

Logistec

para Profesionales Informados



[www.revistalogistec.com]

DISTRIBUCIÓN EN **E-COMMERCE** COMO CUMPLIR CON LA **PROMESA DE VENTA**



**LOGISTEC
EDICION**

83

JUN. I JUL. 2014
CIRCULA INSERTO
SDI - AISL

SUPPLY CHAIN: LOGÍSTICA INVERSA
UN DÍA EN: PROCTER & GAMBLE
EQUIPAMIENTO: GRÚAS ELÉCTRICAS
EN RUTA: CORREDOR BIOCEÁNICO

red
de Ali
men
tos

alog chile
Asociación de Logística ASL

Soluciones Logísticas Personalizadas

Proyecto

Diseño Logístico

GESTIÓN LOGÍSTICA

Supervisión Logística

Entrega y Descarga

- Cálculo de presupuesto
- Consultoría en transporte
- Ingeniería de transporte
- Pre-calificación
- Presentación

- Soluciones de seguridad
- Análisis de manipuleo y amarre
- Diseño de transporte multimodal
- Soluciones ferroviarias
- Estudios de factibilidad del transporte/ Estudios de ruta
- Investigación y desarrollo.

- Plan de gestión de riesgos
- Gestión del proceso documental
- Expedición incluyendo la gestión de la orden, Tracking & Tracing
- Herramienta TI.

- Asistencia técnica
- Oferta y diseño de dispositivos específicos de manipuleo
- Servicios de transporte internacional de proyectos.

- Entrega en obra, hasta sitio final o de destino del proyecto
- Descarga mediante equipos de izaje o rampas
- Grúas, gatos, deslizaderos
- Soluciones de almacenaje.

expect more.



GEODIS
wilson



PLATAFORMA LOGÍSTICA MINERA

SEGURA Y CONFIABLE

- Servicios a la carga.
- Operación de bodegas al interior de faenas mineras y propias.
- Distribución de cargas y materiales en faena.
- Transporte terrestre desde la planta hasta el puerto o donde se requiera.

AGUNSA

(+56 2) 2460 2222
mineria@agunsa.cl
www.agunsa.cl

REPORT

(+56 32) 255 6300
mineria@report.cl
www.report.cl

[EDITORIAL]

PROMOVIENDO LA LOGÍSTICA

Todos hablan de ello: Hoy, estamos frente al advenimiento de la Logística como una herramienta crítica para el éxito de un negocio, desde el emprendimiento más pequeño, hasta aquel que involucra transacciones millonarias a nivel global.

Tal ha sido la penetración de esta máxima en la mente y la operativa de las compañías, que ha trascendido las fronteras entre lo privado a lo público, llegando a ser materia de interés en una reunión gerencial de alto alcance como en los comités políticos de los gobiernos. En la edición 83 de Revista Logistec consideramos este nuevo escenario, en el cual, el impulso gubernamental de políticas tendien-

tes a incrementar el desempeño logístico de nuestro país se visto reflejado en iniciativas como: el Observatorio Logístico y el Corredor Bioceánico del Aconcagua, ambos respaldados desde el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

Las problemáticas y tendencias en la distribución para el e-Commerce es otro de los temas que abordamos en esta nueva entrega, el que fue ampliamente debatido durante la última versión del "E-Commerce Day, Santiago 2014", evento en el cual, Revista Logistec participó como Media Partner y que tuvo -entre sus principales ejes- la difusión de la Logística como factor clave en el éxito del comercio virtual. Siempre en esta línea, retomamos la sección de equipamiento,

esta vez para presentar las tendencias del mercado en materia de maquinarias para el almacenamiento y transporte de mercaderías al interior del CD, nota en la cual contamos con algunos de los principales actores de esta industria.

Como siempre hacemos presente, en Logistec estamos comprometidos con la industria logística de nuestro país. Es parte de nuestro interés ser un puente entre los proveedores de servicios logísticos y sus derivados; y sus clientes, al tiempo que deseamos seguir consolidando nuestra posición como el único medio especializado en logística del país. En esta última tarea, esperamos seguir contando con nuestros lectores y clientes, por muchos años más.



PUNTO DE VISTA

Argenis Bauza
La Red de Suministro Digital

ANÁLISIS

Eugenio Caldentey
Sergio Flores
Rodrigo Garrido

EN PRÁCTICA

AGUNSA
ARRIMAQ
STG
GEODIS WILSON
AVANZA PARK

LÍDERES

Inversa
3PL
Cadena

LOGÍSTICA

Grúas Eléctricas
Business Intelligence
Analítica y Logística

RUTA

Corredor Bioceánico

ASOCIACIONES

EVENTOS
LOGISNEWS

04

34

38

42

46

48

56

58

60

50

52

54

62

68

72

78

86

90

94



ESTE ICONO INDICA QUE LA PUBLICIDAD CONTIENE REALIDAD AUMENTADA, CON EL PASO DE LAS EDICIONES PRETENDEMOS QUE TODOS NUESTROS CLIENTES PUEDAN MOSTRAR MÁS DE SUS PRODUCTOS, SERVICIOS Y SOLUCIONES A TRAVÉS DE NUESTRA APLICACIÓN. **PRuéBALA AHORA!**

Logistec
para Profesionales Informados



P08

UN DÍA EN
CD PROCTER & GAMBLE

P12

SUPPLY CHAIN
DISTRIBUCIÓN EN E-COMMERCE
LOGÍSTICA INVERSA
LOGÍSTICA FARMACEÚTICA

P26

ENTREVISTA
GOBIERNO: OBSERVATORIO LOGÍSTICO

P30

DEBATES LINKEDIN
E-COMMERCE Y LOGÍSTICA REVERSA



CENTRORECURSOS] DIRECTORIO

 www.geodiswilson.cl C2	 www.espaciofoodservice.cl C3	 www.bodenorflexcenter.cl C4	 www.agunsa.cl 1
 www.kuehne-nagel.com 5	 www.emotrans.com 7	 www.bsf.cl 11	 www.cygnussuite.cl 13
 www.sdigroup.cl 15	 www.tnt.cl 17	 www.dercoma.cl 19	 www.mecalux.cl 21
 www.eit.cl 23	 www.bodepark.cl 25	 www.stgchile.cl 27	 www.tubular.cl 29
 www.borealtch.com 31	 www.cabm.cl 33	 www.cmiuchile.cl 35	 www.aplogistics.com 37
 www.redmegacentro.cl 39	 www.globalstorage.cl 43	 www.sologistik.cl 45	 www.tw.cl 51
 www.warehousing.cl 53	 www.ar-storage.com 55	 www.arrimaq.com 63	 www.cosenza.cl 65
 www.aep.cl 67	 www.mindugar.com 69	 www.legno.cl 71	 www.logisticasa.cl 73
 www.tecsidel.cl 75	 www.estrellasolitaria.cl 77	 www.goldenfrost.cl 81	 www.avanzapark.cl 83
 www.servilog-chile.com 85	 www.centralbodegas.cl 93		
 www.sdigroup.com Inserto			

