentan con este servicio de la forma que los clientes lo desean; Consultores, es vital que los consultores que implementen las soluciones de WMS tengan el knowhow necesario para llevar a cabo este tipo de implementaciones, es necesario que conozcan todas las reglas de negocio de los clientes; Interacción con otros softwares que tengan los clientes; Actualizaciones del sistema, se debe apuntar a que esto no tenga cobros y no implique una nueva implantación, por más que tenga muchas mejoras”, afirmaron.

tensibilidad, proporcionarán sistemas mucho más fáciles de configurar, personalizar y modificar para satisfacer las nuevas necesidades del negocio”, dijo.

Un punto distinto fue el que abordó el Gerente de Wayup Software Group, Fernando Catepillan, al asegurar que una gran tarea es “derribar el antiguo paradigma de que la tecnología de punta no está al alcance de la pyme”.

Con todo, “los WMS deben estar preparados para incorporar nuevas funcionalidades, nuevas tecnologías y nuevas capacidades de gestión y de comunicación entre los diversos agentes de la cadena de suministro”, concluyó Mario Vergara, Director Regional de Tecsidel.

ADAPTARSE A LAS NUEVAS NECESIDADES

Cada una de las empresas tiene sus propias características y por ende sus propias necesidades. Como señalamos anteriormente un número creciente de empresas, de diversos tamaños e industrias, han tomado conciencia de la importancia y la necesidades de trabajar e intervenir en su gestión logística con la finalidad de ser más rentables y optimizar sus operaciones; y es ahí como los WMS, como sistemas de gestión, se ven enfrentado al desafío de adaptarse a cada una de las necesidades de las empresas.

Para los expertos en este tipo de software, los WMS que mejor se adaptan a las necesidades cambiantes de las empresas son aquellos que reúnen dos cualidades claves: Parametrizables y Interoperabilidad. Ser parametrizables permite adaptarse a las necesidades cambiante de las empresas; mientras que la facilidad que ofrezcan los WMS para conectarse con otros sistemas es lo que se conoce como interoperabilidad.

A este respecto, Gustavo Castro afirmó que estas cualidades permite “responder rápidamente a los nuevos casos de negocios que

se van incorporando a las operaciones logísticas”. Mientras que Catepillan instó a la industria a desarrollar sistemas “capaces de poder configurarse para una variedad de distintas necesidades”. Mientras que el Director Gerente de TDS América llamó a que al momento de escoger una de estas herramienta se proyecte en el tiempo para que acompañe el desarrollo futuro de la compañía y la incorporación de nuevas tecnologías.

La clave de la adaptabilidad de estos sistema está en que en la medida en que las empresas cambian y agregan nuevas funcionalidades a sus operaciones y sus necesidades aumentan, estas sean soportadas por el WMS.

“Los sistemas de gestión de almacén están al servicio de las necesidades de las empresas y evolucionan también a partir de dichas necesidades. Las empresas que desarrollamos estos softwares estamos atentos a estas necesidades, incluso intentamos anticiparnos para proponer mejoras que tengan impacto positivo en las operaciones. La evolución continua y el I+D+i son los motores que materializan la adaptación”, comentó el Director Regional de Tecsidel.

¿CÓMO MARCAR LA DIFERENCIA EN ESTE MERCADO?

El mercado de WMS ha sido siempre, como parte de la industria tecnológica, muy competitivo y probablemente lo segura siendo. Por eso, una de las tareas de mayor dificultad y a la vez de más importante para las empresas es la capacidad que tengan de marcar diferencias.

La estrategia comercial utilizada por cada una de las compañías es la herramienta utilizada para marcar presencia en este mercado y está domina, entre otras cosas, por destacar su trayectoria como empresa, la versatilidad de sus productos, los éxitos de implementación o la capacidad profesional de sus equipos. “El mercado de los WMS es un espacio atractivo y un mercado abierto que se nutre de evaluaciones de múltiples

“LOS WMS DEBEN ESTAR PREPARADOS PARA INCORPORAR NUEVAS FUNCIONALIDADES, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NUEVAS CAPACIDADES DE GESTIÓN Y DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS DIVERSOS AGENTES DE LA CADENA DE SUMINISTRO”.

Por su parte, el Director para América Latina de Manhattan Associates, Osvaldo Valero, advirtió que los sistemas WMS continuarán enfrentando desafíos en varias formas, incluyendo el desempeño, el costo total de propiedad y la flexibilidad. “Este tipo de herramientas combinadas con paradigmas de programación modernos enfocados en la ex-

Líder en Integración de Soluciones Logísticas

Voice Picking

Captura de Datos

Redes Inalámbricas

Impresión cod. de Barras

Transporte



Sistemas de Administración de Almacén (WMS)

- > Recepción
- > Acomodo
- > Picking
- > Despacho



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS
III VERSION • 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC



proveedores probablemente continuarán, lo que significa un ambiente desafiante y competitivo”, afirmó el Director para América Latina de Manhattan Associates, quien además agregó que como empresa “damos la bienvenida a las evaluaciones, la competencia y la oportunidad de demostrar que nuestros sistemas son una excelente opción para los departamentos innovadores de cadena de suministro”.

La masificación de un mercado supone la madurez del mismo. En base a esta premisa, Gustavo Castro sostuvo que cuando un mercado madura “permite la segmentación, y a su vez la diferenciación según el segmento que se desee atender”. En esta línea de la segmentación como plataforma de diferenciación en el mercado, Aldunate comentó que “aún existe un mercado expectante que requiere soluciones de tecnologías, pero a un costo razonable y de acuerdo a sus capacidades, es aquí donde tenemos una ventaja real”.

“LA COMUNICACIÓN DE ESTOS SISTEMAS ES CLAVE Y ES DONDE SE VEN LOS MAYORES FRACASOS DE LAS IMPLEMENTACIONES, DEBEMOS LLEGAR A QUE TODOS HABLEN EL MISMO IDIOMA Y DONDE LA INTEGRACIÓN NO SEA TEMA”.

Por su parte Mario Vergara señaló que es en esta masificación en el uso de los WMS -la cual se debería a la creciente necesidad de las empresas de mejorar su eficiencia y minimizar los costos operativos y así ser más competitivos- donde parte la estrategia de diferenciación al ofrecer a los clientes sistemas flexibles que pueden adaptarse a sus necesidades, actuales o futuras, y al hecho de disponer de una amplia cobertura en áreas operativas complementarias.

“Cuando un WMS se transforma en un commodity la diferencia la hace el modelo (tradicional o SaaS) y el soporte de esta aplicación. Lo que buscan los clientes es tener una empresa de WMS que no los abandone una vez finalizada la implementación, en este sentido el soporte posterior a la implementación es clave”, manifestaron en Logfire.

Finalmente para el Gerente Comercial Cono Sur Cerca Technology, el valor agregado en este mercado está en el capital humano, en el expertise de los consultores y especialistas del producto. “Hay que conocer y entender el negocio del cliente para poder modelar y aplicar reglas de negocio adecuadas, relacionadas con la operación específica de cada cliente, lo que no está tan sencillo”.

LOS FUTUROS DESARROLLOS

Incorporación de tecnologías avanzadas, mayor integración, mayor flexibilidad, afrontar las mayores complejidades de la cadena y una mejor comunicación son algunos de los puntos que -a juicio de los expertos- deberán desarrollarse en el futuro por la industria.

El éxito de los sistemas de gestión de almacenes en los últimos años hace prever que el desarrollo de esta tecnología no se detendrá, lo que obliga a las empresas del sector a diseñar nuevas estrategias para afrontar las necesidades y crecimiento de la industria. Consultados nuestros expertos sobre ¿por dónde pasarán los desarrollos de la industria en el futuro?, los profesionales coincidieron en su mayoría en la capacidad de afrontar los desafíos propios que impongan las empresas de acuerdo a su desarrollo logístico como uno de los principales desafíos futuros.

“Los desarrollos futuros apuntarán a alcanzar una mayor integración de la cadena de suministro de las empresas”, aseguró Fernando Catepillan. Asimismo, en Logfire añadieron que “la comunicación de estos sistemas es clave y es donde se ven los mayores fracasos de las implementaciones, debemos llegar a que todos hablen el mismo idioma y donde la integración no sea tema”. “Cada vez será

más importante el proporcionar una integración fluida y constante con los sistemas de control de almacén que se utilizan para manejar las tecnologías de automatización. La reducción del trabajo humano es un tema continuo en nuestra observación. Otra oportunidad próxima incluye la interconectividad de sistemas con soluciones de gestión de órdenes distribuidas”, detalló el ejecutivo de Tecsidel.

Una realidad que se vislumbra en el futuro es la manifestada por Ignacio Aldunate, quien comentó que “podemos considerar que las necesidades de los diferentes mercados, la complejidad de las cadenas de abastecimientos y la necesidades de contar con trazabilidad plena, va a llevar a que los diferentes actores integren su información, esto implica que la información debe ser aportada a diferentes canales y obtenida de diferentes proveedores, así los WMS, que son los llamados a controlar el flujo interno de la información, y la recepción y entrega, deberán incorporar no solo tecnología de punta, sino que permitir el uso de los diferentes estándares que se utilicen en los mercados en los que participan”. Para esto se requerirá flexibilidad y la incorporación de tecnologías, añadió el ejecutivo.

Los desafíos serán múltiples y en diversas direcciones: soporte de nuevos procesos logísticos, mayor facilidad para los usuarios, incorporación de nuevas tecnologías, interoperabilidad entre sistemas seguridad informática, adopción de estándares en diversos niveles, soporte a la calidad en las operaciones, compatibilización con la “nube”, etc., según aseguró el Director Región Sur de Cygnus Suite.

Es así como, si bien el mercado de los sistemas de gestión de almacenes ha crecido enormemente en número de implementaciones como también en las mejoras que ofrece el sistemas a las distintas cadenas de suministros, los desafíos y retos futuros son enorme; y la tarea de este mercado es hacer frente a estos planteamientos operacionales de la mano de la incorporación de nueva tecnología y de la expertise alcanzada como industria. 

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



"Agregamos valor a tu espacio, desde 1974"



Tamegal nos ha entregado el soporte técnico y de ingeniería necesarios para seleccionar la mejor alternativa a nuestros requerimientos de almacenamiento, como también, una propuesta económicamente competitiva y una preocupación permanente por tratar de cumplir los plazos comprometidos en materia de entrega de materiales y desarrollo de la obra."

Mario Duque A.
Gerente General

Importadora y Comercial Starfood Ltda. / Proyecto:
Ampliación Centro de Distribución Parque Industrial
Los Libertadores

Solución: DRIVE IN
Posiciones Pallet: 1.315
Peso Pallet: 1000 Kg.
Altura: 8100 mm
Accesorios: Protector de pilar y Guía Grúa a piso.

SOLUCIONES PARA ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA

Soluciones:

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



Visítanos en:



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



➤ **Juan Francisco Ovalle**
Gerente General
Warehousing Valle Grande

“SER RECONOCIDOS POR LA INDUSTRIA, LA COMUNIDAD Y LAS AUTORIDADES COMO EL MEJOR PROVEEDOR DE SERVICIOS DE BODEGAJE Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS INFLAMABLES, TÓXICOS Y CORROSIVOS, EN TÉRMINOS DE CALIDAD, SEGURIDAD Y EFICIENCIA”

riesgos, respeto del medio ambiente y por la seguridad de la población

Desde su puesta en marcha, Warehousing ha crecido sostenidamente, alcanzando hoy más de 14 mil posiciones de pallet instaladas y puesta a disposición del mercado.

Participar eficientemente en la cadena de valor de sus clientes, entregando soluciones que satisfagan las necesidades de éstos ha sido la principal motivación y el eje que ha guiado el desarrollo de la empresa, según comentó Juan Francisco Ovalle, Gerente General.

Ovalle agregó que la clave del éxito está también en cumplir con los estándares de calidad y seguridad que requiere este mercado “para ser reconocidos por la industria, la comunidad y las autoridades como el mejor proveedor de servicios de bodegaje y distribución de productos químicos inflamables, tóxicos y corrosivos, en términos de calidad, seguridad y eficiencia”.

SERVICIOS

“La oferta de Warehousing se extiende desde almacenaje especializado para sustancias peligrosas de clases inflamable, químico y carga general, (incluye carga spot para obtención de Resolución de Uso y Disposición entregada por la Seremi de Salud Metropolitana) hasta servicios de bodegaje estándar”, ase-

SEGURIDAD Y CALIDAD DE SERVICIO BASES DEL ÉXITO EN EL MERCADO DE SUSTANCIAS PELIGROSAS

Con más de catorce años de participación en el mercado logístico de las sustancias peligrosas, Warehousing se ha consolidado como la alternativa de calidad para la industria, respaldado por la versatilidad y variedad de sus servicios.

Posicionado como uno de los líderes en logística para la industria química y de sustancias peligrosas, Warehousing Valle Grande S.A se ha centrado en el almacenaje y distribución de modo seguro y responsable. La empresa visualizó hace

más de catorce años, la necesidad del país de contar con bodegas especializadas en el almacenamiento de productos químicos y peligrosos, debido -entre otras cosas- a la importancia cada vez mayor que la comunidad otorga al respeto por el medio ambiente, seguridad ambiental local y la prevención de



guró Ovalle. Para dar respuesta a las distintas necesidades, en cuanto a almacenaje, Warehousing Valle Grande S.A cuenta con bodegas construidas bajo la norma norteamericana NFPA, pauta de almacenamiento seguida por el SEREMI de Salud de la Región Metropolitana desde noviembre de 1998, y cuentan con la mejor tecnología para almacenar sustancias peligrosas, conforme a la Norma Chilena 382, para las siguientes clases: Clase 2, gases comprimidos; Clase 3, líquidos inflamables; Clase 4, sólidos inflamables; Clase 6, tóxicos; Clase 8, corrosivos y Clase 9, sustancias y objetos peligrosos varios.

Además, la empresa ofrece servicios de desconsolidación de contenedores, picking de diversos formatos, despacho de carga y emisión y control de documentos. A esto suman servicios de valor agregado, dado que el cuidado de la normativa y de los estándares de seguridad es fundamental (etiquetado de productos, control de calidad, palletizado de carga a piso, internación de carga peligrosa, transporte homologado para productos peligrosos y administración de gestión o KPI'S).

“Para nuestra operación contamos con un diseño estructural apropiado (construcción de acuerdo a DS78, distanciamiento de bodegas, sumideros de contención en caso de derrames, ventilación apropiada, radiación térmica, etc.); sistemas de detección automático de incendio en todas las bodegas, reforzado por una red manual de pulsadores; red automática de extinción de incendios en bodegas de inflamable, en cielo y en cada posición de pallet de nuestras estanterías (racks), con suministro de agua propio; elementos intrínsecamente seguros; control de incompatibilidades químicas; Operaciones automatizadas (WMS, Radio Frecuencia), etc.”, detalló Juan Francisco Ovalle.

SERVICIO PERSONALIZADO

Dada las características de los productos manipulados, los clientes de Warehousing se destacan por su preocupación ante el servicio ofrecido. “Tenemos clientes para los que la externalización de este tipo de servicios es algo totalmente nuevo. Así también están aquellos clientes expertos en logística y pro-

ductos peligrosos. Con todos ellos llevamos un proceso de construcción de propuesta, a fin de compartir experiencias y aunar criterios”, comentó el Gerente de General.

Debido la variedad de clientes, la empresa se ha enfocado en acompañar a cada uno de ellos en todo el proceso de levantamiento de servicios, determinación de necesidades, cotización y simulación de los costos finales que el servicio implicará.



“Esto siempre va acompañado de una visita a nuestra planta, de manera que se entiendan las características completas del servicio que se está ofreciendo. Nuestro objetivo es que el cliente en su visita a Warehousing obtenga plena claridad del servicio entregado y de su costo”, declaró.

Entre los principales rubros que atiende este líder logístico están: Pinturas, Tintas, Agroquímicos, Industriales Químicos / Manufactura, Consumo Masivo, Minería, Farmacéutico, Laboratorios y Construcción.

PILARES DE UNA ACTIVIDAD EXITOSA

Seguridad, flexibilidad y colaboración son los tres pilares que sostienen la estrategia de negocios de esta empresa. “Nuestro foco va más allá de un buen servicio. Lo realmente importante es diferenciarnos al ofrecer valores al cliente”, recalzó el Gerente General.

El ejecutivo comentó en cuanto a la seguridad que “dado nuestro historial intachable, y nuestra preocupación por la mejora continua, nos hemos convertido en un referente para la autoridad. No nos preparamos para

que nuestras prácticas e instalaciones respondan bien ante un incidente, nos preparamos para que NO sucedan incidentes”.

A reglón seguido, se refirió a la flexibilidad, donde destacó la elaboración de propuestas económicas atractivas y customizadas a la medida de las necesidades operativas y del modelo del negocio de los clientes de Warehousing. “Negociar de manera cercana las condiciones comerciales y operativas nos ha dado las mejores experiencias de negocio”, afirmó.

En cuanto a la colaboración, el ejecutivo definió a su empresa como “un eslabón más de la cadena de valor de nuestros clientes, y como parte de su negocio es que buscamos dar respuestas rápidas, eficientes y satisfactorias”.

Es así como la seguridad, la experiencia y la tecnología aplicada en las bodegas y servicios de Warehousing están respaldados por las certificaciones con las que cuenta y que entregan a los clientes la seguridad de contar con un socio de calidad y de primera línea.

Entre las certificaciones obtenidas están: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2008; Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001: 2004; Gestión de Seguridad y Salud OHSAS 18001:2007; Certificado Sistema de Homologación del Transporte Carretero (ASQUIM); Certificado “Conducta Responsable” (ASQUIM).

Finalmente, los más de 14 años de trayectoria y el reconocimiento del mercado de las sustancias peligrosas han llevado a la compañía a proyectar su crecimiento en los próximos años. Es así como se proyecta la construcción de bodegas, tras contar con la Declaración de Impacto Ambiental aprobada, que permita a la empresa alcanzar los 20 mil posiciones de pallet de capacidad, lo que -a juicio de su Gerente General- dará un nuevo impulso para continuar con el crecimiento sostenido que estamos llevando y dar respuesta a la demanda del mercado”. 



Ignacio Sanmartín
Gerente Administración y Finanzas
Estrella Solitaria

“NOS HEMOS DADO CUENTA DE LAS NECESIDADES QUE NO ESTÁN CUBIERTAS EN NUESTRO SECTOR, POR LO QUE ANALIZAMOS QUÉ PODÍAMOS HACER PARA PODER RESPONDER ADECUADAMENTE A LOS CLIENTES Y ESA REALIDAD LA HEMOS IDO REFLEJANDO EN NUESTRO LINE UP DE PRODUCTOS”

cos en cuanto a desarrollo. Sin embargo, el ejecutivo reconoce que también fue un poco más complejo en ventas, a pesar de haber crecido en comparación al año anterior.

“Aunque la venta de racks estuvo algo más lenta que en 2012, el área de rodados fue mejor y eso nos permitió seguir creciendo. Esa es una de las ventajas de nuestra empresa, ya que manejamos un line up variado de productos que nos permite ir moviéndonos entre las distintas áreas de negocios que manejamos”, comenta. Por otro lado, la compra de un inmueble implicó un salto cuantitativo, pasando de tener dos bodegas de 1.000 metros cuadrados que se administraban de manera independiente, a una de 2.400 metros; situación que significó un cambio cualitativo a nivel organizacional, proyectando un proceso de crecimiento orgánico importante.

“El 2014, comenzamos con mucha fuerza y será un año de gran movimiento. Existen varios proyectos importantes dando vuelta y estamos llamados a participar de todas las grandes propuestas que hay en el mercado”, afirma Sanmartín, evidenciando un gran optimismo con respecto al desarrollo de la empresa.

INNOVADORAS SOLUCIONES

Esta compañía cuenta con un mix de productos que incluye, por un lado, soluciones de logística como racks en todas sus versiones

MIX DE PRODUCTOS Y FLEXIBILIDAD DE SERVICIOS, CLAVES DEL EXITOSO POSICIONAMIENTO

Esta empresa dedicada al almacenaje, soluciones de logística y venta de rodados se ha posicionado como una de las alternativas más importantes en el mercado nacional. Hoy, de la mano de sus tres nuevas representaciones esperan continuar con el crecimiento de la empresa y estrechar los lazos con sus clientes.

Con casi cinco años en el mercado, Estrella Solitaria se ha convertido en una alternativa viable para la industria, gracias a su flexibilidad de servicios y equipamiento; logrando así un crecimiento exponencial, el cual se ha mantenido constante en los últimos tres años. Como afirma uno de sus propietarios y Gerente de Administración y Finanzas, Ignacio Sanmartín:

“Vinimos a llenar un espacio en el mercado donde muchos clientes se sentían satisfechos con sus productos, pero muy mal atendidos, por lo que nosotros llegamos con un enfoque y servicio distinto”.

Enfocada en el almacenaje, soluciones de logística y venta de rodados, Estrella Solitaria, tuvo un año 2013 positivo, marcado por la realización de algunos proyectos emblemáti-



y soluciones de warehousing y, por otro, rodados, tales como carros de supermercados y carros de carga media para bodega.

En esta línea, Estrella Solitaria S.A., asumió la representación de tres nuevas empresas extranjeras. A este respecto, Sanmartín aduce que: “Nos hemos dado cuenta de las necesidades que no están cubiertas en nuestro sector, por lo que analizamos qué podíamos hacer para poder responder adecuadamente a los clientes y esa realidad la hemos ido reflejando en nuestro line up de productos”.

La empresa BOPLAN, de origen belga, es una de ellas y otorga seguridad industrial comercializando barreras plásticas impacto-resistentes. De acuerdo al ejecutivo, estos son productos “únicos en el mundo y la principal característica es que te asegura continuidad operacional y seguridad para el personal, ya que hoy en día uno de los grandes liabilities que tienen las empresas son los accidentes laborales”.

También representarán a la compañía italiana líder en automatización de bodegas, AUTOMHA. A este respecto, Sanmartín agrega que: “En Chile la automatización está en pañales, porque se cree que implica costos muy elevados, pero esto no es así. En el negocio del bodegaje de la logística, no se ha innovado mucho en los últimos 20 años; existe una cierta rigidez en la logística y las operaciones en las bodegas que no ha permitido avanzar mucho, por lo que hay un mercado por llenar con la automatización”.

Asimismo, agrega que; “Nos asociamos con AUTOMHA, porque creemos que hay un espacio grande de desarrollo en soluciones logísticas en nuestro país, y si bien, la automatización puede implicar en un comienzo una inversión más alta, en el largo plazo es mucho más rentable, ya que aumenta la eficiencia, disminuye el uso de mano de obra y sobre todo, porque hay poco margen para el error, disminuyendo la merma. Acercar la tecnología a los clientes nos da la posibilidad de participar desde una perspectiva distinta en las operaciones logísticas”. Así mismo, Estrella Solitaria representa a la empresa norteamericana HANNIBAL, la cual es la segun-

da mayor productora de racks en Estados Unidos, y ofrece productos que antes no estaban en el país, tales como el Tuberack y el Rack estructural, ambos pensados y desarrollados para otorgar un excelente comportamiento en escenarios sísmicos, combinando los mejores materiales y la mejor ingeniería.

Frente a estas tres nuevas representaciones, Sanmartín “apuntan al futuro e identificar las necesidades que existen hoy y que no han sido cubiertas por el mercado y que necesariamente van a entrar en nuestro país. Es algo que cuesta porque somos un país que siempre mira a corto plazo; pero ya hay varios clientes dispuestos a hacer las inversiones que corresponden, porque de su propia experiencia se han percatado que mirar a corto plazo es un costo que no tiene mucho sentido”.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y FLEXIBILIDAD DE SERVICIOS

Precisamente es en estas representaciones donde se basan las perspectivas de crecimiento bianual (2014-2015) de esta compañía. “Si bien, contamos con productos de base como racks selectivos, push back y drive in, entre otros, creemos que eso ya no es suficiente, porque esas soluciones se han convertido en commodities, por eso queremos ofrecer otros valores agregados”, asevera el ejecutivo.

Pero no sólo los productos son la clave del éxito, sino también la relación que alcance con los clientes, la cual definen como “primordial”. En ese sentido, su deseo es crear una conexión estratégica, en la que sean un partner con sus clientes, ayudándolos a buscar soluciones óptimas y que además sean económicas. Para esto, Sanmartín manifiesta que: “No sólo queremos ser un partner estratégico en el diseño de las bodegas, sino que también queremos entregarles una propuesta comercial que sea más interesante y competitiva”.

En la misma línea, el reto de Estrella Solitaria es ofrecer a los clientes el mejor precio y servicio, pero además fidelizarlos. “Nos hemos especializado de manera muy profesional y

acotada en las líneas de negocios que sabemos hacer bien, y además comercializamos productos de la mejor calidad, con las soluciones más innovadoras y que realmente puedan marcar una diferencia en el mercado nacional”, ratifica el Gerente de Finanzas.

En palabras del Gerente de Administración y Finanzas: “Lo que viene para este bienio es hacer un buen trabajo de ventas; lo que se traduce en ser capaces de traspasar al cliente la totalidad del valor agregado que estos productos pueden ofrecer. Nosotros tenemos hoy día una gama de servicios que



parte desde la base que es el rack, hasta la operación completa de una bodega automatizada”.

Con todo, la clave del éxito de Estrella Solitaria está en su visión de crecimiento que va ligada a la aceptación y posicionamiento que tengan sus nuevos productos. “La idea es realizar un proceso de educación al cliente sobre estos nuevos productos y ayudarlo a tomar una decisión de manera informada, aportando con nuestra propia experiencia para que ellos puedan crecer de manera sustentable, saludable y sostenible, porque en la medida que el cliente crece, nosotros también crecemos”, finaliza. 



Por: José Lizana, MBA. Psicólogo Organizacional. Docente del diplomado de logística de la USACH y Director Área Psicología Organizacional UNAB.

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS DIRECTIVAS EN EL ÁREA DE LA LOGÍSTICA, ES HOY EN DÍA EN LAS ORGANIZACIONES UN TEMA FUNDAMENTAL, PUES CADA DÍA ES MÁS COMPLEJO. SEGÚN SPENCER Y SPENCER, UNA COMPETENCIA ES UNA CARACTERÍSTICA SUBYACENTE DE LAS PERSONAS QUE ESTÁ CAUSALMENTE RELACIONADA CON UN ESTÁNDAR DE EFECTIVIDAD EN UN TRABAJO (ALLES, M, 2006).

COMPETENCIAS

A partir de la definición, es posible determinar que las competencias del profesional de la logística forman parte trascendental de su quehacer, las que están relacionadas con las decisiones a las que se debe enfrentar y sus desempeños. En la actualidad, este profesional, requiere de una multiplicidad de saberes relativos a la ocupación, integrados con su formación técnica, habilidades sociales y habilidades personales. Siendo crítica la capacidad para liderar de forma efectiva su trabajo.

Respecto de las funciones y actividades del área de la logística, éstas están al servicio de la Gestión Estratégica y de la creación de valor en ámbito organizacional. Para lo cual, en términos estratégicos, se debe desarrollar las capacidades de los trabajadores y alinearlos a la misión de la organización.

En este sentido, se distingue, dos dimensiones: una Estratégica, ligada a los logros económicos, entre las que encontramos competencias como la visión de negocio, la resolución de problemas, gestión de recursos, orientación al cliente, generación de una red de relaciones efectivas y la capacidad de negociación; y otra dimensión Intratégica, relacionada a la unidad de los miembros de la empresa, del compromiso y la confianza presentes en estos.

La cual, está ligada a la relación con lo operativo o el entorno interno de la organización. Las competencias presentes en esta dimensión son: Comunicación, organización, empatía, delegación, coaching, y trabajo

en equipo. Junto a estas competencias, se encuentran las de Eficacia personal, que determinan la capacidad de autodirección, por ende, son también consideradas competencias directivas. Aquí es posible apreciar las capacidades de proactividad (iniciativa, creatividad y autonomía personal), autogobierno (disciplina, concentración, autocontrol), gestión personal (del tiempo, del estrés y del riesgo), y desarrollo personal (autocrítica).

Según lo propuesto anteriormente, se pretende que los Trabajadores en el área de la logística posean y/ desarrollen capacidades que les permita liderar un

grupo o área de la empresa, favoreciendo el crecimiento tanto de la organización como del grupo humano del cual forma parte. Para ello es necesario establecer las competencias que se requieren en este tipo de cargo, las cuales no sólo responden a decisiones técnicas y estratégicas de la organización, sino que también a las capacidades sociales.

Un buen líder es aquel que pueda establecer relaciones efectivas y a la vez ser capaz de escuchar y recoger las distintas opiniones y proposiciones que le sean manifestadas. De cierto modo, debe ser capaz de favorecer una cohesión entre las personas y la organización. Por ello,

es importante que tengan la capacidad de motivar a los trabajadores de la organización para que estos se sientan parte del proceso de crecimiento y desarrollo, tanto de ellos mismos como de la empresa. En este sentido, el llamado es a desarrollar en todos los trabajadores del área de Logística un Liderazgo Appreciative, que toma en cuenta las competencias potenciables de un colaborador o un grupo de trabajadores.

“UN BUEN LÍDER ES AQUEL QUE PUEDA ESTABLECER RELACIONES EFECTIVAS Y A LA VEZ SER CAPAZ DE ESCUCHAR Y RECOGER LAS DISTINTAS OPINIONES Y PROPOSICIONES QUE LE SEAN MANIFESTADAS”



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS

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

Green
Logistic



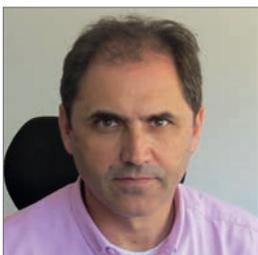
Nuestros Servicios Logísticos son:

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

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

Nuestros clientes nos confían su logística, sólo faltas tú

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



Por: José Horacio Villalobos, Gerente de Logística Codelpa

MUCHO SE HABLA EN LOGÍSTICA DE TÉRMINOS COMO PICKING, SLOTTING, ALMACENAJE, DOTACIÓN, INVENTARIOS, ETC, PERO EN GENERAL NO SE HABLA MUCHO NI SE DISCUTE DE UN TEMA QUE ES CRUCIAL Y TRASCENDENTAL EN TODO CD: LA PRODUCTIVIDAD DEL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN.

PRODUCTIVIDAD

Un conocido consultor de la plaza considera que los centros de distribución deben ser tratados como "fábricas de picking" y por tanto la palabra productividad es un tópico crucial a considerar. La paradójico del tema es que cualquier decisión que se tome a nivel del CD afectará la productividad de este, por lo tanto es acertado pensar que la primera meta u objetivo que debe tener un equipo logístico es la productividad y las actividades asociadas que la determinan.

Si consideramos que la productividad es la producción de una unidad (kilos, cajas, pallets, etc.) por unidad de tiempo, la cual se expresa por ejemplo como cajas/hora, el foco debe ser cómo creamos las condiciones al interior del CD para que en el período de tiempo considerado, la producción de unidades sea la máxima y con los mínimos costos incurridos.

Puesto así, esto parece fácil, pero la práctica nos indica que ante la diversidad de tareas y actividades que se desarrollan dentro de todo CD, este asunto se torna complejo y más aún cuando tenemos que compartir recursos escasos dentro del Centro como es la dotación y equipos. Es entonces donde la actividad de planificación y de programación de las actividades son cruciales. Ambas palabras parecen ser lo mismo pero claramente no lo son y su uso y diferenciación redundan categóricamente en las actividades del CD. Para poder mejorar la productividad del CD es muy importante estar revisando elementos que resultan claves como:

Dotación: El equipo humano es vital para el éxito de las operaciones. Debe ser un equipo afiatado, muy bien capacitado y entrenado, conocedor de todos los subprocesos logísticos del CD y, lo más importante, con una estructura de compensaciones acorde a su productividad.

Slotting: Que cada material esté en el lugar en la cantidad adecuada en el lugar que corresponde de manera que la ruta de picking tenga los menores desplazamientos posibles, la menor utilización de equipos y la mayor y más rápida disposición de los materiales en la puerta de salida.

Picking: Programar adecuadamente las Olas de Picking, el tipo de picking y la ruta a seguir dentro del CD debe estar en la lupa constante del planificador del CD.

Inventarios: Un política de inventario acorde a la demanda planificada es de vital importancia, puesto que todo subproceso de recepción y almacenaje se reduce exclusivamente a recibir y almacenar lo estrictamente necesario para un período de tiempo.

Demanda: Para el CD la demanda es un dato, pero todos sabemos que esta tiene un concepto de variabilidad incorporada, el cual es particularmente "destructiva" en términos de

productividad. En resumen, la productividad del CD no debe ser vista como un hecho aislado, debe ser vista como un elemento esencial de la organización por su gran impacto en términos de la percepción del servicio por parte del cliente y por el impacto económico al interior de esta. 

“UN CONOCIDO CONSULTOR DE LA PLAZA CONSIDERA QUE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DEBEN SER TRATADOS COMO “FÁBRICAS DE PICKING” Y POR TANTO LA PALABRA PRODUCTIVIDAD ES UN TÓPICO CRUCIAL A CONSIDERAR”

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**

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

Gran disponibilidad de stock



www.mecalux.cl – comercial@mecalux.cl

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





Por: Pablo Buguño, Supply Chain at Nike-Inbound

TRATANDO DE PREPARAR UN ARTÍCULO, ME VI INMERSO EN UN CONJUNTO DE TEORÍAS Y VIVENCIAS, QUE IBAN A VECES DE LA MANO Y EN OTRAS NO. TRATO DE RESUMIR ESTAS EN UNA PÁGINA.

SIMPLIFICADA

Los círculos de la planificación y optimización. Todo lo que nos quita tiempo se puede planificar y optimizar, de tal manera que nos entregue ese "adicional" que nos permita enfocar la energía en lo relevante. Esto es, sin duda, lo más importante de nuestra gestión; detenerse, observar y trabajar para alivianar la carga, basados en limpieza general.

Es como ir al desván y limpiarlo, dejarlo óptimo, sacando todo lo que nos impide mover para poder encontrar lo que necesitamos, invertir en alguna aspiradora, clavos, ganchos, estanterías. Como puerta giratoria, que finaliza y comienza; pero mejor aún, estableciendo una mejora de un proceso inmensamente diario, que se convierte en automático y resistente.

Luego ir al siguiente nivel, donde la estructura no sea propia y establecer el mismo criterio mediante un Procedimiento de Operación Standard y poder moldear, "limpiar" de igual manera para poder limpiar el excedente (suena lean, cierto?) que nos lleve a engranar correctamente con nuestros "socios-operadores-LSP-partners" y que nos dé fluida comunicación; determinando claves de acción comunitaria para procesos recurrentes, estableciendo lazos de sociedad incólume y resistente.

Luego ir a ese otro círculo, que siendo el más cercano es menos influenciado. Es el CLIENTE INTERNO, que toda organización lleva y que es como un "Transformer TM", totalmente destructivo cuando está abierto, pero una vez ensamblado es un artículo necesario capaz de volar o de dar lo mejor como automóvil, camión o avión de última generación. Estableciendo pautas de trabajo

y/u organización, que lleven al objetivo común de limpieza y ahorro. Lo más importante es: Detenerse, observar, organizar, limpiar; comunicar, establecer.

Capacitación y revitalización de Recurso Humano: Chile ha cambiado, la juventud ha cambiado, todo es más rápido, debemos actuar con ceñuda consecuencia y recurrir a la planificación de ese pilar, complejo y cambiante.

“DETÉNGASE, EVALÚE A SU PERSONAL PERIÓDICAMENTE, QUE LO EVALÚEN A UD., ENTREGUEN LAS HERRAMIENTAS, BUSQUEN EL BIENESTAR COMÚN”

Somos impulsores de cambio, podemos lograr excelencia, buscando la mezcla perfecta entre recurso humano y ejecución, capacitando, evaluando y siendo MENTORES.

No existe empresa, que crezca basado en una logística perfecta, sin tener a las personas claves que funjan de agentes de cambio, técnicos que den impulso al día a día, que se sientan protegidos y bien remunerados. El recurso humano chileno es

producto de exportación. Ahora sí, estamos listos para la Logística, que es la aplicación de conceptos básicos que sirvan para aplicar los ahorros, ya sea de tiempo, recursos o de cuidado del planeta; que es lo básico y primordial de cada empresa. Estableciendo el lazo en cada uno de los eslabones, ya conectados.

DETÉNGASE, TOME TIEMPO, ANALICE, BUSQUE Y APLIQUE. Si revisa con cuidado, siempre habrá un deténgase, que es total y necesario. Luego de que este ordenado, tome el termómetro y mida en cada punto cuan eficiente es, con los KPI y una buena torre de control con los parámetros y mediciones ordenadas que sirvan al director de orquesta en ejecutar la pieza maestra. 📦



LOGISTEC
EXPO 2014
III VERSION • ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC

2014
MARZO 27/28
Centro Distribución
Megacentro Miraflores



CONGRESO INTERNACIONAL
CHARLAS COMERCIALES
BOX DE NEGOCIOS
ZONA DE EXPOSITORES
AREA DE OPERACIONES



**ENCUENTRE TODAS LAS SOLUCIONES
A SUS PROBLEMAS LOGÍSTICOS!**
AV. EL RETIRO 9301 - RENCA - 27/28 MARZO



Logistec
para Profesionales Informados



UNICA FERIA LOGÍSTICA
EN LATINOAMÉRICA QUE
SE DESARROLLA EN CENTROS
Y PARQUES LOGÍSTICOS

"Donde la logística se respira"

Patrocinan



visite: www.expologistec.cl - 562 583 0050



Juan Carlos Saura
Supply Chain

SON LAS 18 HORAS DE CUALQUIER DIARIO DEL MUNDO, SE REÚNEN LOS DIRECTORES DE CADA ÁREA (SANEDRÍN) PARA SELECCIONAR LAS NOTICIAS MÁS IMPORTANTES QUE LLEVARA LA EDICIÓN DE MAÑANA, UNA VEZ ACORDADAS LAS NOTICIAS SE PONE EN MARCHA UNA MAQUINARIA EN LA QUE CADA MINUTO QUE PASA ES ORO.

MAQUINARIA

Todo está estructurado en base a unos horarios de cierre para poder llegar a lo más valioso y valorado que es el lector, nuestro fiel cliente, sin el nada tendría sentido.

Cada mañana el departamento de circulación del diario realiza la difusión en base a estadísticas de venta para poder asignar a cada punto de venta la cantidad de ejemplares necesarios y óptimos para que no haya rotura de stock, además de dar de alta a todos los nuevos suscriptores para que reciban su correspondiente ejemplar al día siguiente, teniendo en cuenta el peso y volumen de cada ejemplar que nos indicará las necesidades de transporte para la edición.

El área de Publicidad del diario se encarga de asignar está en las páginas correspondientes, dicha área es la que obtiene los principales ingresos del diario.

Una vez que el diario está diseñado y compaginado pasa a las grandes moles, "las rotativas" que se encargan de imprimir los ejemplares a una velocidad de 50.000 ej/hora. El proceso de impresión y expedición dura entre 4 o 5 horas, dependiendo de la tirada de cada edición y del número de insertos que lleve ese día.

Todo la Logística se realiza a diario con un gran equipo humano para poder llegar durante 363 días al año a cada cliente antes de las 7:00 horas con un canal de distribución terrestre de entre 200 y 300 vehículos para el reparto de las suscripciones y 6 mil pun-

tos de venta, además de usar otros medios como el avión, ferrocarril y barco. Estos medios van equipados con tecnología GPS para tener visión de toda la cadena hasta el destino final y varían en función del día de la semana.

No debemos olvidar que existe una Logística Inversa, debemos retirar a diario la devolución de los ejemplares que no fueron vendidos del día anterior y con ello configuraremos la pauta o tirada del día siguiente.

“NO DEBEMOS OLVIDAR QUE EXISTE UNA LOGÍSTICA INVERSA, DEBEMOS RETIRAR A DIARIO LA DEVOLUCIÓN DE LOS EJEMPLARES QUE NO FUERON VENDIDOS DEL DÍA ANTERIOR EN LOS DISTINTOS PUESTOS. CON DICHA INFORMACIÓN SE CONFIGURA LA PAUTA O TIRADA DEL DÍA SIGUIENTE.”

Una vez retirados los ejemplares son enviados a las plantas de reciclaje y posteriormente a las fábricas de papel para convertirlos otra vez en papel reciclado con los que vuelve a insertarse en la cadena.

Siempre he pensado que el JIT (Just in time) lo inicio la prensa, es un rubro apasionante que trabaja 24h sin descanso y durante 363 días al año sin tregua, llueva, nieve o haga un calor sofocante, no sé qué tiene pero ENGANCHA, yo llevo así 22 años, primero en España y ahora como consultor en Latam.

Espero que os hayan gustado estas pinceladas logísticas y me siento orgulloso de haber aportado mi grano de arena en la Logística de la PRENSA en todos estos años.

nito de arena en la Logística de la PRENSA en todos estos años.

VISÍTANOS EN EL STAND
Nº C01 Y C08
EXPOLOGISTEC 2014



saam
EXTRAPORTUARIOS S.A.

25
AÑOS

- Almacenaje Carga General y Cargas Peligrosas (IMO).
- Energía para Contenedores Reefer.
- Zona de Aforo Físico.
- Consolidado / Desconsolidado.
- Cross Docking Fruta.
- Fumigado.
- Tramitación Documental Cargas Tránsito.
- Diferir Pago de Impuestos / Derechos por 90 días.
- Tramitación Destinaciones Aduaneras.
- Fiscalización de los organismos públicos para cargas de importación, exportación y tránsito (SAG, SNS, ADUANA).



www.aep.cl

Casa Matriz Tercera Avenida 520, Placilla
Valparaíso, Chile
Fono (56) 32-232 4200 Fax (56) 32-232 4288
ventasaep@aep.cl





Christian De Saint Pierre
Gerente General
Baterías Tubular

“EL ENFOQUE DE TUBULAR EN LOS PRÓXIMOS AÑOS ESTARÁ PUESTO EN EL SERVICIO, “ÁREA QUE NOS PERMITE SEGUIR CRECIENDO”

de tipo estacionario y de tracción, ganando un espacio en este sector. Si bien, en un comienzo la empresa surgió de una iniciativa familiar, enfocada -en ese entonces- en baterías automotrices, luego fue buscando nuevas iniciativas, centrándose así en la línea industrial.

“Nos hemos posicionado con éxito en el mercado nacional, fundamentalmente gracias al trabajo diario, sacrificio, humildad y precios competitivos. En los primeros años teníamos aproximadamente una participación de mercado cercana al 10% o 12%; hoy estamos 3 ó 4 veces esas cifras”, comentó Christian De Saint Pierre, Gerente General de Baterías Tubular.