Aumenta tu Experiencia con la nueva Aplicación de Realidad Aumentada que Revista Logistec Diseño para ti!



RA REALIDAD AUMENTADA

1. Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet
2. O ingresa a este link: http://bit.ly/logistec_ra
3. O busca en Google Play o App Store como Revista Logistec
4. Descarga y abre la aplicación
5. Mira a través de tu pantalla los avisos con RA+
6. Sorpréndete!



AÑO 12 EDICION 83
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

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

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Leoncio Lizana | Raúl Espejo | Julio Villalobos
Isaías Zúñiga | Nelson Campos | Tomás Cox

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.



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



4

LA RED DE SUMINISTRO DIGITAL: EL RETO

Cada vez es más común enterarse de noticias en donde se muestran cómo la volatilidad impacta en alto grado a las cadenas de suministro. Por ejemplo, Austin Martin enfrentó hace poco una situación de “recall” cuando encontraron partes falsificadas en sus autos. Similarmente, el escándalo de carne de caballo impactó la seguridad de cadena de suministro de alimentos. De igual manera, los clientes también han generado volatilidad por sus gustos cambiantes y los ejemplos claros de este fenómeno se reflejan en como Nokia, Blackberry y Motorola pasaron de líderes de mercado a seguidores en un espacio de pocos años.



Ing. Argenis Bauza
Managing Director Supply Chain – Products México. Master en Ingeniería de Sistemas de la Universidad Simón Bolívar, Venezuela.

Sin embargo, hoy en día el fenómeno Digital emerge como un factor aún mayor de causa de volatilidad y de presión sobre las cadenas de suministro. Hay cuatro palancas primarias en lo Digital que causan esta disrupción:

CLIENTES CON MÁS PODER – más conscientes, mejor informados, más conectados y mucho más demandantes en un mundo digital. Ellos esperan que las

compañías proporcionen productos y servicios de alta calidad, personalizados, a menor costo y más rápido. Esto genera más presión en las cadenas de suministro.

DISPONIBILIDAD DE DATOS – La enorme cantidad de data transaccional y de clientes disponible hoy en día, pero que sin embargo los gerentes de cadena de suministro no logran darle sentido para sacar ventaja de ello. Adicionalmente, no siempre tienen a disposición las capacidades analíticas requeridas para extraer información útil para la toma de decisiones.

CONECTIVIDAD – Los canales, tales como “online” y móvil, están ahora conectados a las cadenas de suministro. Adicionalmente, las tecnologías tales como machine-to-machine, o la telemática, habilitan una visibilidad de las operaciones que no habíamos tenido antes. Los gerentes de cadena de suministro necesitan buscar la forma de proporcionar una experiencia consistente en todos los canales, así como ver la forma de capitalizar la telemática o la movilidad para reducir el tiempo ocioso y mejorar sus operaciones remotas y en campo.

COMODITIZACIÓN – Las tecnologías digitales tales

1000 Oficinas en 100 Países

Transporte marítimo

Transporte aéreo

Logística de almacenaje y distribución

Transporte terrestre

Soluciones integrales



KUEHNE+NAGEL



The Global Logistics Network

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

www.kuehne-nagel.com

como prototipos virtuales y listas de materiales electrónicas, habilitan un diseño más rápido y la puesta en producción, resultando en tiempos menores de llegada al mercado. Esto permite que productos diseñados puedan ser copiados más rápidos por los competidores y las innovaciones tengan un tiempo de vida más corto.

“LAS REDES DE SUMINISTRO DIGITAL SERÁN UNA INTEGRACIÓN COMPLETA DE CADENAS DE SUMINISTRO DE TALENTO, ASPECTOS FÍSICOS, INFORMACIÓN Y FINANCIERAS”

Adicionalmente, las expectativas crecientes de los clientes colocan una enorme presión en el desempeño de la cadena de suministro. Las expectativas de los clientes en el mundo digital incluyen:

PREPARACIÓN PARA EL CAMBIO

La digitalización hará que los elementos de la cadena de suministro converjan en cadenas de suministro “sin costuras”. Las Redes de Suministro Digital serán una integración completa de cadenas de suministro de Talento, Aspectos Físicos, Información y Financieras. La Tecnología Digital está impactando cada una de estas cadenas de suministro de las siguientes maneras:

Las Tecnologías Digitales están cambiando las cadenas de suministro de Talento – ejemplos:

- Los minoristas están contratando expertos de marca, equipados con aparatos móviles, herramientas colaborativas y acceso a la información de consumidores y de inventario.

- Las organizaciones están usando herramientas tales como redes de distribución de videos, juegos y simulación de computadores, mensajes instantáneos, conferencias de video, sistemas de telepresencia, etc. para dar entrenamiento en un amplio rango de temas tales como liderazgo, mejores prácticas, entendimiento de productos y soluciones, etc. a sus empleados. Las compañías también están usando servicios externos en línea tales como LinkedIn para conectarse con otros profesionales que pueden dar respuestas a preguntas y proporcionar su perspectiva en cuando a tópicos profesionales.

Las Tecnologías Digitales están cambiando la cadena de suministro Física de las siguientes formas:

- Casilleros físicos en las tiendas de tal manera que los clientes pueden ordenar online y luego ir a recoger su orden en el casillero. ■ Auto-pago por parte de los clientes usando un Smartphone. ■ Aplicaciones específicas de tiendas que le indican al comprador que ofertas hay en esa tienda específica, para esa fecha específica. ■ Entrega de víveres el mismo día. ■ Visibilidad de los movimientos de bienes por medio de los sistemas de documentación electrónica para hacer seguimiento de cada paso de la logística.

Las Tecnologías Digitales están cambiando las cadenas de suministro de Información de las siguientes formas:

- Debido al incremento significativo de información acerca de productos, cada compañía está en el negocio de crear y entregar “contenido” – información que es personal, relevante y oportuna cuando es consultada por el cliente. ■ Los clientes están usando información online y en la tienda que puede ser personalizada y compartida en las redes sociales mientras sigue comprando en la tienda. ■ Por medio de aplicaciones, los asociados de la tienda tienen acceso a información en tiempo real de clientes, permitiendo mayor conversión en las tiendas, incrementando el tamaño de la compra y mejorando la experiencia del cliente y su satisfacción. ■ Las compañías están usando tecnología de seguimiento machine-to-machine para co-

nocer el movimiento de paquetes y entregas en tiempo real.

Las Tecnologías Digitales están cambiando a las cadenas de suministro Financiera – ejemplos:

- Tercerización de ciclos como de la orden de compra al pago a los bancos por parte de importadores, así como la actividad de revisión de documentos y servicios de reconciliación (seguir los eventos, validar los documentos comerciales y determinar cuándo hacer el pago). ■ Cambios en tecnología para manejar las cadenas de suministro financieras y físicas. La plataforma de tecnología ha migrado desde ERP a plataformas basadas en red que ayudan a coordinar y comunicar, proporcionando una Versión Única de la Verdad entre los diferentes jugadores. ■ Los minoristas están usando métodos de pago móviles incluyendo enfoques de pagos por proximidad tales como near-field communication (NFC), códigos de barra y numéricos, métodos remotos tales como los pagos basados en mensajes, por browser o aplicaciones.

CARACTERÍSTICAS DE LA NUEVA RED DE SUMINISTRO DIGITAL

La Red de Suministro Digital tiene características únicas. Cada característica habilita los componentes clave de la cadena de suministro y la habilita para funcionar con un mejor desempeño.

Estar Conectada es la base. Esta característica proporciona visibilidad sin precedentes y la habilidad en tiempo real para influenciar, resultando en una red de suministro inteligente. De esta forma, las compañías pueden conectarse fácilmente con sus clientes, proveedores, vendedores y el ecosistema. Un ecosistema conectado permitirá la visibilidad entre proveedores hasta las capas 3 o 4 (proveedores de proveedores), permitiendo identificar potenciales riesgos de interrupción. La conexión con los clientes permitirán detectar patrones de compra, y de esa for-

ma, cambiar los niveles de producción y de inventario de acuerdo a la demanda.

Una vez que la Red de Suministro está conectada, ésta apalanca los analytics, equipos cognitivos y aplicaciones inteligentes para proporcionar la información correcta para la toma de decisiones, haciéndola Inteligente. Las tecnologías ayudan a que los gerentes de cadena de suministro tomen decisiones proactivas durante la ejecución. Esto habilita un ambiente donde las decisiones basadas en reglas pueden configurarse para tareas y tomas de decisión básicas. Los analytics predictivos pueden señalar riesgos potenciales y proporcionar opciones de decisión para limitar los posibles daños.

traducen en menos tiempo de llegada al mercado. De esta forma, basado en los niveles de la demanda, la producción puede ser incrementada o reducida en un corto espacio de tiempo.

ALGUNOS EJEMPLOS

UPS ha creado un sistema basado en telemática que combina una gran cantidad de información acerca de las variables de comportamiento y mecánicas que afectan la eficiencia de combustible en el proceso de entrega. Los vehículos para entrega están equipados con sensores que proveen infor-



Una vez conectada e inteligente, la Red de Suministro es capaz de ser Escalable – dando la información correcta, en el momento correcto a la gente correcta. Con acceso a la gente, procesos y tecnología, las organizaciones pueden operar con mayor flexibilidad y personalizar en masa sus productos. Adicionalmente, las compañías pueden “conectar” diferentes socios y proveedores a medida que se necesiten. De la misma forma, pueden escalar hacia abajo sus operaciones a un mercado específico o a un segmento de cliente. De esta forma, las compañías pueden también apuntar a nuevos mercados y replicar su éxito con relativa facilidad.

Construyendo sobre las características anteriores, las compañías pueden operar de forma Rápida ejecutando en un medio de permanente volatilidad y con clientes demandantes. Esto permite capacidades más rápidas de planeación y ejecución que se

mación de cómo el vehículo se desempeña desde el punto de vista mecánico y reporta: velocidad, dirección, frenado, desempeño de partes específicas y de componentes de la máquina y de la transmisión.

Los equipos de mantenimiento entonces usan esta información de cada vehículo para determinar cuándo se requiere mantenimiento, en lugar de fijar un programa. Esto ahorra tiempo y dinero y reduce el desperdicio (en partes, combustible, etc.). Adicionalmente, esta información es utilizada para optimizar la eficiencia de las rutas y supervisar el comportamiento del conductor. Esta tecnología ha cambiado la manera de realizar las operaciones de mantenimiento de una forma radical.



Valora este Artículo:
Escanear el QR desde
tu Smartphone o Tablet.