De la mano de sus líneas de negocios, la empresa se ha posicionado en sectores como el de grúas horquillas, transpaletas, elevadores, locomotoras, equipos de aseo y muchas otras maquinarias de tipo industrial y también con presencia con los productos de la línea estacionaria para respaldo de energía en sectores como comunicaciones, centrales telefónicas, subestaciones eléctricas, alumbrado de seguridad, sistemas de alimentación ininterrumpida, centrales hidroeléctricas, almacenamiento de energía y en otras instalaciones o faenas.

CON EL RESPALDO DE LA CALIDAD

Durante su trayectoria, Baterías Tubular se ha caracterizado por buscar frecuentemente las mejores alternativas del mercado mundial para ofrecer a sus clientes. Es así como hoy cuenta con el respaldo de importantes mar-

BATERÍAS TUBULAR: LÍDER EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BATERÍAS INDUSTRIALES

Ya en sus nuevas instalaciones, en la comuna de San Bernardo, la empresa nacional busca continuar su exitoso desarrollo comercial y seguir consolidando su posicionamiento en el mercado nacional de la mano de la calidad de su servicio, la especialización de su equipo de trabajo y el prestigio internacional de sus productos.

Con más de treinta años en el mercado, Baterías Tubular se ha transformado en el líder en la comercialización de baterías y cargadores industriales. Con amplio conocimiento y experiencia en la industria, la compañía ha crecido fuertemente

en los últimos años de la mano de la calidad de sus productos, el reconocimiento de sus marcas, la calidad de servicio a sus clientes y su servicio de post venta. Esta empresa chilena se ha enfocado en satisfacer la creciente necesidad del mercado en cuanto a equipamientos de baterías y cargadores industriales



cas internacionales, cuyos productos otorgan confianza a los usuarios.

“Nuestros productos cumplen altos estándares y son unos de los mejores a nivel mundial. Todos son de la Comunidad Europea y Estados Unidos, por lo que son de alta calidad. Son productos que hemos clasificado de acuerdo al posicionamiento y el prestigio que cada uno de ellos tiene a nivel europeo, lo que nos permite entregar un producto de primera línea y certificado”, sostuvo el ejecutivo.

La preocupación por la calidad de los productos es primordial para Tubular y para conocerlos en profundidad se realizan visitas periódicas a las fábricas en Europa y así conocer los avances y alcances de los nuevos productos. Dicha preocupación comercial se refleja en el prestigio de las marcas representadas, destacando Micropower, Exide Technologies/GNB y AEG.



Pero no solo la calidad de los productos que comercializa ha marcado el éxito y crecimiento de Baterías Tubular. La capacidad comercial de la empresa de disponer de uno de los más importantes stocks de producto en el mercado nacional, “nos ha permitido entregar una solución oportuna frente a la demanda de nuestros clientes con precios

competitivos, transformándonos en una excelente alternativa”.

Asimismo De Saint Pierre añadió que “otra fortaleza nuestra es que en general tenemos el producto que el cliente necesita y sino siempre le damos una solución y a precios competitivos”. Pero no todo está en el valor, el servicio post venta es fundamental, por lo cual Tubular cuenta con un destacado servicio técnico con un equipo humano especializado, lo que da “seguridad a los clientes, transformándose en otra fortaleza de Tubular”.

“Asesoramos a nuestros clientes durante el proceso de pre y post-venta en lo referido al uso, mantenimiento y reparación del producto entregado. Adicionalmente, nos preocupamos por la condición de nuestros productos durante el período de su vida útil, manteniendo contacto con nuestros clientes en forma constante. En Tubular, ofrecemos capacitación en terreno o en nuestras instalaciones en caso de ser requerido”, detalló.

El personal capacitado, la calidad de servicios y de sus productos más el alto nivel de especialización de Tubular en el mercado de las baterías industriales ha transformado a la empresa en un líder indiscutible en los distintos mercados donde participa, como por ejemplo: frutícolas, distribución, industria, minería, sector eléctrico, ingeniería y servicios, telecomunicaciones, alimenticio, entre otros.

“Somos un excelente partner estratégico para nuestros clientes”, recalcó el Gerente General.

INSTALACIONES PARA SEGUIR CRECIENDO

En un terreno de 4200 m² -ubicado en el sector de Parque Industrial Jardín del Sur, en la comuna de San Bernardo- se emplaza actualmente las nuevas instalaciones de Baterías Tubular. Una construcción de más de 1600 m² alberga oficinas, bodegas, servicio técnico, entre otras dependencias que se han convertido en el reflejo del éxito comercial de la empresa y que permite a la com-

pañía proyectar su crecimiento en el tiempo con tranquilidad.

“Hemos crecido fuertemente en el mercado y debido a ese buen desarrollo nos hemos trasladado a las nuevas instalaciones, las cuales son fruto de nuestro éxito, crecimiento comercial y posicionamiento como empresa”, declaró Christian De Saint Pierre.

Según comentó el ejecutivo las nuevas instalaciones ha permitido manejar de mejor forma el stock de la empresa con cerca de 900 posiciones de rack y con una capacidad de almacenamiento de más de 20 mil celdas para baterías. “Con el espacio que se dispone hemos podido trabajar eficientemente los plazos de montaje de baterías, acortando los tiempos de entrega”, agregó.

Gracias al actual posicionamiento de Baterías Tubular en el mercado industrial chileno, las proyecciones de la empresa son auspiciosas. A juicio de su Gerente General, el enfoque de Tubular en los próximos años estará puesto en el servicio, “área que nos permite seguir creciendo”.

Ampliar los servicios con equipos más eficientes, contar con personal cada vez más capacitado y en terreno, administración de sala de baterías son algunas de las tareas que se impone la empresa a corto plazo, ya que “nuestro crecimiento está en el servicio entregado”.

Profundizar y estrechar constantemente la relación con sus clientes es el mayor desafío que día a día se impone Baterías Tubular, más aún cuando la relación entre ambas -dada las características de este sector- es a largo plazo. “Estos productos, por lo general, tienen una duración de 5 a 6 años y por eso hay que trabajar estrechamente con los clientes para fortalecer la relación en el largo plazo y para eso un buen servicio y una buena atención serán siempre primordiales”, concluyó Christian De Saint Pierre. 



Patricio Berstein
Gerente General
SDI Group

“VISUALIZAMOS PARA NUESTROS CLIENTES EN LATINOAMÉRICA INNOVACIONES EN LAS TECNOLOGÍAS DE VOICE PICKING PERMITIENDO QUE LAS TAREAS DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS SEAN MÁS RÁPIDAS Y PRECISAS”

respaldado por el trabajo de profesionales altamente calificados entre los cuales se incluyen: ingenieros, diseñadores, consultores, arquitectos de solución, analistas y programadores capaces de llevar a cabo en forma eficaz, eficiente y satisfactoria proyectos logísticos de cualquier categoría; es en opinión de David Houser, Director de HighJump para Latinoamérica, una de las razones por las cuales han mantenido y fortalecido su alianza con SDI Group hasta convertirlo en su partner estratégico más longevo.

11 AÑOS DE ALIANZA PARA EL FORTALECIMIENTO Y APERTURA DE NUEVOS MERCADOS

En Febrero, el grupo AISL recibió la visita de David Houser, Director de HighJump para Latinoamérica, quien evaluó y enumeró algunos de los hitos más importantes de la alianza estratégica convenida entre ambas compañías y delineó los futuros desafíos que enfrentan.

En el año 2003, SDI Group asumió la representación exclusiva en Chile de HighJump, proveedor global de software de gestión para la cadena de suministro; relación estratégica que a lo largo de estos once años se ha consolidado y pro-

yectado más allá de las fronteras nacionales, extendiendo su rango de acción a diferentes mercados de la costa este latinoamericana, en los cuales SDI Group goza de una posición privilegiada como proveedor de soluciones integrales para la SCM. Este estatus de liderazgo que SDI Group ostenta en la región,

“En nuestra percepción, SDI Group es un partner único, cuya experiencia como proveedores de soluciones logísticas va más allá de la simple implementación de nuestros softwares. Hablamos de una compañía que brinda soluciones de extremo a extremo, desde la visualización del proyecto que el cliente tiene en mente, hasta la evaluación e implementación de las tecnologías, equipos y software que dicho proyecto requiere; diseñando- incluso- la estructura que lo sustentará”, destacó Houser, agregando que en la actualidad son pocas las compañías que pueden ofrecer la categoría de servicio que brinda SDI Group, al tiempo que son cada vez más los clientes que prefieren llevar a cabo sus iniciativas con un solo proveedor de servicios.

Todo lo anterior, explicó el Ejecutivo, ha llevado a que SDI Group sea reconocido como Partner del Año en Latinoamérica, reconocimiento que se hará efectivo en abril próximo,



durante la Convención de Innovación Anual de HighJump en las Vegas, Nevada.

SOLIDEZ EN EL TIEMPO

En julio próximo, HighJump celebrará 30 años de vida, tiempo en el cual han logrado posicionarse como un proveedor líder de tecnologías de ejecución y gestión para la cadena de abastecimiento para almacenes.

En una mirada retrospectiva, Houser recordó los inicios de la compañía norteamericana en la década del '80, definiéndola como "pionera en el desarrollo de herramientas de recolección de datos". En ese entonces, el software Data Collection Advantage desa-



rollado por HJS, utilizó la potencialidad de la radio frecuencia para recolectar, revisar, editar y procesar datos móviles.

Fue a partir de este desarrollo que más tarde (1995), HJS introduciría al mercado su WMS "Warehouse Advantage", una herramienta extremadamente adaptable, potenciada por Internet y que brindaba una alta visibilidad y manejo compartido, a través de toda la cadena de suministro, conjunto de características que le permitió tener más de 700 implementaciones exitosas alrededor del mundo. Tras el éxito de "Warehouse Advantage", no

fue extraño que en el año 2002, HJS presentara el mayor crecimiento, 30%, entre las compañías que ofrecían desarrollos de gestión para centros de distribución (WMS) en Estados Unidos, situación que llevó a la empresa a apuntar hacia mercados emergentes como el latinoamericano y a la búsqueda de socios estratégicos que facilitaran su entrada al mismo, iniciando así su alianza con SDI Group en 2003.

Hoy, 10 años después de concretada esta alianza, Houser señaló que "el vínculo entre HighJump Software y SDI Group va más allá de la simple representación de marca, advirtiendo que "SDI Group ha logrado abrirnos mercados desconocidos y con alto potencial como el colombiano, donde francamente no nos habíamos enfocado y donde hoy tenemos amplias posibilidades de negocio. SDI Group nos ha movido a esta región, entonces, tenemos aquí una relación madura y con oportunidades de crecimiento para ambos lados".

HACIA EL FUTURO

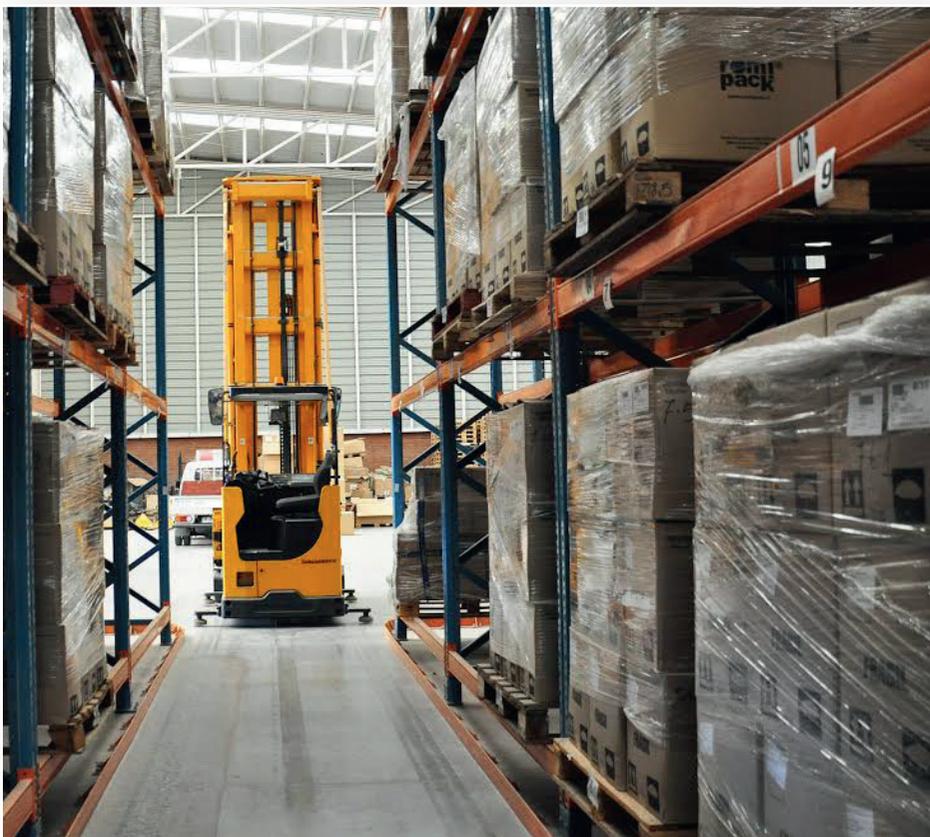
Consultado sobre las claves del éxito de su WMS en el mercado latinoamericano, Houser destacó la inteligencia y adaptabilidad de la herramienta como sus principales ventajas, señalando que "en HighJump nos movemos en el ambiente de la ejecución de la cadena de suministro con tecnologías inteligentes que pueden comunicarse con otras aplicaciones de ERP, un nicho muy específico que entendemos muy bien. Gracias a ello estamos presentes en áreas logísticas tan variadas como el de la cadena de suministro para alimentos frescos, cadena de frío, 3PL, distribución y E-commerce. La arquitectura de nuestras soluciones se integra muy bien a otras tecnologías".

En este sentido, para HJS una solución ideal debe ajustarse a los requerimientos comerciales actuales, vale decir, responder a la problemática central de la empresa e integrarse fácilmente con los sistemas existentes, de ahí que ofrezcan un software que responde al cambio en forma rápida y con un costo efectivo integrando la satisfacción constante y las variadas exigencias de los clientes. De este

modo, HighJump responde a estas exigencias utilizando su máxima ventaja que es la adaptabilidad que, básicamente implica que los clientes nunca tendrán que hacer cambios al código de fuente lo que puede resultar costoso, riesgoso y demoroso. "Nuestras herramientas posibilita la integración o conectividad entre los distintos sistemas administrativos de la empresa con ventajas como la realización de actualizaciones del sistema en tiempo real, una mayor precisión, menores costos y mejores condiciones de operación. Además, posee una gran tolerancia a fallas y una comprobada integración a los ERP", aseguró Houser.

Respecto del futuro, el ejecutivo señaló que "visualizamos para nuestros clientes en Latinoamérica innovaciones en las tecnologías de voice picking que libera las manos y permite que la ejecución de las tareas de preparación de pedidos al interior del almacén sean más rápidas y precisas. Al mismo tiempo, estas tecnologías prevén un retorno de inversión en muy corto plazo". Otra de las novedades que destacó Houser en torno a sus herramientas tiene relación con lo visual (Interfaz de usuario). "Tenemos una fuerte relación con Microsoft y su plataforma de Silverlight, gracias a lo cual hemos implementado mejoras en la parte gráfica y el interfaz de usuario. Podemos decir que hasta hace unos años éramos los alumnos más inteligentes de la clase. Hoy, además de los más inteligentes somos los más atractivos", finalizó.

Con todo, la combinación de las fortalezas de ambas compañías se traduce en una fórmula exitosa, en la cual SDI Group aporta su experiencia en el diseño e implementación de soluciones integrales que permita una eficiente administración del almacén; y en la que HighJump contribuye con soluciones sumamente adaptables que resuelven las necesidades que demandan tanto los centros de distribución modernos como su entorno de negocios, explicó Patricio Berstein, Gerente General de SDI Group. Todo lo anterior, redundando directamente en el cumplimiento responsable y efectivo de los servicios que sus clientes contratan y en el fortalecimiento de esta alianza estratégica en el tiempo. 



➤ **Guillermo Arancibia**
Gerente Comercial
Inlog

“QUEREMOS TRANSMITIR AL MERCADO TODO LO QUE TENEMOS EN TECNOLOGÍA, BATERÍAS RUEDAS DE ALTA CARGA Y EQUIPOS PARA MANIPULACIÓN DE MERCANCÍA. AHÍ DIRIGIREMOS EL FOCO ESTE AÑO”

gerente comercial. Para explicar la estrategia de esta compañía, Arancibia afirma que Inlog ha definido un mix de productos seleccionados que generan una alta contribución y un elevado valor al desarrollo de las actividades industriales que poseen sus clientes. Para esto se basan en las fortalezas logísticas, tanto de abastecimiento como de condiciones económicas que tiene la compañía, con el fin de satisfacer los requerimientos de sus clientes.

Dentro de las líneas de negocios que posee esta empresa se encuentran: ruedas y lubricantes industriales, cables de potencia, material handling (equipos de menor envergadura como apiladoras de categoría pedestre, traspaletas y plataformas de nivelación de andenes, entre otros productos), baterías y ruedas de alta carga, pero conjuntamente poseen una división de consultoría y tecnología que tiene que ver con el desarrollo de proyectos integrales para la logística:

“Lo que hacemos es tomar todas las necesidades que tiene un cliente, analizarlas y traducirlas en algo físico que tiene que ver con infraestructura, equipamiento, tecnología y lo más importante, con capital humano; es decir, en el desarrollo de proyectos integrales. Nosotros determinamos qué tipo de organización debe tener nuestro cliente para operar esa unidad logística o centro de distribución”, explica Arancibia.

INLOG: “NOS GUSTARÍA SER RECONOCIDOS COMO LÍDERES FIABLES EN NUESTRO RUBRO”

Como parte del Holding Spitec, la empresa se ha propuesto para este año, posicionar la división de proyectos integrales y de material handling, como dos potentes líneas de negocios de INLOG, donde la prioridad no está en el volumen de ventas generadas, sino en la adecuada selección de clientes y la prestación de servicios y productos de excelencia.

Con el respaldo del Holding Spitec, Inlog -Ingeniería y Logística aplicada- tiene como objetivo posicionarse como un líder fiable en productos asociados al mercado logístico e industrial de calidad, entendiendo la comercialización, importación y

distribución de los mismos. Es así como bajo esta premisa, la empresa se ha insertado en el mercado logístico de la mano de la calidad. “No estamos orientados a comercializar productos masivos; nos enfocamos en productos selectivos, ya que estamos muy ligados a la calidad”, recalcó Guillermo Arancibia,



CONSULTORÍA INTEGRAL, MATERIAL HANDLING Y UN MODERNO WMS

Para 2014, Inlog se ha propuesto posicionar sus divisiones de "Consultoría y Software" y "Material Handling" en la industria logística. Respecto a las asesorías integrales, allí se definen las variables comerciales del cliente desde el punto de vista estratégico, táctico y operativo, pero las variables técnicas las maneja cada cliente en forma particular. Lo mismo ocurre cuando se está proyectando la construcción de un CD, en aquellos casos, Inlog aporta con determinar los espacios y requerimientos funcionales que se tienen, con la finalidad de plasmarlos en un layout.

Por otro lado, esta empresa también se ha planteado como objetivo para el presente año, potenciar el nuevo WMS de la compañía alemana de softwares "PSI Logistics". Este WMS tiene la particularidad de establecer reglas de operación a través de configuración de parámetros, por lo que el usuario puede configurarlo sin la ayuda del proveedor. Asimismo, es capaz de manejar en un mismo proceso, dos maneras de operar: No dirigida (papel) y dirigida mediante RF.

"El año 2013 lo implementamos en INLOG y en SPITEC y ahora es el momento para mostrarlo en sociedad", acota el ejecutivo.



Dicha implementación permitió a la empresa conocer en profundidad el funcionamiento de este software, así "tenemos la certeza de que contamos con un equipo que puede abordar cualquier tipo de proyecto. Por eso queremos posicionar este WMS en función de proyectos integrales y que la división de tecnología y de consultoría vayan de la mano", indica Arancibia.

Otra de las divisiones que se posicionarán durante este año es la de Material Handling de la mano de satisfacer con los equipos los diversos requerimientos del mercado nacional, sobre todo en el manejo industrial, como por ejemplo, en equipos para el movimiento de tambores.

"Queremos transmitir al mercado todo lo que tenemos en tecnología, baterías, ruedas de alta carga y equipos para manipulación de mercancía. Ahí dirigiremos el foco este año. Durante ocho años hemos probado la calidad de los productos que importamos para poder abordar el mercado con seguridad y con el propósito de contar con productos que tengan en Chile, entre otras cosas, servicio técnico propio y stock de repuestos", aduce el gerente comercial de INLOG.

MÁS QUE VENDER

Mantenerse en el mercado como una alternativa viable es, sin duda, una de los principales objetivos de una compañía e INLOG no está ajena a esa situación. Una de las estrategias que ha aplicado esta empresa en sus negocios, es asegurar la continuidad operativa a sus clientes, y para eso se han preparado y han invertido en servicio técnico, así como también, importando un mix de productos acorde a las necesidades y demandas que hoy tiene el mercado, es decir, todo lo que implica la logística de abastecimiento y del aftersale o servicio posventa.

Respecto a este tema, Arancibia comenta que: "Después de vender, los clientes se tienen que mantener, hay que estar constantemente viendo cuáles son las necesidades que tienen para mañana. Queremos empujar a nuestros clientes para que sean innovadores y cuenten con aquello que desconocen que

pueden tener. Por lo tanto, en ese sentido, también nos hemos preparado incorporando nuevos talentos a la empresa y conociendo el mercado para poderlo abordar y para eso establecemos relaciones con nuestros clientes que son transparentes".