EMO TRANS
Customized Global Logistics

EMO TRANS CHILE DESCENTRALIZACIÓN A SU MEDIDA



SANTIAGO · IQUIQUE · ANTOFAGASTA



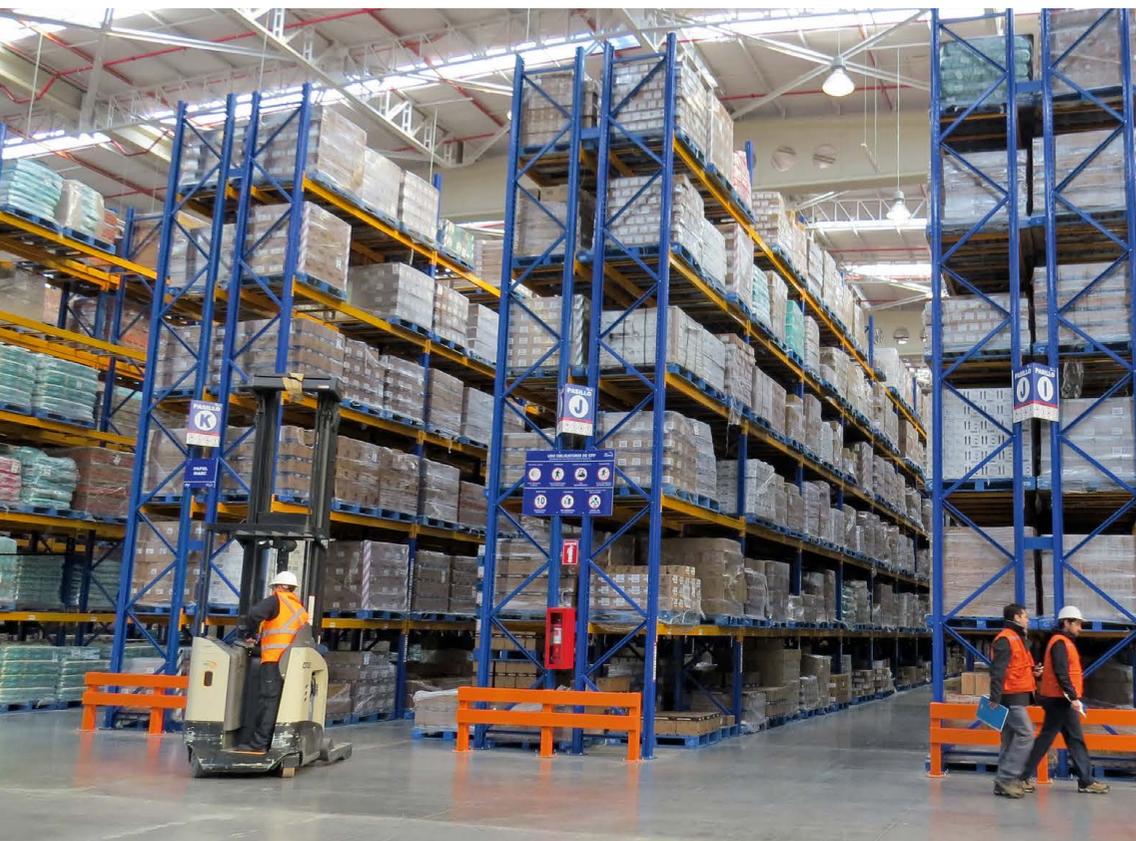
- Air and Ocean freight.
- Export and Import, Transit.
- Customs clearance.
- Dangerous goods handling.
- Projects.
- Insurance.
- web-based T&T.
- Mining Express Solutions

EMO-TRANS Chile S.A.
e-mail : info@emotrans-chile.cl
Tel.: 562 2204 7000
www.emotrans.com

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN PROCTER & GAMBLE



Patricio Achurra
General Manager
APL para Procter & Gamble



APL Logistics, en una consolidada relación comercial de 15 años y que, en junio pasado, se vio coronada con la inauguración de un nuevo Centro de Distribución exclusivo para P&G en el parque logístico 'Laguna Sur' en Pudahuel.

Revista Logistec tuvo acceso exclusivo a sus instalaciones donde opera P&G en las cuales se conjugan de forma eficiente: una operación logística de primer nivel y tecnologías de información que brindan a la compañía una total visibilidad de la operación al interior del CD e integración de procesos para la entrega de una operación logística end to end.

09:30 hrs. Llegamos al parque logístico Laguna Sur de APL Logistics, que a esas alturas bulle de actividad. Antes de iniciar el recorrido nos equipamos con los respectivos aditamentos de seguridad requeridos para esta visita.

Una vez dentro del CD, que cuenta con una superficie de 30 mil mt² y más de 30 mil posiciones de almacenamiento, nos recibe Patricio Achurra, Operations General Manager de APL para la cuenta P&G, quién será nuestro anfitrión durante el recorrido. Inicialmente, Achurra nos relata los pormenores del proyecto que comenzó en julio de 2013 y que dio vida al CD de

UNA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO MEJORADA, EXCLUSIVA E INTEGRADA POR PROCESOS DE PRIMER NIVEL, SON SÓLO ALGUNOS DE LOS FACTORES QUE DESTACAN EN LA CONFIGURACIÓN DEL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN QUE APL LOGISTICS IMPLEMENTÓ PARA PROCTER & GAMBLE. PARA CONOCER MÁS SOBRE LAS CUALIDADES DE ESTE RECINTO NOS TRASLADAMOS A LA COMUNA DE PUDAHUEL, PARA UNA VISITA EXCLUSIVA.

Mantener la eficiencia operativa que Procter&Gamble ostenta en los más de 80 países donde tiene presencia comercial no es una tarea fácil y sólo es posible gracias a la estructuración de una red de almacenamiento, distribución y logís-

tica que asegura que cada producto llegue de forma eficiente a cada uno de los mercados en los que participa.

En dicha estructura logística, diseñada para operar a nivel global, P&G cuenta con Centros de Distribución propios y socios estratégicos 3PL enfocados a lograr los estándares de calidad operativa exigidos por la compañía multinacional. En dicho esquema, para sus operaciones en Chile P&G ha optado por la modalidad 3PL de la mano de

P&G, operativo desde mayo de 2014. “Antes la operación de P&G estaba dividida en diferentes Centros de APL en la Región Metropolitana (RM) situación que hacía más compleja la logística en general. Fue así que partió el proyecto de expansión de este CD para la operación de P&G”.

Dado que la continuidad operativa del negocio era imperativa, el proceso de mudanza fue bastante complejo, señaló Achurra. “Ya que la operación de P&G estaba dividida en varios Centros en toda la RM y había que traspasar todo acá sin dejar de operar por una necesidad del negocio del cliente, debimos planificar en detalle todo el proceso logístico de distribución y mudanza de los productos a este CD.