A reglón seguido el ejecutivo complementa que: "Somos bastante selectivos en cuanto a la elección de clientes ya que nos interesa estar en un mercado en el que tanto ellos como nosotros, podamos crecer. Cuando haces negocios transparentes las cosas fluyen en forma correcta, porque se entienden los conceptos que hay por detrás".

Es así como el gerente Comercial recalcó que el objetivo de INLOG no es vender más, sino que vender mejor, y eso se debe ver como resultado en la ecuación económica de la empresa. El mercado tiende a transformar a las empresas en "depredadores por precio", pero eso es inconsistente con la filosofía de esta compañía: "No queremos ganar mucho dinero y después desaparecer porque no fuimos capaces de reinventarnos, es por eso que en INLOG cada paso que se da, se mide. Uno de nuestros objetivos es crecer, pero esto no siempre pasa por vender más.

Lo que queremos realizar, como acción estratégica, es agrandar nuestra cartera de clientes, para lograr esto necesitamos innovación y tecnología que apunten al desarrollo de una mejor productividad en la operación. Por todas estas razones, es que nos gustaría ser reconocidos como líderes fiables", finaliza. 

EMBARCADORES: VERDADEROS ARQUITECTOS DE LA CADENA LOGÍSTICA



Henrique Sousa
Director Operaciones
Marítimas Kuehne+Nagel



Jens Schöner
Project Manager
Geodis Wilson Chile



Manuel Espina
Gerente General
Emotrans

Por: María Victoria M.
revista@revistalogistec.com

72

La disponibilidad de instalaciones anexas, la variedad de servicios ofertados y la presencia en los distintos mercados son tres de las principales diferencias que existen entre las empresas de Freight Forwarder. Sin embargo, al momento de analizar las dificultades del sector, todas coinciden en la sensibilidad del mercado y la normativa aduanera como parte de ellas.

El arquitecto del transporte". Con esta frase se busca englobar las distintas funciones que ejercen los denominados Embarcadores. Dichas empresas buscan transformarse en un ente negociadores entre los actores involucrados en la comercialización, importación y exportación de bienes.

La importancia de las operaciones que efectúan los ha transformado en un ente clave en una denominada logística integral. Si bien, los embarcadores suelen ser empresas con distintos tamaños, hoy la clave del posicionamiento de las compañías en este mercado está dado por la calidad y cantidad

de servicios que ofrecen a sus clientes. Hoy un embarcador de primera línea va más allá de ser sólo un individuo que se responsabiliza de una mercadería en el exterior y de hacerla llegar a destino bajo las condiciones que se han establecido en un contrato. Para conocer cómo se han insertado en el mercado ante los cambios logísticos y cómo se proyecta este mercado en el futuro hemos contactado a tres empresas para conocer su visión sobre el actual panorama de la industria.

Es así como Manuel Espina, Gerente General de Emotrans, destacó el rol de los embarcadores en las operaciones logística, en-

fatizando que: "sin los embarcadores no se podría hablar de una logística integral puerta a puerta, ya que son los únicos que pueden diseñar soluciones logísticas a medida". Esta idea también es señalada por Jens Schöner, Project Manager Geodis Wilson Chile, quien aseveró que "los embarcadores son los creadores de las soluciones logísticas, combinando modos de transporte, utilizando las tecnologías de la información. Considerando trazabilidad y transparencia de información durante toda la cadena. Agregamos valor a la cadena logística".

En palabras más concisas, Henrique Sousa, Director de Operaciones Marítimas de Kuehne + Nagel, sostuvo que los embarcadores se han convertido en el "coordinador logístico transversal" entre los participantes de la misma. "Nosotros asumimos, para bien y para mal, todo lo relativo en el transporte y sus condicionantes. Somos intermediario y representante de los intereses del clientes ante el transportador efectivo bien como asumiendo un papel activo de información,

actualización y seguimiento junto a los varios actores, como por ejemplo Agente de Aduana, Almacenes, Transportista, Operadores Portuarios, etc.", dijo.

Los ejecutivos coincidieron en que la importancia que tienen los embarcadores en el mercado ha llevado a vislumbrar una exitosa proyección, en cuanto al desarrollo del sector, asegurando un rol importante a lo largo del tiempo, transformándose en la única estructura de negocios que abarca todos los pasos en la cadena de abastecimiento, esto es el transporte en todas sus modalidades, seguros, liberación aduanera, almacenaje y distribución.

EFICIENCIA ANTE LOS CAMBIOS DEL MERCADO

No cabe duda de que con los años las operaciones logísticas se han complejizado, ya sea en cuanto a tiempo, costos operacionales, características de traslado de los productos, documentación, entre otras, y cuya única forma de hacer frente a esta situación es a través de la especialización y profesionalización de los servicios.

En esta línea, los Freight Forwarder (FF) han evolucionado para hacer frente a los nuevos desafíos del mercado, más aún en economías como la chilena, donde gracias a los distintos acuerdos de libre comercio firmados con distintos países han incentivado el intercambio comercial, potenciando el comercio exterior.

"Apuntar a mejorar la eficiencia dentro de la cadena logística, apuntando al ahorro de los costos que cada proyecto implica, como también los plazos de entrega", es para el ejecutivo de Geodis Wilson una de las claves del desarrollo del mercados de los FF.

El negocio de los embarcadores ha evolucionado, y de eso no cabe duda. Es así como Espina atribuyó estos cambios a "las nuevas necesidades propias, de terceros, avance de los mercados y tecnología". Asimismo, reconoció que el desafío de los embarcador es "identificar dichas necesidades de la indus-

tria y adaptarse para ofrecer soluciones a los nuevos desafíos"

En los últimos años, los embarcadores se han ganado un espacio entre exportadores e importadores, más aún en un país con las características económicas de Chile. De la mano de un buen portafolio de servicios y opciones, los FF se han posicionado como un eslabón fundamental de la cadena logística de algunas empresas, dando soluciones a las más diversas necesidades logísticas de sus clientes.

Adaptarse a los cambios, en aras de optimizar las operaciones, es primordial. Para Jens Schöner, "las operaciones son producto de las necesidades logísticas de cada uno de los clientes que tenga la empresas. Cada solución es individual y diseñada según los requerimientos que tenga casa proyecto",

A este respecto, muchos son los cambios - a juicio del ejecutivo de Kuehne + Nagel - que se han generado en los últimos años, tales como "la constante búsqueda de la optimización de las operaciones, la valoración por parte de los clientes de un abanico de soluciones, la masificación de las naves de mayores dimensiones para mejorar el traslado y el coste por slot en los casos de carga marítima.

"El cliente no es el mismo de hace años. Los mercados van solicitando nuevos requisitos y eso a su vez nos lleva a la necesidad de que los embarcadores conozcamos las particularidades de los productos que se trasladan, tales como: embalaje adecuado, gestión de stock, actualización y efectos de eventos no previstos, temperatura correcta y control de la misma, tiempos de tránsito, opción de puerto destino con transporte intermodal etc.", recalzó Henrique Sousa.

CADA PRODUCTO, UNA SOLUCIÓN

Tal como reconocieron los ejecutivos, cada cliente y cada producto transportado es un mundo distinto, por lo que requiere soluciones distintas, acorde a sus característica. Sin embargo, la capacidad de entregar estas

CABM
Comercial Ltda

Reparación Alabeo
en pisos de Hormigón

¿Problemas con pisos Alabiados?

Expertos en Reparación de Alabeo

12 HORAS DESPUES

CONTACTENOS

www.cabmservicios.cl

Otros Servicios

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

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

soluciones está estrechamente ligado a la capacidad que tenga la empresa de armar equipos de trabajo por cada segmento de productos, permitiendo el conocimiento y la especialización

“Bajo el conocimiento, el embarcador eleva el nivel de especialización. Ya no solo “movemos cajas” de un lugar a otro, sino que nos hemos profesionalizado en conocer qué va dentro de las cajas, y por eso hoy en día, hay palabras nuevas en el léxico del FF como por ejemplo; PO nr, SKU, sondas térmicas, maxfresh, templiner, etc. ”, destacó el Director de Operaciones Marítimas de Kuehne + Nagel.

“Una mejor calidad de servicio (ISO 9001), conciencia medioambiental (14001) y seguridad dentro de sus operaciones para todos los involucrados (OHSAS). A su vez, la infraestructura propia toma cada vez más un papel preponderante en el diseño de soluciones globales”.

La especialización y profesionales ha sido clave para marcar la diferencia en un mercado cada vez más masivo y con empresas de dimensiones diversas. En esta línea, el ejecutivo de Emotrans sostuvo que “como todo sector empresarial, las empresas de embarcadores buscan posicionarse como la principal carta para la industria, sin embargo, “marcar la diferencia en este nicho pasa básicamente por la infraestructura, presencia en mercados importantes, inversiones permanente en tecnología como también en el desarrollo profesional de sus ejecutivos y en el número de servicios anexos que puede ofrecer a los clientes”.

Para Schöner la tendencia de diferenciación apunta a “una mejor calidad de servicio (ISO 9001), conciencia medioambiental (14001) y seguridad dentro de sus operaciones para todos los involucrados (OHSAS). A su vez, la

infraestructura propia toma cada vez más un papel preponderante en el diseño de soluciones globales”.

“Lo que hace la diferencia son los servicios anexos al transporte. Hoy mover un contenedor de un lugar A para B, muchos lo hacen, por eso se debe mirar más allá y añadir un conjunto de servicios, sea por ejemplo, recogida y entrega de carga, soluciones de bodegaje, transporte integrado/intermodal, red logística mundial y presencia de oficinas junto al exportador/consignatario, consultoría aduanera, entre otros, los cuales se complementan con servicios de información y documentación on-line ”, sostuvo Henrique Sousa.

DIFICULTADES DEL SECTOR

Características financieras del mercado, los procesos aduaneros y la sensibilidad del sector son algunas de las dificultades que enfrentan las empresas de embarcadores, según los ejecutivos.

Ante el primer punto, Manuel Espina sostuvo que: “Por lo general las dificultades se ven asociadas en el área de finanzas, cuentas por cobrar son ítems muy sensibles. Debemos recordar que los embarcadores financian el 100% de los servicios tomados por sus clientes, por lo tanto un desfase crónico en la cobranza puede generar un problema grave”.

Los ejecutivos coincidieron también en el tema aduanero. “Hasta hoy el proceso aduanero, con la figura del agente de aduana, interrumpe la solución dentro cadena completa, por no poder actuar como agente de aduana. En Alemania por ejemplo, el mismo embarcador como persona jurídica procesa las gestiones ante aduana, sea en la importación o exportación. Eso permite ofrecer un servicio individualizado de una mano, permitiendo control absoluto sobre cada paso dentro de la cadena”, recalzó el Project Manager de Geodis Wilson.

Ante la sensibilidad del sector, Henrique Sousa reconoció que las principales dificultades

están en que existen situaciones que no se pueden controlar, por ejemplo, “cambios repentinos en rutas navieras, ajustes de recaladas, huelgas o paros sectoriales, condiciones meteorológicas, congestión portuaria, falta o menor calidad de equipos de contenedores. Además este mercado es muy sensible a los cambios de la economía, productos emergentes, áreas del globo en mayor/menor expansión, presión de espacios/slots; sin embargo la ventaja de los embarcadores es que no tiene bienes inmuebles, entendiéndolos como naves, aeronaves, camiones, etc.”.

Es así que con los cambios del mercados, las nuevas necesidades de los clientes y la constante necesidad de optimización en las operaciones logísticas este sector empresarial ve el desarrollo de su mercado con optimismo.

Innovar y atraer a los mercados importantes de Chile como la industria agrícola, vitivinícola y agropecuaria es fundamental para proyectar el crecimiento, como también, la incorporación de tecnologías de la información y la calidad en servicio. Todos estos servicios buscan en cierta forma que los clientes enfoquen sus energías en sus propios negocios, delegando en los FF la operación de transporte de sus productos.

Con todo, el embarcador se ha posicionado en el mercado de la mano de sus distintas alternativas, más aún en economías en constante desarrollo como es la chilena, puesto que necesitan siempre de distintas opciones al momento de diseñar la operación o estrategia comercial de sus negocios y ahí la oferta que los embarcadores o Freight Forwarder entreguen es fundamental.

Es así como este sector ha ganado -de la mano de la especialización y profesionalismo- un puesto importante en las operaciones de miles de sectores comerciales, transformándose en un eslabón importante en sus operaciones logísticas. 

ARRIMAQ[®]

UNA EMPRESA **PENTA**



Todas las Soluciones en un Solo Lugar



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

ARRIENDO - VENTA NUEVOS Y USADOS - SERVICIO TECNICO - REPUESTOS - CURSOS DE OPERADORES

RENOVACIÓN DE FLOTAS: UN FACTOR DETERMINANTE PARA ESTAR VIGENTES EN EL MERCADO



Mauricio Perrot
Gerente General
Empresas Perrot



Gastón Cáceres
Gerente de Transportes
Nihuil Ltda.

Por: María Victoria M.
revista@revistalogistec.com

76

En septiembre pasado entró en vigencia la normativa EURO 5 para todos los vehículos de características Diesel; medida que ha impulsado la renovación de las flotas de transporte de carga terrestre a nivel nacional, situación que ha reportado importantes beneficios para este sector, entre los que se cuentan: mayores índices de rentabilidad, mejores niveles de servicio y el resguardo del medioambiente.

Mercados cada vez más competitivos, regulaciones internacionales más rigurosas y las mayores exigencias que las empresas mandantes realizan han modificado de forma significativa la dinámica del negocio del transporte terrestre de mercancías. De hecho, el papel actual de las compañías de transporte va mucho más allá del simple traslado de mercadería de un punto a otro. Hoy, éstas tienen un rol activo en la cadena logística de su cliente, incorporando a sus actividades de traslado el diseño de rutas, la implementación de tecnologías de trazabilidad, la evaluación de impacto medioam-

biental que emana de sus labores, entre otras funciones; todo ello, a partir de un objetivo primordial: rentabilizar el negocio de sus clientes en función de la mejora y la eficiencia de los servicios de transporte que contratan.

En este contexto, parece apropiado hacer un breve paréntesis y delinear el estado de la actividad del transporte de carga nacional. Según los antecedentes entregados por los directivos de la CNDC y de Chile Transporte, Juan Araya y Miguel Nazar, durante la sexta versión de ENATRANS (2013), el transporte de carga terrestre moviliza, actualmente, el 95% de las mercancías en el país; genera

unos 250 mil puestos de trabajo y aporta el 5,1 % del Producto Nacional, esto a través del trabajo de casi 40 mil empresas. Las cifras descritas no hacen más que ratificar el gran impacto que este sector tiene, no sólo en la industria logística sino también en la economía nacional.

La pregunta que procede a lo descrito y que nos convoca es la siguiente: ¿Cómo podemos mantenernos vigentes en este competitivo mercado?. Para algunos, la respuesta es clara: aquellos que sepan orientar su negocio a las nuevas demandas del mercado, marcadas fuertemente por la logística y el respeto al medioambiente, serán exitosos en ese cometido.

PASO IMPERATIVO

En este contexto, la renovación de las flotas, es un fenómeno que golpea fuerte en el éxito de la gestión de transporte, ya que permite a los transportistas: ■ Ajustarse a las exigencias del mercado (clientes nacionales e

BOREAL TECHNOLOGIES

SOCIO DE NEGOCIOS DE PSION
Y MOTOROLA EN ARGENTINA,
BRASIL Y CHILE.



T: +56 (2) 2378 9539
info.cl@borealtech.com - www.borealtech.com



internacionales) respecto de la existencia de flotas jóvenes, que no superen los 6 años de vida. Con ello, se garantiza la disponibilidad de servicio y se disminuyen las incidencias relacionadas al detrimento de los vehículos.

■ Incrementar la rentabilidad de los procesos, suponiendo la incorporación de tecnologías más eficientes, a mediano y largo plazo.

■ Estar en sintonía con las regulaciones nacionales e internacionales que apuntan al uso de vehículos 'amigables con el medioambiente', política (o estrategia si se quiere) que no sólo impacta en lo económico, sino también la 'imagen' de la empresa.

Para evaluar los puntos descritos, contactamos a Mauricio Perrot, Gerente General de Empresas Perrot, dedicada por más de 70 años al transporte de mercancías y servicios logísticos en el país; y a Gastón Cáceres Verschae, Gerente de Transportes Nihuil Ltda., compañía especializada en el transporte terrestre de productos congelados desde y hacia el mercado sudamericano.

Ambos ejecutivos nos entregaron su punto de vista respecto de la importancia que la renovación de flotas tiene para su negocio y sus clientes. "La renovación de nuestros equipos se produce al séptimo año de vida, explicó Perrot, con el objetivo de responder y mantener el nivel de servicio que nos exigen nuestros clientes actuales". En esta línea, el Gerente agregó que "al ser grandes empresas, nuestros clientes están al igual que nosotros, preocupados del medio ambiente y por las emisiones. De ahí que toda nuestra flota cumple con la norma EURO IV y EURO V, como ordena la normativa del Ministerio de Transportes y como esperan nuestros clientes".

A este respecto, Cáceres, cuya empresa posee equipos con norma EURO V, explicó que "la renovación es la mejor carta de presentación frente a nuestros clientes. Las tecnologías amigables con el planeta, integradas a camiones con presencia y calidad es un factor decisivo incluso para captar nuevos clientes". No obstante, el gerente de Transportes Nihuil centró su atención en un factor mu-

chas veces olvidado: El capital humano. En este sentido explicó que "hace tres años iniciamos este proceso de renovación de equipos con el objetivo de disminuir el impacto de nuestra operación en el medioambiente. Pero otro factor determinante fue incrementar los niveles de confort y seguridad de nuestros choferes. Como empresa, nos dedicamos al transporte de mercancías en todo el territorio nacional, cubriendo, además, Brasil, Uruguay y Argentina, con destinos tan distantes como Tierra del Fuego. De ahí que nuestra primera preocupación se centre en nuestros choferes y en su bienestar".

"Respecto de este punto, Perrot agregó que "para optimizar a la empresa, tanto operacional como administrativamente, es mejor aumentar la flota propia y no depender de terceros. De hecho – agregó– ésta estrategia nos ha permitido mantenernos al tope en tecnología y con ello logramos dar el servicio que por 74 años nos distingue en el mercado portuario"

Cabinas más amplias, con climatización interior y tecnologías de última generación le permiten al chofer una mejor performance, añadió Cáceres, señalando que de "esta acción se obtiene un mayor rendimiento que se traduce en una mayor producción".

Otro motivo importante a considerar, al momento de tomar la decisión de renovar las flotas, tiene relación con la rentabilidad de la empresa y la disponibilidad del servicio. Sobre este punto, Gastón Cáceres especificó que "en nuestro caso, un camión usado recorre en promedio 12 mil kms., mientras que uno 0 kms. Recorre 20 mil kms mensuales. Sólo con este margen las cuentas son completamente diferentes y la tendencia a la renovación se explica. Ni hablar de la dispo-

nibilidad de servicio, que en el caso de nuestros nuevos equipos es total, con un margen de incidencias igual a 0".

Respecto de este punto, Perrot agregó que "para optimizar a la empresa, tanto operacional como administrativamente, es mejor aumentar la flota propia y no depender de terceros. De hecho –agregó– ésta estrategia nos ha permitido mantenernos al tope en tecnología y con ello logramos dar el servicio que por 74 años nos distingue en el mercado portuario".

Por otra parte, los costos de la renovación de flotas, según Perrot, son mínimos y se asocian principalmente a "la capacitación del equipo de profesionales que están detrás del volante y a los equipos de soporte en tierra, respecto de las nuevas tecnologías que se encuentran disponibles en el mercado". La misma problemática identificó Cáceres, señalando que "debido a que nuestros choferes están largo tiempo en recorrido es realmente complejo coordinar las capacitaciones con la empresa que nos provee los equipos. Eso es una tarea pendiente".

Como se observa la renovación de flotas en las empresas de transporte de carga parece ser un paso imperativo que poco se integra al ADN de las empresas de transporte, sin importar su envergadura. En este contexto, cabe destacar lo dicho por el presidente de CNDC, Juan Araya, durante ENATRANS 2013, quien destacó la inversión del sector de transporte en esta materia, señalando que "la modernización y renovación del parque de vehículos, que a partir del 2010 es de casi 50.000 unidades nuevas, constituye un esfuerzo y un gran trabajo pro eficiencia energética de un transporte más responsable y con menor impacto en el medio ambiente. Hoy la mayor parte de los camiones que circulan cumplen la norma euro 4 y euro 5 lo que ha sido posible por las decisiones de inversión de nuestras empresas", enfatizó en esa oportunidad. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
www.revistalogistec.com



LOGISTEC
EXPO 2014

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

¡VISITENOS EN EL STAND C34-C37!

WWW.CLVRC.PT



PENSAR MÁS ALTO

En el siglo XX los países más desarrollados precisaron optimizar su espacio y tiempo. Fue necesaria ingeniería, tecnología y una visión de futuro: la construcción en altura. Ahora en el siglo XXI se exige la misma visión, esta vez, en su empresa.

Optimice el espacio de su bodega con un sistema de almacenamiento a su medida.

MÁQUINAS CON
CERTIFICACIÓN
ANTISÍSMICA



Cofinanciación:



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

VRC WAREHOUSE TECHNOLOGIES



+56 (22) 368 4590

PLAN DE CONTINGENCIA: EL RETO QUE LA LOGÍSTICA DEBE AFRONTAR



80

Anticipar el error y estar preparados para enfrentarlos es clave para las compañías del sector logístico. No obstante, lograr este objetivo no es tan simple como parece y, en esta tarea, los denominados Planes de Contingencia son una herramienta clave.

Lo que no se mide, no se controla", resulta ser más que solo un dicho popular en el ámbito empresarial. Muy por el contrario, es una suerte de premisa, una condición vital para el logro de los objetivos operativos y comerciales de una compañía y para la supervivencia de ésta al enfrentar imprevistos que ocurran dentro y fuera de ella. Para el sector logístico, lo expuesto también resulta crucial e impercedero.

Estar preparados para responder ante cualquier necesidad específica del cliente, esforzándose diariamente por contar con una operación de calidad mundial, con diver-

sas certificaciones, con altos estándares de cumplimiento y con procesos impecables es un reto permanente que implica, a su vez, el diseño e implementación de un plan de contingencia probado por el nivel de cumplimiento, actualizado y documentado.

No obstante, hay quienes aún no le otorgan el valor que se merecen a los planes de contingencia frente a imprevistos, tanto internos como externos; siendo éste un aspecto crucial en toda organización que generalmente se queda en último plano, a pesar de ser un elemento que complementa el camino a la excelencia operativa. No son pocos los esfuerzos que se han realizado en pos de

concientizar a los actores del sector logístico sobre la importancia de contar con un plan de contingencia. De hecho, durante el Internacional Logistic Summit & Expo México 2012, se realizaron mesas de trabajo donde se puso en relieve la importancia de que las empresas logísticas cuenten con un plan de contingencia que no sólo esté probado, sino también, actualizado y documentado periódicamente.

En dicha ocasión, Jorge Medina, Integrante del Comité de Logística de AnCham, expresó la relevancia de que el proveedor esté listo junto con su equipo de trabajo para responder ante cualquier necesidad específica de su cliente, aunque se encuentre enfrentado a contingencias de tipo natural, económico, social e incluso político. Por su parte, Carlos Dávila, también integrante del Comité, consideró que en los momentos críticos los empresarios logísticos deben romper barreras, a través de la comunicación para enfrentar cualquier contingencia; los simulacros, dijo, son un esfuerzo constante de comunicación.

DEL CONCEPTO E IMPACTO

No obstante, como todo proceso, diseñar un eficiente plan de contingencia no es tarea fácil. Ahora bien, antes de adentrarnos en aquellos aspectos específicos es importante establecer ciertos conceptos. Teniendo en cuenta que el término 'Contingencia' está vinculado al riesgo, la definiremos como la posibilidad de que algo – casi siempre inesperado- pueda suceder. De ahí que definamos a un Plan de Contingencias como "aquel instrumento donde se diseña la estrategia, se recogen todas las medidas organizativas y técnicas, y se exponen los procedimientos para enfrentarse a la eventualidad de un riesgo o un imprevisto que ponga en peligro la continuidad de la actividad en una organización".

En esta línea, los Planes de Contingencia deben comenzar identificando los posibles riesgos y estimando el impacto de éstos en el funcionamiento de la empresa. Para ello será necesario identificar cuáles son las actividades y tareas críticas de la misma y cuál será la repercusión que puede producir en el funcionamiento normal el que éstas se detengan o dejen de estar disponibles.

Algunos ejemplos típicos de riesgos o contingencias pueden ser: las averías en los sistemas de comunicaciones, en los sistemas de información, interrupción de suministro eléctrico, incendios, inundaciones, intoxicaciones, accidentes, etc. El impacto de cada uno de éstos será diferente en función de la magnitud del incidente, de la propia empresa y de las tareas o funciones a las que afecte. Es así como: un pequeño incendio en el centro de comunicaciones que deje fuera de servicio los servidores o el sistema on line de una empresa de venta por internet, eventualmente puede ser mucho más perjudicial para ésta que la destrucción completa de uno de sus almacenes.

Respecto de los beneficios que nos reportan los Planes de Contingencia, podemos establecer que éstos contemplan aspectos preventivos para evitar o minimizar la posibilidad de que los riesgos se produzcan, y aspectos reactivos, para dar una respuesta adecuada si éstos llegan a producirse.

Un Plan de Contingencia, (también conocidos como Planes de Continuidad de Negocio), tienen como objetivo garantizar la continuidad de la actividad de la empresa, eliminando o reduciendo vulnerabilidades y haciéndola más solvente ante situaciones críticas, preparándola para volver a un modo de funcionamiento normal con una respuesta adecuada en la gestión de la crisis.

Si partimos de la aseveración de que no debemos dar nada por sentado, estaremos a un primer paso de controlar aquello que nos es inesperado. No obstante, el trecho entre anticipar un evento o error y estar preparados para enfrentarlos es amplio y no tan simple como se ve a primera vista. En esta línea, Germán Velásquez Salazar, Académico MBA de ESAN School of Business, explicó en su artículo "Contingencias, otro gran dilema logístico" que "es muy probable que la realidad se presente muy diferente al plan y la contingencia sea un

PALLETLESS
systems



▶ **Push Pull**

▶ **Rampa móvil**

▶ **Asistencia en terreno**

Visitenos en.. **LOGISTEC**
EXPO 2014

III VERSION - 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA - REVISTA - LOGISTEC
MESACENTRO MIRAFLORES

CELHEX
Group



- Elimina el uso de pallet.
- Optimiza el espacio dentro del contenedor.
- Elimina descarga manual.
- Mejora los tiempos de carga y descarga.
- Capacidad 1500 y 2000 KG.
- Accesorio de montaje rápido.



- Grating galvanizado aserrado para mayor adherencia.
- Nivelador de altura.
- Ruedas frontales para movilizar en patio.
- Plancha o rampa niveladora en extremos.
- Uso 24/7 en cualquier condición climática.
- Barrera de seguridad lateral.
- Enganche de seguridad por cadenas.
- Capacidad para 8 y 10 Ton.

www.palletless.cl / Camino a Lonquén 10.611, Maipú.
email: info@palletless.cl / fono: +562 26586004 ANX.11

estado permanente en vez de ser eventual. Es entonces cuando nuestra anticipación demostrará cómo las opciones previstas permitirán que el proyecto (o proceso) sea viable a pesar de las distorsiones del pronóstico”.

A modo de conclusión, el académico aseguró que “nuestra responsabilidad logística va más allá del objetivo de la organización, pues nos obliga a plantearnos las probabilidades de error que se presenten y utilizar todos los medios a nuestro alcance para gestionar la contingencia con éxito. Entendiendo así, definitivamente que la gestión logística es compromiso”.

Acto seguido, el académico estableció ciertos pasos que nos entregan un plano general sobre cómo diseñar un Plan de Contingencia eficiente. Veámoslo a continuación:

1. IDENTIFICA EL RIESGO. El riesgo que nos interesa identificar es aquel que nos paralizaría, esa distorsión que bloquearía a la empresa y motiva, en muchos casos, a la búsqueda del responsable antes de la solución. ¿Lo encontraste? Márcalo, analízalo, defínelo y plántalo. Solo así la organización comprenderá su trascendencia.

2. CREA TU PROPIO MAPA DE CONTINGENCIAS. Despliega sobre tu mesa de trabajo el mapa de rutas, carreteras, vías de comunicación, puntos de reabastecimiento, localización de centros de distribución que te permitirá visualizar el efecto del error en cualquier momento o lugar. Recorre y percibe personalmente los riesgos de cada uno e incorpora en tu mapa los comentarios puntuales que servirán en el momento de la contingencia. Recuerda que la responsabilidad de la continuidad del flujo de suministros es tuya.

3. DISEÑA TUS PLANES DE CONTINGENCIA Propósito: Tomar la contingencia bajo control. Proveedores alternativos, seguros, rutas alternas, inventarios colaborativos, todo es válido para alcanzar el fin. El plan de contingencia debería ser capaz de anticipar el error después del error. Almacenes inoperativos, falta de capacidad del proveedor secundario, bloqueos en 360°, incremento del

precio del suministro faltante. El único plan de contingencia eficiente es que el que se puede poner en marcha.

4. VERIFICA EL PLAN. La única forma que tienes para verificar tus planes de contingencia es ponerlos a prueba. La inversión es mínima comparada con los costos que conllevaría no estar preparado. Periódicamente pon a prueba tus planes, haz el seguimiento a las actividades y detecta dónde puede aparecer el nuevo error. Rediseña tus planes de acuerdo a la verificación y compromete a la organización para que sepa reaccionar adecuadamente.

5. REEVALÚA EL RIESGO. Nuestro negocio cambia permanentemente, por lo cual nuestro Planes de contingencia deben variar. No basta con diseñar un plan y luego olvidarse de él. Actualizarlos permanentemente es clave. Nuevas instalaciones en la fábrica, incremento de volúmenes, fusiones entre los proveedores, son informaciones que deben incorporarse a nuestros planes si queremos mantenerlos actualizados y efectivos.

ACTUALIZACIÓN

Según lo descrito por Velásquez Salazar, la actualización de los planes de contingencia es un aspecto clave para el logro de su objetivo primordial. Por ello, nos detendremos un momento en esta fase para exponer ciertas recomendaciones para la depuración y actualización del mismo. En esta línea, la Corporación Sudamericana de Logística CSLOG en su estudio: “Logística empresarial. Planes de contingencia en supply chain” propone la necesidad de:

- Identificar la calidad de proveedores actuales y nuevos
- Establecer alianzas sólidas con tus proveedores, tomándolos en cuenta como verdaderos socios de negocio
- Desarrollar especificaciones de desempeño con tus proveedores en términos de tiempo de entrega, disponibilidad y nivel de inventario
- Actualizar padrón de instalaciones externas de almacenamiento
- Solicitar cotizaciones de servicios tercerizados constantemente
- Mantener actualizados todos los cambios

realizados en el layout de diseño, en los servicios y todos los procesos que se sigan en la operación. Además, el documento establece que: “como en todas las actividades críticas de la compañía, será necesario involucrar a todas las áreas de la organización y formar un equipo, coordinado a través de un comité para el programa exitoso de recuperación ante eventuales contingencias. Dicho comité deberá reunirse de manera periódica para discutir los planes de contingencia existentes y proponer nuevas ideas que hagan dichos planes más eficientes, actualizándolos por lo menos dos veces al año”.

Igualmente, efectuar ‘simulacros de contingencias’, planteando el mayor número de adversidades que podría enfrentar cada área de la organización, ya sea por falta de abasto de algún producto, por incendio en el centro de distribución, por la caída de los sistemas de información, incrementos repentinos del volumen de ventas, etc., será una práctica necesaria para poner a prueba lo plasmado en el papel, indicó el documento de CSLOG.

Como hemos establecido, no basta tener un almacén o un centro de distribución eficiente y de clase mundial, o contar con una flota de transporte nueva y eficaz, o ser parte de una cadena de suministro de alto nivel, si no se cuenta con un plan de contingencia sólido que nos proteja de los riesgos que día a día retan nuestra operación.

Disponer de un Plan de Contingencia o un Plan de Continuidad de Negocio, es una necesidad estratégica que debe ser impulsada desde la dirección, debe involucrar a toda la organización y por lógica debe estar desarrollada en sus términos estratégicos y operativos con anterioridad a la eventualidad del riesgo. ¿Tienes un plan de contingencia?.

Con esta medida, sin duda, podrá la empresa lograr disminuir o minimizar los eventuales daños o efectos que un evento inesperado puede tener en su cadena de abastecimientos, en sus procesos productivos, en la calidad del servicio que entrega a sus clientes, en sus operaciones logísticas, entre otros aspectos. 



**¡Ya
estamos
en Perú!**



mindugar
TECNOLOGIA EN ALMACENAJE S.A.



Expandiendo nuestros horizontes



MINDUGAR PERÚ :

Oficina Miraflores: José Gálvez 625, Miraflores
Oficina San Isidro: Av. Santo Toribio 115,
Edificio Tempus, piso 5, San Isidro
Lima, Perú | (51 1) 2432115 |
ventas@mindugar.pe | www.mindugar.pe |

MINDUGAR CHILE :

Planta Norte: Domingo Arteaga 276
Planta Sur: Domingo Arteaga 291
Macul, Santiago, Chile | (56 2) 28707400 |
ventas@mindugar.com | www.mindugar.com |

**SPONSOR
OFICIAL**

MÁS INFORMACIÓN EN
WWW.MINDUGAR.COM



**VISÍTANOS
STAND C18 - C23
27 Y 28 DE MARZO**

JEFE, LÍDER O LIDERAZGO, ¿CUÁL ES LA CLAVE DEL ÉXITO EN LA ORGANIZACIÓN?

Con los años la imagen de un jefe autoritario parece ir quedando atrás. Un modo lineal, de orden vertical y subordinado de autoridad ha ido desapareciendo, dando cabida a una nueva modalidad de manejo de equipos: el liderazgo.



84

Cada vez son más las empresas que reconocen que para materializar sus estrategias de crecimiento necesitan contar con un equipo profesional de excelencia y para eso muchas compañías realizan un cambio en la forma en que están gestionando la relación entre sus respectivas áreas de negocio y operaciones y el Recurso Humano, por ejemplo, invirtiendo en profesionalización.



Juan Carlos Eichholz
Director Centro de Liderazgo Estratégico - UAI



Ignacio Brain
Manager de Supply Chain & Procurement - Michael Page

Pero, ¿cómo diferenciar a un jefe de un líder? ¿Cuál es la tendencia en las empresas nacionales?, líder, jefe o liderazgo, ¿Cuál será la tendencia en el futuro? Para conocer las respuestas de estas y otras interrogantes, revista Logistec se contactó con dos expertos en materia organizacional, Juan Carlos Eichholz, director del Centro de Liderazgo Estratégico de la Escuela de Negocios de la UAI e Ignacio Brain, Manager de Supply Chain & Procurement de Michael Page; ambos profesionales abordaron el tema desde sus respectivas veredas.

Para comenzar a vislumbrar cuál es la posición actual de las empresas nacionales a este respecto, es necesario conocer cuáles son las definiciones generales de cada uno de los conceptos. Brain sostuvo que "al jefe

podríamos definirlo como una persona que se encuentra en un puesto superior a otro en cuanto a jerarquía. El líder podríamos definirlo como la persona que guía a otro hacia una meta común. Un líder a diferencia de un jefe no ordena, no se mentaliza a imponer sino que busca la forma de proponer y encaminar."

Asimismo, el ejecutivo de Michael Page agregó que: "La principal diferencia es que un jefe ejerce autoridad y un líder motiva y guía al equipo de trabajo. El jefe lo es por autoridad, en cambio el líder se gana su lugar".

Pero existen muchas posturas sobre este tema. Es así como el académico de la UAI realizó una distinción entre jefe y ejercer liderazgo, descartando de esta dinámica la palabra líder. "El liderazgo es una habilidad que cualquier persona puede o no ejercer. En esta dinámica alguien podría ejercer liderazgo sobre sus jefes o sobre sus pares sin perjuicio de que sobre ellos no tiene ningún tipo de autoridad", añadió.

La clave, a juicio de Eichholz, está en saber cuánto liderazgo necesita un jefe. A este respecto, lamentó el que los jefes "no estén muy acostumbrados a ejercer liderazgo en este mundo mecánico, lineal, más típico de

los fines de la era industrial, donde las tareas son restrictivas y donde lo que importa son las tareas y el control. Aquí no les interesa ejercer liderazgo, solo les basta un jefe que de ordenes e instrucciones que sean seguidas por los demás”.

Sin duda, ejercer liderazgo al interior de una organización es una situación mucho más desafiante para los jefes, puesto que para muchos es más fácil dar ordenes que involucrar, incentivar y hacer participar a la gente.

¿QUÉ PIDE EL MERCADO?

Tal como comentaron los especialistas, muchas empresas han modificado -en parte- el perfil de los profesionales que ejercen sus jefaturas o puestos gerenciales. El mercado actual, motivado por los cambios conductuales y cualidades de las nuevas generaciones, ha salido en la búsqueda de este nuevo liderazgo.

“Las empresas buscan para los cargos superiores perfiles de personas que sepan guiar a equipos. Que logren ser escuchados, que generen respeto y admiración. Personas que se den el tiempo de enseñar, que se esfuerzen por lograr metas grandes y que sepan transmitir conocimientos y un buen plan de trabajo”, afirmó Brain.

Asimismo, Juan Carlos Eichholz, recaló que la situación en las empresas chilenas “están cambiando”. “Nosotros venimos de una sociedad con mucha segregación; acostumbrada a la dependencia, a la ejecución y al control; con temor a la autoridad. Pero la sociedad está cambiando con las nuevas generaciones, quienes ya no sólo trabajan por un salario, sino que les interesa ser participe y tomar decisiones”.

Este nuevo escenario plantea a las autoridades la necesidad de comportarse de un modo distinto. Hoy, ya no bastaría con pensar en las personas como subordinados, son que se necesita desarrollar las instancias para involucrarlos y ser participes al interior de cada una de las organizaciones.

¿PREPARADOS?

Esta nueva era al interior de las organizaciones, en cuanto al modo o forma de ejercer una jefatura requiere -para ir posicionándose con fuerza en las empresas chilenas- profesionales capacitados y con un amplio desarrollo en las formas y modos de ejercer este liderazgo, cualidad que al no ser innata se puede ir desarrollando con el tiempo.

Pero ¿qué tan preparados están los ejecutivos chilenos para estos nuevos desafíos? Ante este punto, Ignacio Brain enfatizó en que faltan profesionales con espíritu de líder, profesionales que estén comprometidos con el equipo, que piensen en el bien común y no sólo en el crecimiento personal.

Pero, ¿pueden convivir muchos liderazgos en una misma organización? En esta línea el Director del Centro de Liderazgo Estratégico de la UAI descartó que exista algún problema con más de un trabajador -independiente de su posición al interior de la compañía- ejerciendo liderazgo.

“Estamos acostumbrados a pensar que cuando hay muchos caciques, la cosa se desordena. Las empresas deberían buscar que haya la mayor cantidad de gente posible dentro de ella ejerciendo liderazgo. Cuando eso pasa lo que se está haciendo es levantar temas, oportunidad, desafíos, ya que no se quedan inactivo ante lo que esta ocurriendo”, enfatizó.

Ambos profesionales coinciden en que en el futuro se vislumbra una clara oportunidad de desarrollo para este tipo de trabajadores, quienes verán en el desarrollo de esta habilidad (liderazgo) una carta de presentación exitosa y un valor agregado a sus capacidades profesionales. “Se espera que los altos cargos del futuro sean personas más cercanas e integradoras, que escuchen e influyan sobre el grupo.”



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

Software Group wayUP

WMS Warehouse Management System

WayUP es un WMS para todo tipo de empresas, incluidos operadores logísticos (3PL). Altamente configurable y se integra fácilmente con su ERP para atender las necesidades particulares de cada cliente.

- WayUP Full Web
- WayUP RF Web
- WayUP es Multi Bodega
- WayUP es Multi Cliente
- WayUP B2B Grandes Tiendas
- WayUP Recepción
- WayUP Almacenamiento
- WayUP Movimientos Inventario
- WayUP Olas Planeación Pedidos
- WayUP Despacho
- WayUP Reportes
- WayUP Vas (Servicios Valor Agregado)

WayUP desde 10 UF por mes
más IVA, modalidad arriendo.

Soluciones de Software para la Cadena Logística

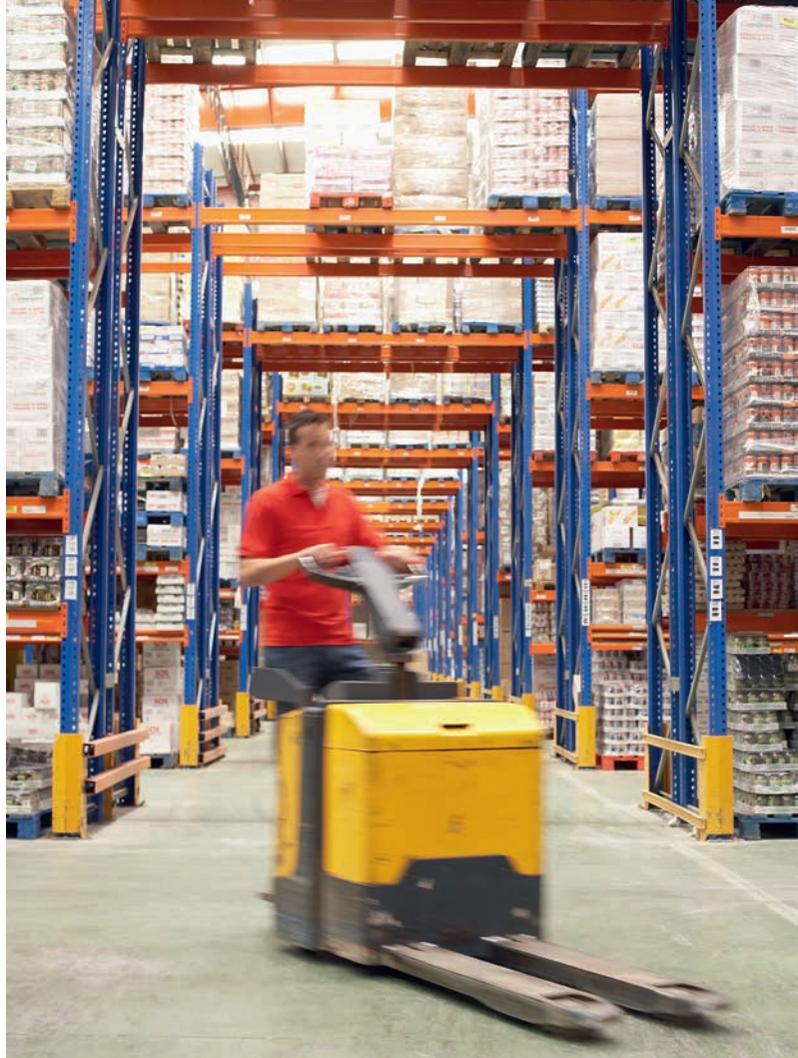
www.wayupsoftware.cl



Estudio Randstad

INDUSTRIA LOGÍSTICA: LÍDER EN EXTERNALIZAR LOS SERVICIOS DE RRHH

Específicamente en el uso de Servicios Transitorios, forma de contratación poco conocida en Chile que permite hacer varios contratos por periodos de tiempo determinados, 88% de las empresas de logística ha utilizado este servicio, inmediatamente después viene Minería, Retail & Consumo Masivo y Manufactura, todas con 75%.