En general esta transición funcionó bastante bien, sobre todo en términos de la calidad de servicio, el que no decayó”. Si bien la mudanza de productos finalizó el 30 de mayo, el día 12 de dicho mes arrancó la operación en el nuevo CD con los productos de línea de picking que –en opinión del Gerente– “fueron los más complicados de 'setear' (sic) y en términos de importancia era lo primero que debíamos traer, ya que teníamos que seguir operando el flujo. Básicamente, hicimos el shutdown del CD antiguo, se levantó este y empezamos el mismo día a operar acá (continuidad operacional)”.

10:15 hrs. Situada en el sector de inbound, nuestro anfitrión nos relata algunos pormenores de la operación desarrollada por los cerca de 200 colaboradores

que trabajan en el Centro, de los cuales cerca del 65% corresponden a operarios directos, mientras el 25% restante desarrolla tareas administrativas y financieras. “Tenemos distintas áreas y staff que soportan en términos de calidad los resultados que entregamos, dado que para P&G hacemos toda la cadena de soluciones logísticas, de punta a punta; la internación de mercaderías a territorio nacional, el traslado de ellas al CD, el almacenamiento y su posterior distribución hasta el supermercado o el punto de venta”, detalló el Gerente.

Según lo descrito por el ejecutivo, tras el reacondicionamiento del CD, creció la capacidad del sector de recepción en superficie y se duplicó la cantidad de andenes de Ingreso.

En torno a la operación de recepción, específicamente, ésta comienza con la desconsolidación de los containers mediante un sistema de cuadrillas, las que ingresan las mercaderías y la palletizan para su posterior almacenamiento, todo ello según los parámetros del área de calidad y ficha técnica del producto así como la validación del WMS PKMS que administra el flujo del recinto. A este respecto, Achurra explicó que “aunque los procesos de ingreso y almacenamiento en la industria del consumo masivo son bastante similares en general, la operación diseñada para P&G se distingue por los procesos de control y verificación de las mercancías que los requieran, tales como: la toma de muestras que deben ir a análisis antes de que el producto quede disponible para su almacenamiento y posterior despacho”.



“ANTES LA OPERACIÓN DE P&G ESTABA DIVIDIDA EN DIFERENTES CENTROS DE APL EN LA REGIÓN METROPOLITANA (RM) SITUACIÓN QUE HACÍA MÁS COMPLEJA LA LOGÍSTICA EN GENERAL. FUE ASÍ QUE PARTIÓ EL PROYECTO DE EXPANSIÓN DE ESTE CD PARA LA OPERACIÓN DE P&G”

RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO

11:00 hrs. Seguimos nuestro recorrido hacia el área de recepción de mercaderías, sector al cual llegan, según lo descrito por el Gerente, más de 20 contenedores diarios con carga importada, palletizada de origen o a granel (unidades o cajas). Una vez que ésta se ha ingresado, las cuadrillas de descargas palletizan la carga de acuerdo a los requerimientos operacionales, pudiendo almacenar a tres o cuatro metros de altura, en cualquiera de las más de 30 mil posiciones de rack existentes.

Respecto de las particularidades que este tipo de CD tiene en torno a al ingreso de mercaderías, el ejecutivo señaló que “aunque los procesos de in-

greso y almacenamiento en la industria del consumo masivo son bastante similares, en general, nuestra operación se distingue por los procesos de control y verificación de las mercancías que los requieran, tales como: la toma de muestras que deben ir a análisis antes de que el producto quede disponible”, explicó Achurra.

Ya en el sector de almacenamiento, que se realiza en racks convencionales con posiciones diseñadas para el acopio de carga palletizada, llama nuestra atención el orden y la sincronía de los operadores.

Además, el CD cuenta con 5 mil mt² de superficie destinada al almacenamiento de mercaderías a piso. Este sector, explicó Achurra, “nos entrega la ventaja de recibir y almacenar aquellos productos que requieren

resolución sanitaria previa a su almacenamiento en rack o, incluso su despacho en operaciones de crossdocking”.

No obstante, explicó el Gerente, “estos 5 mil mts2 están destinados a una eventual expansión, según sea la necesidad del cliente. En este contexto, según señaló el Gerente, el CD almacena cerca de 1300 SKU en total, de los cuales, cerca de 900 son considerados ‘SKU’s activos mensuales’ o productos de mayor salida. “En tanto, según las líneas de negocio, los productos se dividen principalmente en: Cuidado Personal, Línea de Papel y pañales.

11:45 hrs. Avanzando en el recorrido, llegamos al área de Valor Agregado donde se realizan procesos de emblistado, embolsado y etiquetado, entre otros. En su mayoría, este sector cuenta con personal femenino, las que tienen por tarea el acondicionamiento de productos en nuevos ítems.

OUTBOUND Y BUSSINES INTELIGENCE

12:15 hrs. Ya en el área de despacho, Achurra detalla parte de la operación de salida de los productos. En este sector se preparan las mercancías que saldrán en cada jornada, de acuerdo a un itinerario que es visible para operarios y administrativos en uno de los tres monitores que se encuentran instalados al centro de la pared principal de salida.

En tanto, los monitores restantes muestran los ingresos

de mercaderías al centro e indicadores de rendimiento. Según explicó Achurra, “toda esta información es procesada y presentada a P&G para respaldar los estándares operativos del CD; información que – al mismo tiempo- le permite a nuestro cliente tomar mejores decisiones de manejo de inventario, lo que también incide en nuestro procesos de almacenamiento y distribución”. Consultado sobre la incorporación de BI a la logística en general, Achurra destacó que ésta es “una herramienta que beneficia mucho a los clientes que tercerizan operaciones para medir los resultados de sus proveedores. Al mismo tiempo, imponen nuevos y mejores estándares de trabajo para los Operadores Logísticos, cualquiera sea el área donde éste se desempeñe”.

12:45 hrs. Finalizando nuestro recorrido, Patricio Achurra hizo hincapié en la política de calidad que exige P&G para sus operaciones. “No somos como otros CD de consumo masivo que reciben y guardan. La política y los estándares de calidad de nuestro cliente son muy exigentes, Y todo ello nos ha obligado a tener una plataforma igual de robusta.