86

A medida que los departamentos de importación y exportación toman mayor peso dentro de las empresas logísticas y mientras el sector se vuelve cada vez más competitivo y dinámico debido al avance de la globalización, la estrategia de Recursos Humanos se torna aún más clave en las compañías de la industria. Además, si consideramos que en ciertas épocas del año el rubro atraviesa por peaks de producción, la necesidad de contar con mayor flexibilidad laboral y aumentar la plana de trabajadores en determinadas temporadas es aún mayor.

En línea con lo anterior y de acuerdo a los resultados del estudio de Randstad "Externalización de servicios de Recursos Humanos y uso de Servicios Transitorios en Chile", Logística es la industria que más confía en consultoras de RR.HH. la búsqueda, contratación y/o administración de personal, con 62% de empresas del sector que externalizan algún tipo de servicio, seguida por Finanzas con un 55%.

Marta Vilanova, directora de operaciones de Randstad, señala que "esto se debe a que el rubro pasa por periodos de alta demanda, como fin de año por

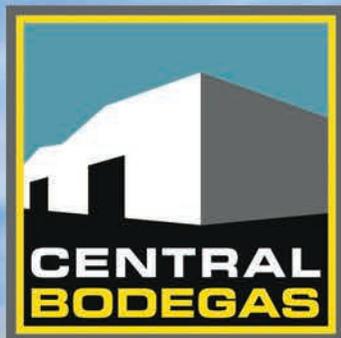
ejemplo, en el cual sectores como el Retail requieren mayor abastecimiento y rapidez en la reposición de sus productos. Es entonces cuando las empresas deben centrarse mucho más en su core business y dejar en manos de expertos la labor de conseguir a los mejores candidatos para hacer frente a tiempos más competitivos".

Por otra parte, los rubros que menos externalizan son el Manufacturero, con 29%, seguido por el Agrícola, con 33% y, finalmente, por Ingeniería & Construcción, con 36%, ya que son sectores que necesitan más volumen que especialización de perfil, que es precisamente el valor agregado de contratar una consultora, además de rapidez, afirma la ejecutiva de la multinacional.

Específicamente en el uso de Servicios Transitorios, forma de contratación poco conocida en Chile que permite hacer varios contratos por periodos de tiempo determinados, del total de las empresas de Logística que trabaja con consultoras de RR.HH, 88% ha utilizado Servicios Transitorios, inmediatamente después viene Minería, Retail & Consumo Masivo y Manufactura, todas con 75%.

ARRIENDO DE BODEGAS

CENTRO DE BODEGAJE PARA DISTRIBUCIÓN



ISO 9001

BUREAU VERITAS
Certification

N° 9165



- 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



PRÓXIMAMENTE NUEVO CENTRO · MILAGRO DE NOS



7
AÑOS
84.500 M2
TOTALES EN ARRIENDO

MAIPÚ · SAN BERNARDO
UBICACIONES ESTRATÉGICAS

www.centralbodegas.cl

Fono: 2 726 29 00



Al respecto, Vilanova dice que en Chile existen muchas empresas internacionales en estos rubros que ya tienen experiencia en externalizar este tipo de servicio en otros países donde tienen presencia y “conocen las ventajas competitivas que les aporta tener un partner en RR.HH., como ahorro de costo y tiempo, evitar el desgaste de su equipo de reclutamiento y selección, que el departamento de Recursos Humanos se dedique a la estrategia de la compañía y deje en manos expertas la parte operativa, reducción del riesgo financiero, operativo y legal, y flexibilidad de las plantillas, entre otros”.

“El departamento de Recursos Humanos se dedique a la estrategia de la compañía y deje en manos expertas la parte operativa, reducción del riesgo financiero, operativo y legal, y flexibilidad de las plantillas, entre otros”

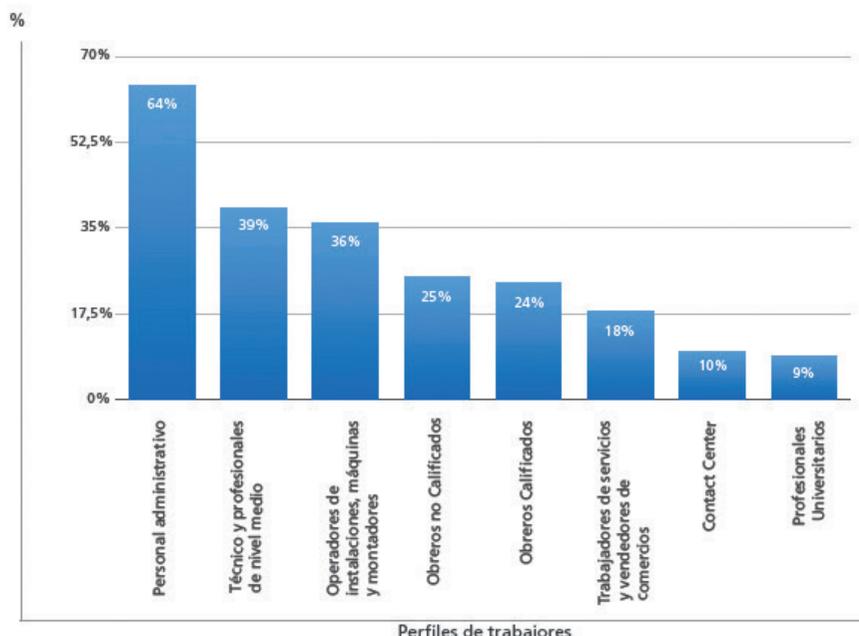
88

Sin embargo, según la directora de operaciones de la multinacional, uno de los principales beneficios del trabajo temporal es desconocido en Chile: la flexibilidad laboral, que permite realizar contratos renovables, por ejemplo, semana a semana. Por esto, en países más avanzados en materia de empleo este sistema se aplica en distintos casos con el objeto de que las compañías se centren en su negocio, razón por la cual es considerado en la estrategia de las empresas y no es visto como un servicio meramente transaccional.

Con respecto a las principales motivaciones para contratar Servicios Transitorios, vemos que las licencias médicas son la principal razón de Retail & Consumo Masivo y Manufactura, por ejemplo; mientras que en Logística es por aumentos ocasionales de actividades en una determinada sección, además de la estacionalidad de acuerdo a la temporada de negocio.

Por otro lado, los perfiles de trabajadores que más se contratan por Servicios Transi-

Figura 5.5 Porcentaje de perfiles de trabajadores más contratados por Servicios Transitorios



*% suman más de 100, porque más de una opción es posible

torios son: administrativo (64%), técnicos y profesionales de nivel medio (39%) y operadpres de instalaciones, máquinas y montadores (36%).

SOBRE EL ESTUDIO

El estudio Externalización de Recursos Humanos y uso de Servicios Transitorios en Chile se realizó entre agosto y octubre de 2013. En la investigación participaron más de 250 ejecutivos de Recursos Humanos con alto poder de decisión que trabajan en empresas medianas y grandes de más de 100 trabajadores. Estas compañías pertenecen a los sectores en los que Randstad se especializa: Manufactura, Ingeniería & Construcción, Retail & Consumo Masivo, Minería, Energía, Logística, Finanzas, Automotriz y Farmacéutica.

¿CUÁNDO SE PUEDE CONTRATAR SERVICIOS TRANSITORIOS? POR 5 CAUSALES ESTABLECIDAS POR LEY:

- Suspensión del contrato de trabajo o de la obligación de prestar servicios de uno o más trabajadores por: licencias en general (ma-

- ternidad, feriados)
- Eventos extraordinarios tales como la organización de congresos, conferencias, u otros similares.
- Aumentos ocasionales (periódicos o extraordinarios), de actividad en una determinada sección, promociones, etc.
- Proyectos nuevos o específicos. Periodo e inicio de actividades en empresas nuevas
- Trabajos urgentes, precisos e impostergables que requieran una ejecución, tales como reparación.

La estacionalidad de los Servicios Transitorios es bastante clara: el peak comienza en septiembre, principalmente impulsado por las contrataciones por Fiestas Patrias, y luego en el último trimestre del año, época en que las causales más comunes son los reemplazos por vacaciones y el alza de producción que se genera en Navidad. Lo mismo en enero y febrero, meses de alta demanda en los que se suma el factor ventas escolares, lo que hace más dinámica la industria Logística y de Retail & Consumo Masivo. 



VISÍTANOS EN EL
STAND N18-N19



LOGISTEC
EXPO 2014

III VERSION • 27/28 MARZO 2014
MEGACENTRO MIRAFLORES



SOMOS EXPERTOS EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE

EN AR RACKING DISEÑAMOS, FABRICAMOS E INSTALAMOS UNA AMPLIA GAMA DE SISTEMAS DE ALMACENAJE: RACK SELECTIVO, RACK PENETRABLE, RACK AUTOPORTANTE, MINI RACK, RACK DINÁMICO, ALTILLOS, RACK DINÁMICO, ETC.

CONTROL CÁLCULO SÍSMICO

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

CALIDAD

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



comercial@ar-storage.com



www.ar-storage.cl

PARO PORTUARIO DEJA ENTREVER SENSIBILIDAD DEL MERCADO

Tras las movilizaciones que sindicales que detuvieron las operaciones de exportación y descarga en buena parte de los puertos de Chile, la sensación de vulnerabilidad del mercado ante estas situaciones fue percibida por los distintos sectores empresariales involucrados, tales como exportadores, importadores, navieras y embarcadores.



90

Preocupación fue el sentimiento que embargó a buena parte de las empresas exportadoras e importadoras chilenas tras el paro de trabajadores portuarios que se registró en buena parte de los puertos de Chile por casi un mes.

Trabajadores de las instalaciones portuarias del norte, centro y sur del país se unieron a la paralización iniciada en el puerto de San Antonio. Las demandas salariales y de condiciones laborales óptimas por parte de los trabajadores han dejado entrever las carencias que existen en el sector. Las constantes movilizaciones han generado la preocupación de todos los entes involucrados por las enormes pérdidas económicas que significan, más aún cuando hablamos de economías abiertas como la chilena.

Pérdidas y colapso económico en sectores productivos como el hortofrutícolas fueron solo algunas de las frases que se escucharon a lo largo de los días de movilización, donde con el correr del tiempo, las manifestaciones fueron tomando un cariz -en ocasiones- violento. "Llamados al diálogo" se escucharon desde distintas entidades, mientras el gobierno aseguraba

con firmeza -en una primera instancia- que el conflicto era un asunto entre privados. Sin embargo, ante la magnitud del asunto y el correr de los días el Ejecutivo tuvo que tomar cartas en el asunto e instar a las partes involucradas a negociar una pronta salida al conflicto.

IMPORTACIONES/ EXPORTACIONES

Dadas las características de la economía chilena, marcada por la apertura comercial y la importancia del comercio exterior para el desarrollo económico local, movilizaciones vivida como las de enero pasado afectan, sin duda, considerablemente a muchos sectores de modo transversal.

La vulnerabilidad ante esta paralización se dejó entrever en las enormes pérdidas generadas, en especial, en el sector exportador chileno. Los esfuerzos por posicionar a Chile como un país exportador a nivel mundial, de la mano de los numerosos Tratados de Libre Comercio firmados parecen ir en la línea contraria a la realidad que viven los trabajadores de estos sectores.

Las voces de los distintos sectores no se hicieron esperar tras la movilización que nuevamente ponía en tela de juicio el actuar empresarial de este importante sector, más aún, cuando las movilizaciones se generaron a más 8 meses del paro anterior.

Ya en abril pasado, el presidente Sebastián Piñera señalaba que la movilización -que duró más de 2 semanas- había debilitado la capacidad de crecimiento del país. En su oportunidad los compromisos asumidos por las empresas y el Gobierno instaron a los trabajadores a deponer las movilizaciones. Sin embargo, a meses esas demandas vuelven a surgir.

Las eventuales pérdidas económicas puso en tela de juicio la cadena financiera de diversos sectores. La constante amenaza a fuentes de empleos en rubros que dependen directamente de la actividad portuaria, un daño a la competitividad y reputación de Chile fueron otras de las frases que se escucharon.

En esta línea, el presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC), Andrés Santa Cruz, aseguró que: "El paro es algo gravísimo, se vuelve a afectar la credibilidad de Chile y más aún se está poniendo en peligro hoy día una parte importante del sector agrícola, donde hay pequeños y medianos empresarios, cuyos productos son perecibles y se está ocasionando un daño a muchos chilenos".

Es así como la preocupación no sólo afectó a productores hortofrutícolas, sino también a sectores que se relacionan estrechamente con la actividad portuaria como son los camioneros. En medio del conflicto, el presidente de la Confederación de Dueños de Camiones, Juan Araya, aseveró que su gremio está alerta y preocupado por los efectos que generaría la movilización en su sector. "Somos víctimas de esta situación. Estamos cautivos de este paro. Tenemos 1.800 camiones sin funcionar en los puertos y otros 6.000 que trabajan en las faenas fruteras

que preparan las cargas de exportaciones. Eso nos tiene preocupados. Se está perdiendo trabajo e inversiones. Somos el jamón del sándwich, igual que los frutereros", expresó el dirigente gremial.

Cabe entender que las pérdidas, sin duda, fueron millonarias por conceptos de fletes y traslados que no pudieron realizarse, camiones inmovilizados, choferes sin poder trabajar, pérdida de horas/hombre; todas razones que ponen en tela de juicio la cadena financiera de diversos sectores. No obstante, con la fuerza como se defiende el aspecto económico de estas industrias, se defendió también la validez de las demandas de los trabajadores, por lo que el camino y los llamados pasan siempre por la capacidad negociadora de las partes involucradas. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

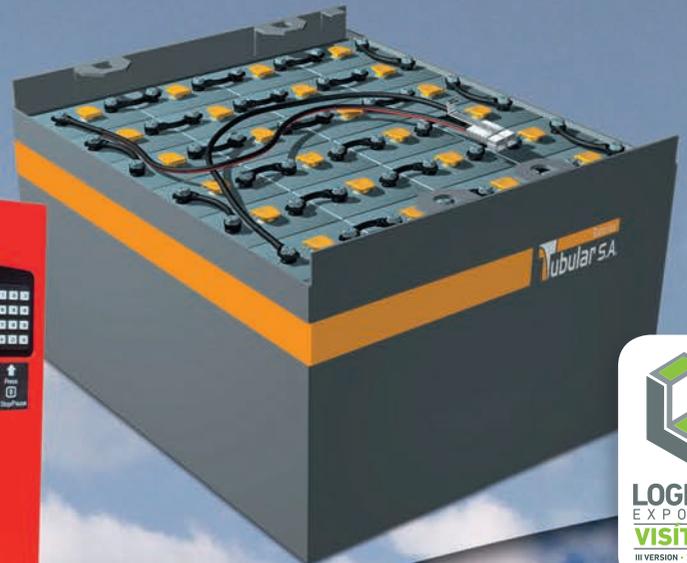
BATERIAS Y CARGADORES PARA GRUAS ELECTRICAS

Baterías de tracción

- Gama DIN
- Gama BS
- Garantía de 2 años.
- Servicio Técnico.
- Gran cantidad de Stock
- Repuestos.
- Capacidad de respuesta.

Cargadores Industriales

- Alta Frecuencia
- Curva WoWa
- Evaluación y Reparación.



Baterías
Tubular S.A.

Av. Chena Poniente 12624- San Bernardo - Santiago - Chile
Teléfono: (02) 2964 9740 - Código Postal: 8050000
ventas@tubular.cl - www.tubular.cl



LOGISTEC
EXPO 2014
VISITENOS

III VERSION - 27/28 MARZO 2014
ORGANIZA - REVISTA - LOGISTEC

L I D E R A Z G O Q U E D A C O N F I A N Z A

UNA VISIÓN ESTRATÉGICA DE SUPPLY CHAIN HACIA EL 2018

“The thing with Supply Chain is that... It’s not a chain anymore”¹

Las líneas siguientes pretenden dar una visión general y personal del futuro de la cadena de abastecimiento en base a las últimas publicaciones y tendencias. Su principal foco es presentar un punto de vista respecto de la necesidad de evolución de las cadenas de suministro, desde lo tradicional:

Un pensamiento o arquitectura logística lineal hacia uno disruptivo: En redes; lateral, divergente y holístico.



92

Se describirá un escenario posible y un modelo de abastecimiento y logística que pondrán a prueba algunas creencias o paradigmas, así que aprovecho de pedir algunas concesiones al lector respecto de lo que, a priori, podría parecer improbable, más no imposible. Lo paradójico es que poco de lo que se describirá a continuación es realmente nuevo en el “ambiente” de Supply Chain. Algunos de los puntos que se mencionarán fueron discutidos o publicados a fines del siglo XX, sin embargo, los grandes cambios, incluso los disruptivos, toman tiempo en incubarse; parten tímidamente y luego se hacen parte del paisaje, como si “siempre hubiera sido así”.

Parte I: Qué está pasando allá afuera o ¿Por qué pensar en una “cadena” ya no será suficiente? En 1997, se publicó el artículo “The 7 principles of Supply Chain Management”¹. En este, se indicaban varios aspectos relacionados con diferenciación, segmentación y hasta customización de la red de abastecimiento, en base a los requerimientos y rentabilidad del cliente. Así, la definición o arquitectura lineal de la “cadena” de suministro mostró sus primeras grietas: “one size fits all” no da cuenta de las necesidades de todos los

clientes, los que paulatinamente se cambiarán hacia proveedores que se adapten mejor a sus necesidades. La “Agilidad” como factor crítico de éxito de Supply Chain aparece luego como otro indicador de que la linealidad de la cadena (y su aparente rigidez) atentaba contra la innovación, la satisfacción de los clientes y finalmente la sustentabilidad del modelo². Una solución propuesta en ese entonces fue: Desarrolle varias cadenas de suministro en base a los diferentes requerimientos de sus segmentos de clientes, creando “portfolios de Supply Chain” tal como hay portfolios de productos y/o servicios.

Sin embargo esto no quedó allí. Los nuevos desafíos de las empresas se vieron relacionados también con la optimización del uso de los activos (ROA), incluyendo estrategias de inventarios que respondieran a un ambiente de cierta incertidumbre en el mercado y altas exigencias de los accionistas. De hecho ya no bastaba que el cliente pudiera pagar por la ineficiencia propia o de su proveedor, sino que los shareholders de ambos exigían un retorno mayor por su inversión.

Los mismos autores de la publicación del SCMR indicaban: “Hay un continuo trade-off entre capacidad de

respuesta y costos para un producto dado. Diseñar una cadena de suministro para un punto en particular en ese continuo, probablemente dejaría un negocio no competitivo en términos de tiempos de entrega para unos y no competitivo en términos de costos para otros” 3

Durante el año 2008, el Centro de Transportes y Logística del MIT presentó su estudio “MIT SC2020”, el que volvió a sacudir los paradigmas de la “vieja logística” y la “cadena de suministro”. Temas que antes se mencionaban como secundarios en la planificación y diseño de Supply Chain, ahora se mencionaban como realidades que había que enfrentar.

Temáticas como: Planificación por Escenarios, Macro Factores, Gestión del Riesgo y de Contingencias, Señales del Mercado; comenzaron a lanzarse a la mesa de los líderes de Supply Chain del mundo como sus nuevos retos4. La linealidad de la cadena y su diseño se transformarán potencialmente en un obstáculo para crear el modelo de multi-servicios del futuro. Aquel que deberá responder a diferentes requerimientos (costo, velocidad, calidad) para distintos segmentos de clientes, en cualquier lugar del mundo, y que además debía soportar el peso de la incertidumbre en la demanda y de las posibles interrupciones en el flujo de bienes y servicios, no sólo en la oferta de los proveedores sino como resultado de catástrofes o externalidades negativas (recordemos casos como el terremoto de Chile el 27 de febrero de 2010, en Japón el 2011, erupciones volcánicas en Islandia afectando casi toda Europa el 2010 y recientemente problemas en el Canal de Panamá en 2012).

“Las Redes de Suministro dirigidas por la Demanda están remplazando a las Cadenas de Suministro basadas en el Push de las fábricas, en la medida que las compañías líderes aprenden cómo operan los negocios centrados en el cliente” 5.

El anterior statement fue publicado en 2005, y en otras palabras nos dice que la solución logística, o servicio, que ofrecíamos al cliente ya no se debe construir o diseñar desde el

cliente hacia atrás (concepto lineal) sino que alrededor de éste (concepto red).

Si estamos dispuestos a aceptar que el concepto anterior es posible, y que podemos diseñar un servicio o solución bajo esta forma de pensamiento, la siguiente pregunta sería: ¿Cómo controlamos una red así de compleja?, ¿Quién es el Owner?

Para terminar esta primera parte, al menos debiera indicar con un poco más de detalle cual es la diferencia entre la “cadena” y la “red”, pero primero, entendamos que la “plataforma en llamas” a nivel global es una realidad 6.

■ Un 20% de los pedidos de venta son completados incorrectamente ■ Existen más de 1.7 trillones de US\$ de inventarios en la “cadena” actualmente ■ Un 78% de los precios deben ser rebajados sólo para generar ventas ■ El 75% de los productos nuevos (NPI) fallan ■ El 70% de las horas de ingeniería/diseño son desperdiciadas.

Aparte de las diferencias visuales entre ambos conceptos (figuras N° 1 y N° 2), desde el punto de vista de planificación propiamente tal son totalmente diferentes. La cadena usa la planificación en base a forecast: Es predictiva (estadística y algoritmos) de la demanda, usa buffers de inventarios para absorber golpes de demanda, lo que implica el uso intensivo de capital de trabajo. Por otro lado, la planificación en base a demanda utiliza “señales” de demanda en tiempo real para planificar escenarios, sus compras y gestionar canales de salida para sus productos (por ejemplo a través de estrategias comerciales) y finalmente, responde a la demanda a través de planes validados utilizando S&OP en red con clientes y socios comerciales como metodología colaborativa.

Nadie dijo que era fácil. Es el nuevo World Class. 



Artículo Completo:
Escaneando el QR desde tu
smartphone o tablet.
O www.revistalogistec.com

**Movilidad
en Logística**

tds.cl

TDS AMERICA

TECNOLOGIA DESARROLLO SERVICIOS

Expertos en:

- Captura de Datos.
- Redes Inalámbricas.
- Soluciones de WMS.
- Optimización de Rutas.
- Desarrollos a Medida.



Venta
Arriendo
Equipos de Oportunidad
Servicio
Soporte Técnico



**VISÍTENOS
LOGISTEC
EXPO 2014**
III VERSION • ORGANIZA • REVISTA • LOGISTEC
Stand C04

Mesa Central (02) 2236 0727



Honeywell

tds.cl

ALOG CHILE ES ACREDITADO POR CHILEVALORA COMO CENTRO DE EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

Con la firma del Presidente de Asociación Logística de Chile, Sr. Rodrigo Jiménez, y de la Secretaria Ejecutiva de ChileValora, Sra. Ximena Concha, se formalizó la acreditación que convierte a ALOG Chile A.G. en un centro especializado a cargo de la evaluación y certificación de competencias laborales de trabajadores y trabajadoras del sector logístico a nivel nacional.

De esta forma, ALOG Chile podrá evaluar y certificar a trabajadores que se desempeñen en 16 oficios de los subsectores Distribución y Almacenaje, lo que representa una cobertura del 100% de los perfiles ocupacionales que el propio sector definió como claves para el rubro.

Al respecto, el Presidente de ALOG Chile, Rodrigo Jiménez Pacheco, destacó que "obtener esta acreditación por parte de ChileValora representa un hecho de suma importancia y orgullo, por cuanto para nosotros como Asociación Logística de Chile, el proceso de evaluación y certificación de competencias laborales en nuestra industria es medular para su crecimiento". En este sentido, Jiménez asegura que "en la Asociación hemos tenido feedback de parte de empresas del sector que nos indican que éste es un proceso necesario y valorado por la industria, por lo que estar acreditados de forma oficial nos entrega un plus como Asociación que nos ayuda a crecer y a continuar posicionándonos como el referente en estas materias a nivel nacional".

Por su parte, la gerente general de la Asociación, Cynthia Perisic Ivandic, destacó que "éste es un tema central sumamente relevante para el desarrollo de nuestra Asociación, el cual está presente en nuestro plan estratégico y responde a un desafío para toda la industria nacional". Esto queda demostrado en el hecho de que en 2012, la asociación gremial, levantó y



actualizó diversos perfiles ocupacionales, claves para el mercado laboral de la logística y, además, ha sido ejecutora desde 2007 del programa de certificación de competencias laborales de Sence, certificando a un total de 6.353 trabajadores del sector.

En Chile, son cerca de 25.000 personas empleadas en alguno de los 21 perfiles ocupacionales levantados para el sector por el OSCL Logística, encabezado por ALOG, de las cuales el 60,8% no posee capacitación formal para el cumplimiento de sus funciones, por lo que el desafío para el sector en esta materia se vuelve más relevante aún. En este sentido, son alrededor de 18.600 personas las que necesitan someterse a un proceso de evaluación

de competencias, ya sea para certificarlas o para detectar las brechas de competencia, de modo que el recurso humano, indispensable en los procesos logísticos, disminuyan o anulen sus brechas de competencias.

Y es que en Chile la logística se ha consolidado como un importante elemento de diferenciación estratégica de las empresas, siendo una de las industrias de mayor crecimiento en los últimos años. Con los Tratados de Libre Comercio (TLC) y acuerdos comerciales firmados por Chile, cada día la Logística va tomando más fuerza en la economía nacional, de acá que la profesionalización del capital humano en la industria es clave.

Centro Parque | VIERNES 9 DE MAYO 2014

Sexta Edición



Medios de Pago | Logística | Plataformas | eEntertainment | Mobile | Tasa de Conversión

e-commerce day

SANTIAGO



Inscríbete Aquí



El evento más importante de América Latina en Comercio Electrónico y Negocios por Internet

www.ecommerceday.cl/2014/inscripcion

www.ecommerceday.cl

Organiza



Informaciones e inscripciones:

Fono: 2 360 7191 / 236 07049

Email: ecommerceday@ccs.cl

Monjitas 392, Santiago, Chile

Sponsor Platinum

Sponsors Gold

Sponsor Silver

Una iniciativa regional de



CRECIMIENTO MODERADO DE CARGA AÉREA EN 2013

La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) dio a conocer cifras que muestran una expansión de 1,4 % de kilómetros mundiales toneladas de carga (FTK) en 2013 en comparación con el mismo período de 2012.

Los Mercados de Carga avanzaron muy lento durante la primera mitad del año, mientras que la aceleración en la tendencia se arraigó en la segunda mitad de 2013, por la colocación de los volúmenes de carga de aire en una trayectoria en constante aumento. La capacidad creció más rápido que la demanda con un 2,6 % y el factor de ocupación fue débil alcanzando el 45,3 %.

Las compañías de Oriente Medio y América Latina registraron el mayor crecimiento en la demanda (12,8 % y 2,4 % respectivamente), mientras que las compañías de Asia - Pacífico, que tienen casi el 40 % del mercado mundial de carga aérea, vieron las actividades de carga reducidas en un 1,0 % durante el año.

"2013 fue un año difícil para la carga. Si bien hemos visto una cierta mejora de la demanda en el segundo semestre del año, todavía podemos esperar que el 2014 sea un año desafiante. El comercio mundial continúa expandiéndose más rápidamente que la demanda de carga aérea, ya que está sufriendo el aumento de medidas proteccionistas por parte de los gobiernos. Los buenos resultados de los mercados de pasajeros en comparación con la carga, hacen que sea difícil para las compañías aéreas coincidir con la capacidad a la demanda", dijo Tony Tyler, Director General y CEO de IATA.

LA LÍNEA DE FONDO

"La dinámica en la que opera la industria de carga aérea está cambiando, pero la propuesta de valor de base de la carga aérea sigue siendo el mismo. Los clientes aún necesitan velocidad, calidad, fiabilidad y eficiencia. Y tenemos que mejorar en la entrega a través de la mejora de la tecnología y los procesos modernos.

Este será un año de cambios para la carga aérea. Una medida clave del éxito estará en pasar el punto de inflexión en la puesta en práctica la hoja de ruta de correo aéreo, lo que sentará las bases para nuevas mejoras para una industria de carga aérea sin papel, moderna y que sólo puede lograrse alineando todas las partes interesadas-incluidos los gobiernos-en una visión común", dijo Tyler.

Esta temática será tratada en el Simposio Mundial de Carga en la ciudad de Los Ángeles, marzo 11-13, encuentro que se centrará en la demostración de cómo la innovación puede transformar la industria para ofrecer un valor. Se espera la asistencia de 1.000 que además tocarán temas como el e-freight y Cargo 2000 (C2K) de referencia de gestión de calidad en la agenda.

CELEBRANDO 100 AÑOS DE VUELOS COMERCIALES

Celebrando 100 años de vuelos comerciales, el primero de enero del 1914, Abram C. Pheil, el ex alcalde de St. Petersburg, Florida, USA, tomó una desocupado que cambiaría el mundo: de ser el primer pasajero pagado en un vuelo comercial.

En ese día histórico, el piloto Tony Jannus voló un avión tipo bote de doble ala por sobre la bahía desde St. Petersburg a Tampa Florida en un viaje de 23 minutos que marcaría el nacimiento de la industria aérea global.

Desde ese momento histórico hace 100 años, los vuelos comerciales han transformado el mundo. Ha reunido a seres queridos, conectado culturas, expandido mentes, ampliado mercados, salvado vidas, y ha permitido a personas en todo el mundo soñar con un futuro más grande y brillante y convertirlo en realidad. Hoy más de 3 billones de pasajeros y 50 millones de toneladas de carga llegan a su destino por medio del milagro del vuelo cada año, generando así 57 millones de trabajos y una actividad económica de USD \$ 2.2 Trillones.

Mundo pequeño, gran futuro
www.flying100years.com

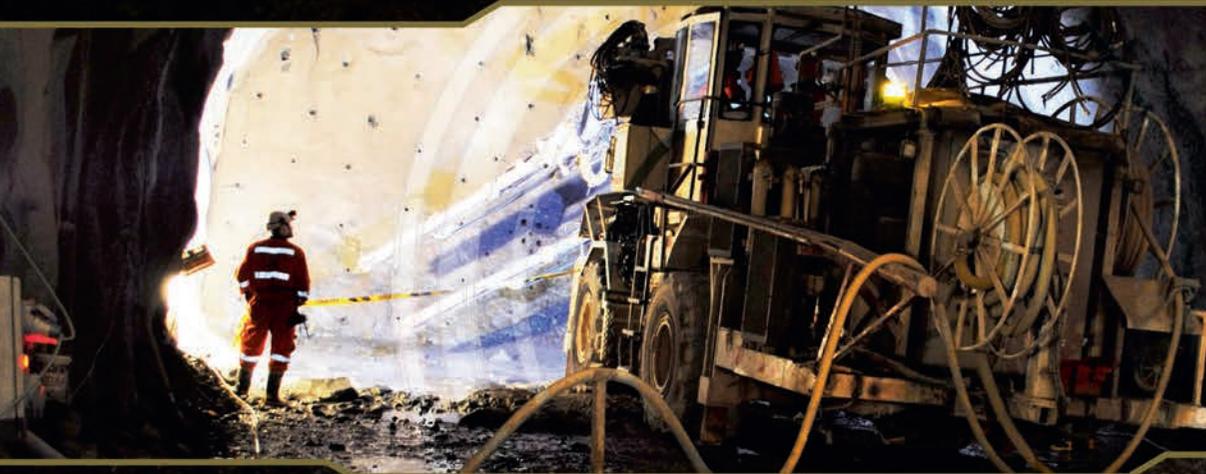
El vuelo aéreo ha hecho del mundo más pequeño, abriendo mayores posibilidades para el turismo, negocios y conexiones humanas. El potencial de vuelos comerciales para seguir conduciendo cambios económicos y sociales es casi ilimitado.

expomin[®] 2014

XIII EXHIBICIÓN Y CONGRESO MUNDIAL PARA LA MINERÍA LATINOAMERICANA

21-25 ABRIL 2014
SANTIAGO - CHILE
ESPACIO RIESCO

EL CENTRO
DE LA MINERÍA
MUNDIAL



ORGANIZA & PRODUCE



ABRIL SERÁ EL MES DEL GRAN ENCUENTRO MINERO EN CHILE

+1.800 Empresas Expositoras | **30** Países Participantes | **80.000** Visitantes | **7.000** Asistentes a las Conferencias | **21** Charlas Comerciales | **450** Ruedas de Negocio

REGÍSTRESE ONLINE Y OBTENGA SU CREDENCIAL

EN WWW.EXPOMIN.CL
+info: visitantes@expomin.cl

AUSPICIADOR OFICIAL



AEROLÍNEA OFICIAL



ORGANIZA & PRODUCE



PATROCINAN



REVISTA OFICIAL



DIARIO OFICIAL



RADIO OFICIAL



CON LA COLABORACIÓN DE



 XIII CONGRESO
INTERNACIONAL
EXPOMIN 2014

TIEMPOS DE COMPETITIVIDAD E
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
www.congreso.expomin.cl
congreso@expomin.cl

KAUFFMANN CONFIRMA PEDIDO PARA AUTOMATIZACIÓN DE BODEGA A VRC

Kaufmann, representante oficial de Mercedes-Benz en Chile, confirmó a VRC WAREHOUSE TECHNOLOGIES, orden de compra para automatización de su bodega de repuestos de la sucursal de Pajaritos, en Santiago. El pedido, para armarios automáticos verticales Hänel Lean-Lift, tiene instalación prevista para Abril de 2014.

En Chile, Mercedes-Benz es representada por Kaufmann, a través de 36 sucursales a lo largo del país y con los mejores profesionales del mercado. Reuniendo las mejores marcas y, por supuesto, los mejores vehículos y equipos del mercado, Kaufmann mantiene hace 60 años su liderazgo en atención y calidad. Automóviles, camiones livianos, semipesados y pesados; minibuses y furgones; buses y chasis de buses, componen su línea de productos.

VRC es el representante oficial en Chile de la marca alemana Hänel GmbH, y va a participar en EXPO LOGISTEC 2014, el 27 y 28 de Marzo, en Santiago de Chile, presentando sus novedades en automatización de bodegas.

En su stand, VRC organizará un concurso permanente de picking, donde los visitantes podrán probar personalmente la tecnología Hänel de automatización vertical de almacenes. También presentará sus módulos automáticos verticales de última generación con sistemas de energía eficientes que permiten recuperar hasta un 40% del consumo.

VRC cuenta con más de 20 años de experiencia en el rubro de almacenamiento automatizado vertical, es certificada pela normativa ISO 9001, y tiene una oferta integral de servicios con asistencia técnica hasta 24/7.

LANZAMIENTO DE NUEVAS VERSIONES WMS 6.0 Y RP 3.0 DE CYGNUS SUITE EN LOGISTEC EXPO 2014

CYGNUS CHILE presentará en LOGISTEC EXPO 2014 las últimas innovaciones de CYGNUS SUITE, software especializado en la cadena de suministros. La versión 6.0 de CYGNUS WMS incorpora numerosas mejoras funcionales que satisfacen ampliamente las crecientes exigencias que plantean las operaciones de clase mundial y regional.

Las innovaciones del software incorporan avances a nivel funcional, tecnológico y de usabilidad, siguiendo un concepto que fusiona robustez y eficiencia, aspectos imprescindibles para ambientes de misión crítica en tiempo real. Entre otros avances se destacan las nuevas funcionalidades para gestión de turnos, visualización gráfica de áreas de staging, movimientos simultáneos de múltiples pallets, funciones avanzadas de slotting, así como también nuevas características en seguridad de perfiles, 'toolbars' configurables, y soporte de tablets para supervisores y auditores de la operación.

En cuanto a CYGNUS RP 3.0, es una potente herramienta para la industria del retail y distribución de productos de consumo masivo, que permite realizar de forma eficiente la planificación de la demanda y el reaprovisionamiento, optimizando drásticamente los flujos de la cadena de abastecimiento evitando excesos y quiebres de stock en los Centros de Distribución, bodegas secundarias, y puntos de venta.

Asimismo CYGNUS CHILE brindará en el sector de Charlas Técnicas de LOGISTEC EXPO 2014, que se realizará el 27 y 28 de marzo, una conferencia sobre "cómo implementar exitosamente un WMS", a cargo de Gustavo Castro, Director de CYGNUS para Latinoamérica. CYGNUS es una compañía especializada en soluciones tecnológicas ampliamente implementadas en empresas líderes de Chile y otros 10 países de Latinoamérica.

ASUME NUEVO LOGISTIC MANAGER EN GEODIS WILSON

Ernesto Miranda, ingeniero en comercio exterior, especializado en logística de la Universidad de Victoria- Melbourne Australia fue designado como nuevo Logistic Manager de Geodis Wilson.



El profesional volvió a Chile en 2006, aprovechando el traslado de la empresa en la que trabajaba. Su objetivo era contribuir a potenciar el negocio logístico en el país con herramientas claves como su experiencia en un mundo logístico automatizado y su manejo del idioma universal, el inglés. Tres años después, se integró a una empresa de retail deportivo para tener la visión del cliente y ver cómo contribuir a mejorar el servicio que se presta.

En Geodis Wilson –uno de los embarcadores y operadores logísticos más importantes a nivel mundial- su objetivo es transmitir toda su experiencia al equipo, potenciando el capital humano, haciéndolos parte de un proceso fundamental en el negocio del cliente.

"Busco que las personas se apasionen por la logística entendiendo que las condiciones en las que se trabaja son rudas y desafiantes. Pero la satisfacción del trabajo bien hecho y la mística que se genera, hacen que la labor sea altamente gratificante. Esto automáticamente conlleva a servir a nuestros clientes a niveles sobre lo esperado", puntualiza Miranda.

TOTAL CHILE APUESTA POR LOS MODELOS DE RACKS SELECTIVO DE AR PARA SU NUEVA BODEGA EN SANTIAGO

AR Racking acaba de implementar una nueva bodega para la empresa multinacional TOTAL Chile, en el centro logístico de la comuna de Quilicura de Santiago.

Después de siete años desde su desembarco en el país, la filial del Grupo TOTAL en Chile, es una de las compañías de aceites y lubricantes más importantes del mundo, y ha alcanzado un lugar relevante en el mercado nacional, contando con el respaldo de importantes productores de automóviles como Peugeot, Citroën y Lifan.



La instalación de la nueva estantería de rack selectivo ofrece al cliente una capacidad de 1.336 posiciones, y su gran versatilidad permite un acceso inmediato a la cualquiera de las unidades de carga. Conocedores del compromiso de TOTAL Chile con la seguridad, AR ha completado el sistema de almacenaje con sistemas de protección en toda la planta.

Con más de 70 años de experiencia en el sector de la siderurgia, AR ofrece a sus clientes garantía de calidad y desarrollo tecnológico en el diseño de sistemas de almacenaje. A través de sus dos plantas de producción y su centro tecnológico de I+D+i, diseña, fabrica y distribuye estanterías y sistemas de almacenaje para productos pesados.

Sin Costo para el sector empresarial

Cargo
Week
Americas

LOGISTICS
& SUPPLY CHAIN
Z O N E

3 - 5 Junio
2014

Centro
Banamex

Evento Líder en Soluciones para la Cadena de Suministro
y Manejo de Materiales en América Latina



Piso
de exposición



Conferencias



Talleres



Programa
de
certificación

Evento en el marco de

Cargo
Week
Americas | e x p o
carga

Regístrese SIN COSTO en:
www.expo-carga.com

Ingrese la siguiente clave: CWAR024

Escanee para + info



Patrocinador Gold



Socios Estratégicos



Certificado
por



Media Partners



Media Partner



Organizado por



+52 (55) 5442-5760 | ventas@expo-carga.com | info@expo-carga.com

Síguenos en   

IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD PARA PRODUCTOS FARMACEÚTICOS.

El Ministerio de Salud a través del Decreto Exento N° 57, aprueba la Norma Técnica N° 147 que hace mención al manejo de la identificación y trazabilidad de droguería y fármacos, basado en la necesidad de llevar un control que permita proteger al consumidor.

Es sabido que uno de los desafíos más complejos que enfrenta el área de salud, a nivel mundial, es la falsificación y la venta no controlada de medicamentos. Esta situación no está ajena a Chile. En los últimos tres años, la PDI decomisó más de 130 mil fármacos, los cuales eran comercializados principalmente en ferias libres y en su mayoría eran medicamentos falsificados.

La administración de medicamentos falsos, puede provocar serios problemas al paciente, incluso la muerte, ya que contienen componentes incorrectos, ineficaces o tóxicos y su nivel de salubridad en la preparación es nula, además de la información fraudulenta que está impresa en sus etiquetas. A esta mala práctica le sumamos el robo y la comercialización ilegal de fármacos, ilícitos que han puesto en alerta a las autoridades, ya que es cada vez más común e involucra a todo tipo instituciones, personas y fármacos (genéricos u otros que contienen drogas sicotrópicas).

Para hacer frente a esta problemática, el Ministerio de Salud de nuestro país, bajo la cartera del doctor Jaime Mañalich, promulgó el Decreto Exento N° 57 de fecha 25 de febrero del 2013, que aprueba Norma Técnica N° 147 de "Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución", decreto que pretende disminuir la producción y distribución de fármacos falsificados, adulterados y robados para el uso humano, obteniendo un mayor control que resguarde la autenticidad de los fármacos que se distribuyen y comercializan en Chile.

Esta medida exigirá la correcta identificación de los productos farmacéuticos, considerando los niveles de calidad exigidos en los procesos de almacenamiento y distribución. Para ello, se requerirá de la capacitación adecuada en relación a las buenas prácticas, reglamentos y procedimientos de todas las instituciones, organizaciones o empresas que se encuentren relacionadas con el área de salud.