A este respecto, Achurra agregó que “cada vez que P&G arranca un CD propio o un 3pl tiene un check list de requerimientos ‘mandatorios’. Lo que otros operadores llamarían “nice to have”, en P&G es obligatorio, lo cual es muy desafiante si queremos mantener el estándar de operación world class”. Desde sistemas de extinción de incendios, hasta estrictos protocolos



“NOS ENTREGA LA VENTAJA DE RECIBIR Y ALMACENAR AQUELLOS PRODUCTOS QUE REQUIEREN RESOLUCION SANITARIA PREVIA A SU ALMACENAMIENTO EN RACK O, INCLUSO SU DESPACHO EN OPERACIONES DE CROSSDOCKING”

de almacenamiento para evitar contaminación cruzada, el nuevo Centro de Distribución desarrollado por APL Logistics para P&G debe cumplir a cabalidad con todos y cada uno de los elementos requeridos. “Hemos hecho un esfuerzo muy importante por conceder a nuestro cliente, cuanto necesiten para concretar su operación de la forma más eficiente posible y en los estándares que ellos consideren pertinentes. Un esfuerzo que se ha visto retribuido en estos más de 15 años juntos”, puntualizó Achurra.

13:20 Hrs. Para finalizar el recorrido nos dirigimos al patio de salida donde la carga se encuentra dispuesta para su despacho. En esta etapa, destacó Achurra, se efectúan tres chequeos a la carga que será distribuida, dos de ellos en piso y un tercero mientras se consolida el camión. Es gracias a estos resguardos que,

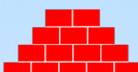
según el ejecutivo, “podemos brindarle a nuestro cliente un nivel de exactitud en la preparación de pedidos acorde a los estándares que se requiere para la operación y que no supera el 0,01% de error.

Tras esta última parada, nos dirigimos al segundo nivel de CD donde Patricio Achurra nos entrega los últimos detalles de la operación que, según señaló, se extiende con el servicio de distribución, que también recae en el OL. “Con ello garantizamos un nivel de despacho eficiente a los distintos puntos de distribución de los productos de P&G y, al mismo tiempo, aseguramos un servicio integral para nuestro cliente”, puntualizó el Gerente. **LGT**

Desde 1985

¿Cuál fue tu primer sueño?

 **13** CENTROS
Logísticos

 **20.000** m²
de construcción
MENSUAL

 **480**
HECTÁREAS
disponibles para crecer

 **1.500.000**
m² de bodegas
EN CONDOMINIO

17:15 hrs | Vista desde Edificio Corporativo | Centro Logístico Puerto Madero



El nuestro fue cambiar el concepto de bodegaje



► www.bsf.cl

BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO

Desarrollando Espacios de Confianza

Chile | Perú | Colombia

www.revistalogistec.com

DISTRIBUCIÓN EN E-COMMERCE: CÓMO CUMPLIR CON LA PROMESA DE VENTA

EL ERROR EN LAS DIRECCIONES, LA AUSENCIA DEL RECEPTOR Y LA DISPONIBILIDAD DE STOCK, SON LAS PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS QUE SE MANIFIESTAN A LA HORA DE REALIZAR PROCESOS DE ENTREGA. ¿CÓMO SUPERAR ESTAS PROBLEMÁTICAS? ¿QUÉ IMPACTO TIENE EN EL COMERCIO ONLINE CONTAR CON DIFERENTES ALTERNATIVAS DE ENTREGA?, ESTAS Y OTRAS INTERROGANTES SE TORNAN IMPORTANTES A LA HORA DE CUMPLIR CON LA PROMESA DE VENTA.

cio online: si no se cumple la promesa de venta, mediante un sistema de entrega ágil, eficiente y seguro, no sólo se pierde dicha venta, sino también 10 potenciales clientes. Es tal el impacto que una mala experiencia de compra puede tener en el comercio online, que todos los actores involucrados en esta modalidad de negocio, han maximizado sus esfuerzos, no sólo en materia de marketing y promoción, o en la ampliación de los canales de venta online; sino también en robustecer las operaciones logísticas que dan vida a este tipo de comercio.

En esta lógica, durante el mismo foro, Silvana Reyes, Directora de Marketing & e-Commerce de OCA, prestigiosa empresa de envíos argentina, señaló que la logística es la única cara visible que el cliente final (comprador) tiene de la tienda online, de ahí que sea vital para estas últimas incorporarla a su negocio, desde el primer día. Al mismo tiempo, la ejecutiva, señaló que “la logística en el comercio electrónico debe ayudar a aumentar la rentabilidad del negocio, la tasa de conversión hacia el e-Commerce, debe ayudar a mejorar la experiencia de compra, debe colaborar en la resolución de reclamos e incidencias, reducir los costos operativos, optimizar la operación del negocio y permitir que éste sea escalable”.

Desde la vereda opuesta, como cliente y receptor de servicios logísticos, Cristian Uribe, Gerente de Logística y Delivery de Groupon – Chile, destacó que “hoy el rol y la visión del operador logístico debe extenderse desde el servicio B2B a la modalidad B2C, entendiendo que un servicio logístico exitoso es aquel en el cual se concreta la entrega no aquel en el que se ‘intenta’ entregar el producto. El OL debe interiorizar este objetivo, ya que si el cliente no recibe su producto lo más probable es que nunca más compre en el e-Commerce. En este negocio, el ‘boca a boca’ es potente y la mala propaganda que recibe la tienda en particular y el e-Commerce en general es muy fuerte”.

Siempre en esta línea, el gerente de Groupon señaló que la clave del éxito de su negocio se basa principalmente, en “la calidad del producto ofertado y la entrega del



Muchos pueden poner miles de productos en un canal de venta, pero si no es fácil de navegar, fácil de despachar y fácil de devolver, esto significa muy poco. Todas las partes del negocio deben pensar de esta

forma, esta debe ser la cultura”. Con esta frase, Leslie Tapia, Gerente de Operaciones de Venta a Distancia de Sodimac, concluyó su alocución durante la última versión del e-Commerce Day, Santiago 2014, celebrado en mayo pasado; frase que nos remite a una de las grandes máximas del comer-

mismo en las condiciones acordadas con el cliente. "Creemos que, en la medida que entregamos rápido y bien, tendremos clientes que compren más por este canal."