GS1 Chile es una organización mundial con 25 años en nuestro país, que se dedica a promover estándares de identificación y trazabilidad a nivel mundial, y que apoya a las empresas en la optimización comercial, operacional y logística. En el área salud, además de ser una prioridad estratégica por el peligro antes mencionado, nuestra organización, cuenta con consultores profesionales dedicados a apoyar a instituciones públicas y privadas, en la implementación estándares que mejoran el cuidado y seguridad del paciente, con la consecuente disminución de los errores en la medicación y el mejoramiento de la trazabilidad de los productos farmacéuticos.

Como parte de esta normativa que el Minsal ha decretado, existe el punto 8.9 referente a "Trazabilidad de los productos farmacéuticos", para garantizar la identificación de todas las partes involucradas en la cadena de suministro, asimismo mantener un historial del movimiento de los productos, entre otras exigencias. También hace mención a "... establecer y desarrollar en colaboración con las distintas partes involucradas en la cadena de suminis-

tro, un sistema adecuado de identificación de productos por código que sea compatible a nivel Internacional". En este sentido, GS1 Chile, desde sus inicios y como estándar mundial, ya cuenta con las herramientas técnicas usadas y validadas a nivel internacional, entre ellas la simbología GS1-128, integrada en la etiqueta logística, que entre otras informaciones, entrega la fecha de vencimiento, cantidad contenida, lote, peso, y otros datos relevantes, tanto para medicamentos que no pasan por el punto de venta farmacéutico, como para otros niveles de la jerarquía logística, como Unidades de Despacho (cajas) y Unidades Logísticas (pallets), todo ello basado en el estándar global de identificación GS1, íntimamente relacionado con el GTS (Global Traceability Standard), también creado por GS1.

Como se puede apreciar, el sector de salud es muy vulnerable, por ello es necesario mejorar los procedimientos y prácticas para que cada dispositivo o medicamento, sea trazado de manera óptima y metódica con el fin de asegurar su correcta comercialización, utilización y administración al paciente.

Los Estándares globales de GS1 sobre identificación y trazabilidad, fueron creados para este tipo de casos, por lo que son absolutamente aplicables a las exigencias que el Ministerio de Salud define en este Decreto, entregando así el mayor nivel de confianza y fiabilidad en todos los procesos llevados a cabo en la cadena de abastecimiento.

TW LOGÍSTICA Y ORICA CONSOLIDAN ACUERDO COMERCIAL

En julio de 2013 se materializó la relación estratégica de TW Logística con Orica Chemicals y Orica Mining Services como su partner logístico, siendo una solución real para el manejo de sus productos químicos peligrosos, cimentando así las bases de una relación a largo plazo.

En relación a los servicios que TW Logística le brinda a estas compañías, Germán Espinoza, Key Account Manager de la firma, señaló que "actualmente, con las operaciones ya en etapa de implementación, los servicios que prestamos a Orica se basan en la recepción de sus productos de distintos orígenes, almacenaje de acuerdo a la clasificación de riesgo de cada uno de sus productos, procesos de valor agregado a través del etiquetado de acuerdo a las normativas de calidad de cada empresa y la preparación y procesamiento de sus despachos.

Esto en conjunto con agregar valor a través de la gestión logística, analizando de manera frecuente los indicadores críticos de la operación y un fuerte enfoque en la mejora continua, siempre con el objetivo de entregar un servicio con altos estándares de seguridad y calidad".

TW Logística cuenta con una propuesta de valor, que se enfoca en entregar un servicio de calidad basado en sus fortalezas, tales como infraestructura de primera línea, un WMS World Class como Manhattan, el que permite la customización de la operación ajustada a las necesidades de cada uno de sus clientes, y el compromiso de su equipo de personas, con una alta orientación en satisfacer las necesidades del cliente.

MINISTERIO DE HACIENDA LANZA SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR

El Ministro de Hacienda, Felipe Larraín, encabezó en el Puerto de Valparaíso, la puesta en marcha del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), más conocido como ventanilla única que facilitará la tramitación de este tipo de operaciones, a través de un portal único web www.sicexchile.cl, en cualquier momento y lugar.

Se trata de la implementación del primer módulo de exportaciones, que permitirá a más del 90% de los envíos al exterior ver facilitada su tramitación, basado en las experiencias de los modelos más exitosos, principalmente en Asia. Las otras fases, importaciones y tránsito, serán implementadas en el transcurso de 2014.

El módulo de exportaciones comenzó con el Piloto 2013, luego de la constitución de una Comisión Asesora Presidencial en noviembre de 2010 y que fue conformada por 5 subsecretarios y a cargo del Ministerio de Hacienda. En esta primera etapa se incluyen las funcionalidades para producto mineros (concentrado de cobre, cátodos de cobre), agropecuarios (frutícolas como uva, manzana, pera, cereza, etc), industriales (alimentos como carne de ave y cerdo, conservas, bebidas, tabaco, vino, forestal y muebles) y metálicos, como maquinarias y equipos.

El Titular de Hacienda destacó los beneficios de SICEX, tendientes a facilitar el comercio exterior, buscando reducir los tiempos promedios de una operación de 21 a 11 días y los costos operacionales a la mitad, junto a una mejora en la gestión de los servicios públicos participantes. "Estamos muy contentos de cumplir con lo que prometimos. Hoy hemos anunciado una verdadera revolución en la operación del comercio exterior chileno, ya que hasta ahora estábamos operando con técnicas que están quedando obsoletas.

Diplomado en GESTIÓN DE MARKETING INDUSTRIAL

ATRIBUTOS & BENEFICIOS DEL PROGRAMA

- ✓ Orientación 100% B2B.
- ✓ Conceptos y Lenguajes que lo destacarán como Ejecutivo.
- ✓ Excelencia Académica y Práctica.
- ✓ Formato Interactivo de Análisis.
- ✓ Preocupación continua por el Aprendizaje.
- ✓ Experiencia en TI, Logística, Energía, Forestal, Minería, Agroindustria, entre otros.



Victor Schilling
Market Developer Manager BCW | BASF

"Para mí el Diplomado fue una excelente oportunidad de aprender nuevas herramientas y distinciones del marketing B2B que estoy aplicando en mis actividades laborales cotidianas. Además, fue un excelente espacio para hacer networking, permitiéndome conocer personas de variados sectores industriales con los cuales sigo en contacto hasta hoy".

SK RENTAL CUENTA CON NUEVO SERVICIO DE ARRIENDO DE PLANTAS DE GENERACIÓN

El abastecimiento energético es clave para el desarrollo de proyectos en los diferentes rubros. Para garantizar esto, SK Rental ofrece un nuevo servicio de arriendo de plantas de generación de la más alta tecnología.



Estas plantas de generación, de origen europeo, están diseñadas para generar, en baja y media tensión, desde los 400V a los 30 KV, adecuados para todo tipo de conexiones y aplicaciones en operación continua o emergencia. Estas unidades modulares, compuestas por grupos electrógenos Cummins integrados en contenedores insonorizados de 20", permiten implementar soluciones rápidas y eficientes, desde los 2 a 50 MW, pudiendo operar en todo tipo de condiciones climáticas o altura geográfica.

Esta tecnología, puede utilizarse para la generación de energía en plantas industriales y abastecimiento eléctrico para proyectos mineros. También es clave en la fase de construcción, como el suministro de energía en instalaciones de faenas hasta la llegada de líneas eléctricas definitivas.

TDS AMERICA PRESENTA WMS PARA PYMES

Con la finalidad de transformarse en una solución tecnológica de calidad, la empresa TDS America presenta un nuevo WMS enfocado en a las Pequeñas y Medianas Empresas (pymes).

Ante el desarrollo de las distintas actividades y la presión que eso genera sobre las áreas operativas y almacenamiento, TDS presentó este software orientado a satisfacer las necesidades de las empresas pequeñas y medianas, aportando una herramienta simple de operar y que incorpora tecnología móvil para las diferentes operaciones, recepción, almacenamiento y despacho.

Todo el proceso, desde la recepción al despacho se informa al sistema y se podrán cargar al sistema de administración primario, de existir, a través de archivos CSV o, de requerirse, a través de web services.

El sistema de control de bodega es una unidad simple, eficiente y que esta pensada, desde su concepción para operar en bodegas de empresas Pymes, incorporando tecnología a los procesos sin la necesidad de contar con gente especializada.

CENTRAL BODEGAS YA TRABAJA EN LA CUARTA ETAPA DE SU CENTRO DE BODEGAJE CASAS VIEJAS

Con la entrega del tercer módulo del centro de bodegaje Casas Viejas en diciembre del año pasado, comenzaron los trabajos de la cuarta etapa del lugar, que se espera sea entregado a mitad de este año.

El tercer módulo se encuentra operando hace un mes, todos sus espacios están arrendados por las empresas Samsonite, Comercial Santa Bárbara y Victoria Line Group, compañías que han confiado en nuestro prestigio y profesionalismo.

La cuarta etapa ya presenta avances en fundaciones, fabricación y montaje de estructuras metálicas, todos los trabajos han avanzado según lo programado. Con esta última etapa se termina el centro de bodegaje Casas Viejas, que contará con una superficie total de 34.000 m2 de bodegas.

Ya hay negociaciones con algunas empresas para el arriendo de este nuevo inmueble, el éxito del proyecto se debe a la comodidad del centro para el manejo de camiones y cargas y a la incomparable ubicación del lugar, que está cerca de las principales carreteras lo que da a los clientes una excelente opción para acceder fácilmente a los distintos puntos de distribución de la capital. También importante al momento de decidir dónde almacenar los productos, son las instalaciones que cuentan con una arquitectura limpia, muros sólidos con aislación térmica, amplios patios de maniobras, circuito cerrado de tv las 24 hrs del día para mayor seguridad e importantes avances tecnológicos que este año estarán en funcionamiento.

Para abril de este año Central Bodegas comenzará la construcción de un nuevo centro de bodegaje, Milagro de Nos, ubicado en la comuna de San Bernardo. Este nuevo proyecto aportará con 19.000 m2 más de espacios para bodegaje, contando en su totalidad para fines de 2014 con 85.430 m2 para arriendo.

AGUNSA OBTIENE EL PREMIO A LA EXCELENCIA A NIVEL NACIONAL

AGUNSA fue reconocida por el Instituto de Seguridad del Trabajo (IST) con el "Premio a la Excelencia" entre las grandes empresas (más de 100 trabajadores), esto en el marco de la entrega de las Distinciones Nacionales en Prevención 2013.

Este premio se otorga por su destacada gestión en la prevención de riesgos y enfermedades profesionales, logrando mantener la tasa de lesiones cercana a cero, con la incorporación de actividades innovadoras en esta materia y priorizando la calidad de vida de sus trabajadores.

El evento convocó más de 200 empresarios y autoridades del sector, entre ellos el Subsecretario de Previsión Social, Augusto Iglesias; la Superintendente de Seguridad Social, María José Zaldívar y el Gerente General de IST, Gustavo González.



En representación de AGUNSA asistieron los Gerentes, Enrico Martini y Camilo Fernández, el Jefe del Dpto. Corporativo de Prevención de Riesgos y Medio Ambiente, Jaime Barbaste, el encargado de los Sistemas de Gestión, Iván Soto, y los representantes de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad de AGUNSA Valparaíso y Santiago, Andrea Vargas, Jorge Fernández, Augusto Vega, Cristian Flores y Fernando Aldunate.

WAREHOUSING, EXPERTOS EN ALMACENAJE DE SUSTANCIAS PELIGROSAS, NUEVAMENTE EN EXPOLOGISTEC

Tal como sucediera en su versión anterior 2012, el operador logístico dedicado al almacenaje y transporte de sustancias peligrosas, Warehousing Valle Grande, participará como expositor en la Feria de la logística ExpoLogistec versión 2014, a realizarse a fines de marzo del presente año.

En esta oportunidad el objetivo es presentar sus instalaciones recientemente inauguradas y mostrar a la industria su oferta de servicios logísticos, principalmente el almacenaje y bodegaje de sustancias peligrosas e inflamables, actividad regida por el decreto supremo 78 del Ministerio de Salud. Además, entregan diversos servicios asociados al bodegaje, fundamentales para el complemento de la oferta de almacenaje, como son: transporte desde puerto y hacia clientes finales, servicios de valor agregado, administración de bodegas, etc.

Ubicados en el parque industrial Valle Grande, en el límite de las comunas de Quilicura y Lampa, Warehousing cuenta con instalaciones con altos estándares constructivos y de seguridad, con capacidad para albergar 8 mil posiciones pallet de carga inflamable, 4 mil para sustancias químicas peligrosas y un complemento de 2 mil para carga general. El objetivo es entregar una alternativa centralizada para este tipo altamente específico de requerimientos.

COSENZA INDUSTRIAL: NUEVO ENFOQUE DE GRUPO COSENZA

GRUPO COSENZA impulsa una nueva gama de productos que se unen a las principales áreas de negocio ya conocidas "outsourcing de personas" y "división Industrial".

Cosenza, quienes por más de 15 años han estado desarrollando soluciones integrales para sectores Logísticos, de Servicios e industrial, puso -dentro de la planificación para este año 2014- un fuerte foco en impulsar esta nueva división y potenciar sus productos para ellos se realizaron jornadas de capacitaciones y visitas técnicas a clientes, los cuales han confiado en Cosenza como socio estratégico en el área Industrial.



A principios de enero junto con TIERRATECH, con quienes desarrollan la línea de "Limpieza por ultrasonido", se concretó una jornada semanal de trabajo incluyendo capacitaciones y visitas a clientes acompañado por Arturo Gil, Director General de

Tierratech México. En conjunto se lograron importantes avances en profundizar conocimiento de tecnología de ULTRASONIDO, sus principales ventajas y funcionalidades de equipos.

Ya hacia fines de Enero, recibió la visita de Lorenzo Vásquez, Director Técnico de LYL Ingeniería España, con quien se revisaron en detalle las oportunidades de negocio existentes, además de visitar instalaciones en donde ya se ejecutan servicios en la línea de "Volumetría y Pesaje, principalmente orientado a sectores logísticos.

Mauricio Bahamonde, Gerente General del Grupo Cosenza comentó que en el afán de incorporar nuevas soluciones, innovadoras y en la frontera del conocimiento, tanto para sectores Industriales como de Servicios, "se está alcanzando importantes avances en la consolidación de alianzas con sus socios estratégicos.

MINDUGAR INGRESA CON FUERZA AL MERCADO PERUANO

La empresa nacional se instaló con todo en el vecino país. De la mano de sus dos divisiones (Almacenaje y Automatización), Mindugar espera consolidarse en un mercado creciente como el peruano con una de sus mejores cartas de presentación: su Ingeniería Antisísmica.

Con el respaldo de más de 45 años en el mercado nacional, Mindugar abrió sus operaciones en Perú. La empresa dio inicio con esto a su proceso de internacionalización, por los cual la solidez de su incursión en el mercado peruano serán los cimientos del proceso de expansión que espera continuar en América Latina.



Desde su arribo en noviembre de 2013, la empresa nacional ya se encuentra con proyectos en ejecución en el vecino país y otros en proceso de fabricación, tanto en almacenaje como también en el área de automatización, ampliando así sus horizontes comerciales con importantes clientes de los más diversos rubros, tales como: retail, farmacéutico, pesqueras, minería, operadores logísticos, agrícolas, entre otros.

"Para Mindugar es un gran orgullo estar instalados en Perú. Contamos con nuestra oficina totalmente equipada y personal comercial y técnico disponible para atender todos los requerimientos, a lo largo del territorio peruano", afirmó José García Bone, Gerente Comercial de Mindugar. De la mano de sus dos divisiones: Almacenamiento (rack) y Automatización, la compañía espera posicionarse como una alternativa competitiva en Perú, más aún cuando una de las principales cartas de presentación de Mindugar es su experiencia, calidad de producto y su internacionalmente reconocida Ingeniería Antisísmica.

"Perú es un país sísmico, al igual que Chile, por lo cual nuestros clientes reconocen en las características de Mindugar un valor agregado para la industria peruana. Bajo este punto de vista, muchas empresas en Perú estaban ansiosas de nuestra llegada, por lo cual estamos doblemente contentos con este gran paso", agregó el ejecutivo.

El arribo a tierras peruanas responde, en cierta medida, a la solidez, estabilidad y constante crecimiento de la economía del vecino país y a la respuesta que hemos tenido de nuestros clientes en las primeras incursiones llevadas a cabo en Perú. "Los estudios de mercados realizados nos indicaron que Perú era un importante mercado para nuestra industria. Además, hay muchas empresas de capitales chilenos que están operando allá y que, sin duda, seremos una gran opción para ellos", comentó García.

"Todas las soluciones que tenemos disponible para nuestros clientes en Chile están también disponible para nuestros clientes en Perú, con una calidad de servicio y post venta óptima y adecuada, tal como lo desarrollamos hoy en Chile", añadió.

Con este importante paso, Mindugar espera consolidarse en Perú al igual que en Chile, conscientes de que están yendo a un país mucho más grande, a un mercado de mayor tamaño y muy competitivo, lo que lo transforma "en un desafío mayor".

Encuentro de especialistas en temas mineros se desarrollará en forma paralela con la feria más importante del sector a nivel latinoamericano.



104

Faltando poco para la realización de Expomin 2014, el mayor evento ferial del sector minero en Latinoamérica y uno de los más importantes a nivel mundial, están llegando a su fin los preparativos para el Congreso "Tiempos de Competitividad e Innovación Tecnológica", en el cual renombrados expertos nacionales e internacionales abordarán los escenarios futuros y desafíos que enfrenta la actividad en Chile y en el mundo.

Entre ellos se cuentan el vital abastecimiento de agua y energía que requieren los proyectos mineros en carpeta al año 2021, las estructuras de costos que inciden en la competitividad del sector, el descenso en la ley de los minerales, su recuperación desde residuos, la sustentabilidad, el desarrollo tecnológico y la problemática laboral, entre otros.

La exposición y debate de estos temas se llevará a cabo en forma paralela con la 13ª versión de Expomin, que tendrá

TODO PREPARADO PARA LA REALIZACIÓN DEL CONGRESO EXPOMIN 2014

lugar bajo la organización de FISA entre los días 21 y 25 de abril en el Centro de Eventos Espacio Riesco de Santiago, con expectativas de congregar a más de 1.600 expositores de 35 países y a cerca de 80.000 visitantes, generando expectativas de negocios por más de US \$ 1.700 millones.

La organización y contenidos de cada uno de los seminarios, mesas redondas y workshops que se realizarán en el marco de este Congreso están a cargo de comités técnicos integrados por especialistas en cada uno de dichos temas, provenientes de las principales compañías mineras con operaciones en Chile, empresas consultoras, asociaciones gremiales, universidades y organismos estatales, bajo la dirección de un chairman que tiene a su cargo la coordinación general de cada evento.

PROGRAMA

El Congreso Expomin 2014 se inaugurará el lunes 21 de abril con una Ceremonia de Apertura y Mesa Redonda Inaugural sobre la "Competitividad de la Minería", conducida por el presidente del evento, Nelson Pizarro. Continuará en la tarde de ese mismo día con el VI Seminario "Competitividad de la Minería

en las Américas", a cargo del chairman Alberto Salas, Presidente de SONAMI.

El programa continuará el martes 22 en la mañana con el Seminario sobre "Futuro del Abastecimiento en Minería", con el chairman Juan Alberto Ruiz, Gerente Senior de Adquisiciones y Contratos de Anglo American. Durante la misma mañana tendrá lugar el 2º Seminario sobre "Tendencias Sustentables", a cargo del chairman Jorge Gómez, Presidente de Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi. En la tarde de ese martes se desarrollará el Seminario "Agua de Mar para la Minería", conducido por el chairman Gustavo Tapia, Gerente de Procesos e Innovación Tecnológica de Antofagasta Minerals.

El miércoles 23 por la mañana será el turno del 3º Workshop Internacional "Codelco: Innovación en Minería Subterránea y Rajo Abierto", dirigido por el chairman Fidel Báez, Gerente Corporativo de Tecnología e Innovación de Minería de Codelco Chile. La jornada seguirá en la tarde con el 1º Seminario Internacional "Innovación en Plantas Hidrometalúrgicas", conducido por el chairman Rodrigo Subiabre, Vicepresidente de Optimización de Activos e Innovación de Anglo American.

SPITEC

Servicios, Proyectos
e Ingeniería Limitada

Soluciones logísticas para el correcto manejo de sus productos.

Su Socio estratégico de largo plazo

- Ventas
- Servicio Técnico
- Repuestos
- Arriendo



Partner of
JUNGHEINRICH



Sponsors en:

LOGISTEC
EXPO 2014

2014
MARZO 27-28
Santiago de Chile

CONGRESO INTERNACIONAL
CHARLAS COMERCIALES
BOX DE NEGOCIOS
ZONA DE EXPOSITORES
ÁREA DE OPERACIONES



■ **Casa Matriz:** Av. Puerto Madero 9691, Puerto Santiago, Pudahuel, Santiago / ☎ 9060983 / ☎ + 56 2 2499 7100
■ **Sucursal:** Camino a Coronel Km10, Módulo 3-D, San Pedro de la Paz, Concepción / ☎ 4121506 / ☎ + 56 41 279 2644
■ www.spitec.cl / ventas@spitec.cl

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 m² de bodegas y oficinas.

Áreas Verdes



Mantenimiento



Servicios de alimentación



Seguridad



www.megacentro.cl
www.mibodega.cl



contacto@redmegacentro.cl



(562) 2783 2214
(562) 2887 7900