LA ENTREGA, COMPLEJIDADES Y MULTIFORMATO

Respecto de las principales complejidades que enfrenta el proceso de entrega en el comercio electrónico, Juan Pablo Sepúlveda, Gerente Comercial de Chilexpress, explicó que éstas se dan en dos escenarios: El error en las direcciones de envío, por omisión de datos o digitación defectuosa; y la ausencia del receptor del envío. "Muchas veces nos encontramos con que la dirección no es la correcta o, simple y llanamente, no existe. Eso, en definitiva, se traduce en una NO entrega que tendrá una muy buena explicación para nuestro 'mandante', pero que no representa una solución, ya que la promesa de entrega no se cumple.

Respecto del segundo escenario (ausentismo), nos hemos dado cuenta de que normalmente, los sitios web se construyen de forma tal que, cuando se pregunta por una dirección de despacho se le denomina 'domicilio'.

Algo tan simple como eso genera error, porque el comprador pone la dirección de su casa, pero no la del lugar donde estará para recibir el pedido". Ahora bien, ¿cuáles son las estrategias para enfrentar dichas problemáticas? En el caso del 'error de dirección', el Gerente de Groupon explicó que "la principal estrategia que hemos puesto en marcha para enfrentarla ha sido estrechar la comunicación con el cliente durante el proceso de envío para corroborar los datos de la dirección", asegurando datos de contacto como su número de teléfono y correo electrónico.

Respecto de los resultados obtenidos tras la implementación de esta estrategia, el ejecutivo señaló que "ha resultado exitosa,

teniendo en cuenta que del total de nuestras ventas, un 85% se concreta mediante el despacho a domicilio con un porcentaje de éxito de 97%".

En esta línea, Sepúlveda destacó la georreferencia como otra estrategia eficiente. "Estamos trabajando en herramientas de normalización de direcciones, georreferenciándolas, es decir, localizándolas en un mapa para tener la certeza de que ese punto existe. Cuando tenemos la certeza de que ese lugar existe la mitad del camino está resuelto.

No obstante, Sepúlveda añadió que "también es importante hacer partícipe al comprador de la cadena de abastecimiento, es decir, invitarlo a que vaya a retirar el pedido a algún punto". Aquí, explicó el ejecutivo, se abre la oportunidad de los múltiples formatos de entrega, tales como: el retiro en oficinas comerciales, en tiendas (pick to store) y en lockers de auto atención. En este contexto, Sepúlveda aseguró que, actualmente,

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'

Modalidad arriendo

Voice Picking



el mejor eslabón para su cadena de abastecimiento

el proceso que procede a la compra online, ya no se denomina despacho sino entrega “porque existen diferentes canales por los cuales el cliente llega al producto que compró”.



Silvana Reyes
Directora de Marketing & e-Commerce - OCA

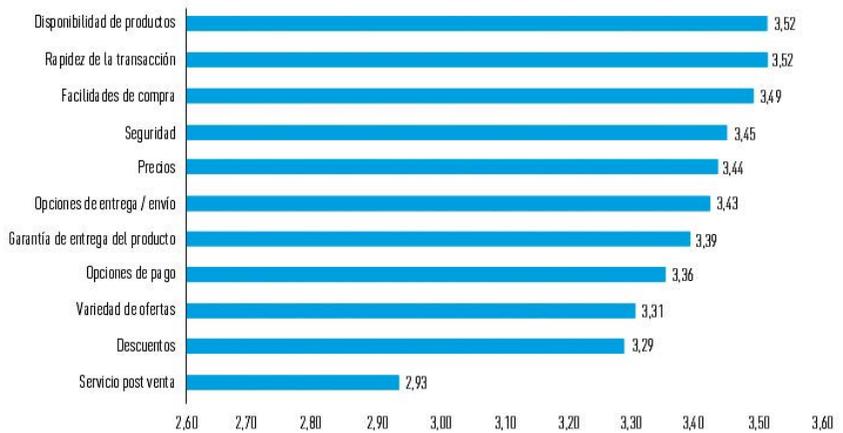
Respecto de la estrategia de múltiples formatos de ‘entrega’, el Gerente de Groupon señaló que “es una estrategia que consideramos. De hecho, pusimos a disposición de nuestros clientes

la opción el retiro del producto en lockers de auto-atención. No obstante, en nuestro caso, este canal no resultó exitoso, ya que del 100% de los retiros programados en lockers de auto-atención, sólo el 50% de ellos se concretó con éxito”.

En este contexto, Uribe atribuye el escaso éxito que tuvo este sistema al desconocimiento que se tiene de este servicio y a que, a diferencia de Europa –donde este sistema ha tenido gran acogida-, en Chile existe la figura del Conserje que funciona como un receptor autorizado del paquete en oficinas y domicilios particulares. No obstante, el Gerente señaló que los proveedores de

CARRITO DE COMPRA

Factores más relevantes al momento de comprar por internet (de 1 a 4)
Fuente: Encuesta América Economía Intelligence



micilio y retiro en tienda. En este contexto, Silvana Reyes destacó que “cuanto más métodos de entrega le ofrezcamos a nuestro comprador, mas tasa de conversión (hacia la compra online) tendremos”.

En este contexto, ya en 2012, el “Estudio de Comercio Electrónico en América Latina”, desarrollado por América Economía Intelligence, exponía que el consumidor electrónico latinoamericano estaba cansado de esperar a que los vendedores agilizaran la entrega de los productos, optando ellos



Juan Pablo Sepúlveda
Gerente Comercial Chilexpress

solución con la aparición de servicios que permiten a los compradores recoger lo comprado”, citaba. En otra mirada, según el estudio “Evolución y Perspectivas de e-Commerce para 2014”,

realizado por la agencia española Kanllí, “la recogida del producto en un lugar físico es una opción que tienen en cuenta muchos compradores que no desean hacer frente a los gastos de envío, que en muchas ocasiones pueden incluso superar el precio del objeto que se adquiere, si se trata de algo de escaso valor”. No obstante, el estudio señala que “los puntos de conveniencia (para el retiro del producto) no han acabado de asentarse con fuerza, en parte por el desconocimiento del consumidor sobre su uso y por la necesidad de aumentar sus capacidades y homogenización”.

Teniendo en cuenta lo descrito, la opción de ‘retiro en tienda’ se ha posiciona como la principal alternativa al ‘despacho a domicilio’, no sólo porque representa una opción eficiente y económica para el comprador, sino también, porque representa una amplia ventaja para las tiendas online que ofrecen venta multicanal (offline-online). En este contexto, según el estudio de la

"TAMBIÉN ES IMPORTANTE HACER PARTÍCIPE AL COMPRADOR DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO, ES DECIR, INVITARLO A QUE VAYA A RETIRAR EL PEDIDO A ALGÚN PUNTO"

este tipo de servicios de auto-retiro esperan una mayor penetración del sistema a largo plazo.

Aunque el uso de lockers de auto atención aún debe asentarse como alternativa de entrega, el ‘multi-formato’ de entrega es –hoy en día- una realidad, siendo el sector del retail aquel que ha sacado más provecho de esta estrategia, poniendo a disposición de sus clientes la opción de despacho a do-

mismos por moverse hacia los puntos de despacho. A este respecto, según el estudio, desde la perspectiva del cliente final (que realiza la compra), entre los factores más relevantes al momento de comprar por Internet: contar con opciones de entrega/envío tiene un amplio margen de importancia, superando incluso el indicador de ‘Garantía de entrega del producto’ (Figura 1), “Increíblemente, los problemas de logística (en el comercio online) comienzan a tener

**MEJOR CALIDAD,
PRECIO Y SERVICIO**
Entrega inmediata

SDI...
GROUP • EQUIPOS



**TRANSPORTADORES
»» FLEXIBLES**

Solución a procesos de carga y descarga de mercadería.

**TRANSPORTADORES
»» DE PALLET**

Rápida y eficiente solución para el movimiento interno de pallets de productos.

Garantía y Soporte

Asesoramos a nuestros clientes en la solución correcta.



agencia Kanlli, “la mayoría de los retailers multicanal cuentan con estrategias para usar sus puntos de venta como puntos de recogida”, estrategia que les reporta dos beneficios: Conocer el impacto de las ventas híbridas, aquellas que empiezan en un canal y acaban en otro (Tienda/Internet- Internet/ Tienda); y aprovechar el uso de este segundo método de entrega para que el cliente amplíe su compra.

LA ÚLTIMA MILLA

Según lo expuesto por los expertos, la última parte del eslabón de la cadena, también denominada “la última milla”, presenta retos adicionales a la inexistencia de las direcciones o el ausentismo, tales como: la inexistencia de stock para efectuar el despacho o entrega. “A veces ocurre que nos ponemos de acuerdo en la venta, pero no hay stock y nuevamente, no se cumple con la promesa. Por ello es importante extender el rol del OL. No sólo debemos enfocarnos en el último eslabón de la cadena, sino también empezar a trabajar en conjunto con nuestros clientes en el almacenamiento temporal de productos, preparación de pedidos (picking y packing), etiquetado, etc. De esta manera, tendremos la certeza de contar con el producto para asegurar, a su vez, que nuestro servicio se podrá efectuar en forma correcta”, explicó el ejecutivo de Chilexpress.

Respecto de este cambio de rol, Sepúlveda agregó que “nos dimos cuenta de la importancia de que el flujo vaya en ambos sentidos, es decir que exista una gestión de devolución”. Según el profesional, cimentar el camino para que el cliente, por el motivo que sea, pueda retornar los productos con la misma facilidad y con la misma buena experiencia con la que lo recibió, es esencial. Ahora bien, para lograr que este objetivo se concrete, será vital mantener una comunicación muy fluida con el cliente. En este



Cristián Uribe
Gerente de Logística
Group

"INCREÍBLEMENTE, LOS PROBLEMAS DE LOGÍSTICA (EN EL COMERCIO ONLINE) COMIENZAN A TENER SOLUCIÓN CON LA APARICIÓN DE SERVICIOS QUE PERMITEN A LOS COMPRADORES RECOGER LO COMPRADO"

contexto, todos los expertos coincidieron en que el cliente puede entender que exista un error al momento del despacho o la entrega, pero lo importante es que esté al tanto del error, que se le mantenga informado de cómo está el estado de su envío, mediante tecnologías de tracking o incluso de mensajería de texto.

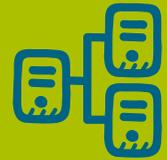
“Lo importante es que hay varios aspectos que se pueden poner en marcha para efectuar una buena entrega y todo depende del trabajo en conjunto con nuestro mandante y el cliente final”, enfatizó Sepúlveda. En concordancia con lo expuesto por Sepúlveda, durante su alocución, Leslie Tapia delineó distintos aprendizajes y buenas prácticas al momento de efectuar los procesos de despacho o entrega. En este contexto, destacó que “lo principal es medir, todo lo que se mide puede mejorar, si no medimos nuestro servicio estaremos ciegos; no sabremos qué problemas tenemos”.

El segundo aprendizaje, en tanto, se relaciona con las personas. “Notificar a los clientes las excepciones; atrasos o inconvenientes, antes o durante el proceso de entrega o despacho, es vital. Por otro lado, realizar un exhaustivo seguimiento a los despachos de nuestros proveedores y operadores logísticos y robustecer la confianza en todos los canales también es importante. El tercer aprendizaje expuesto por Tapia, se relaciona con El Sistema: “Manejar inventario en

línea; reservar los pedidos en línea; integrarnos sistémicamente con los proveedores de producto y con los Operadores logísticos es muy importante”.

Al mismo tiempo, la profesional destacó la importancia de analizar la capacidad de stock para implementar, de ser necesario, un plan B. “En ocasiones, no contamos con stock en bodega y hemos tenido que comprar a la competencia productos para abastecer los quiebres. De ahí que sea importante buscar, con antelación, otras fuentes de abastecimiento”. **LGT**

LOGÍSTICA MULTICANAL APLICADA AL ECOMMERCE MINORISTA



Según el último informe de Jones Lang LaSalle, “Retail 3.0: la evolución de la distribución al por menor en múltiples canales”, el 92 % de los minoristas venden en línea, el 68 % mantienen tiendas, y el 64 % utiliza catálogos de venta en línea, índices que indican que las Pymes están adoptando un enfoque multicanal para satisfacer las expectativas del comprador y para aumentar la cuota de mercado.

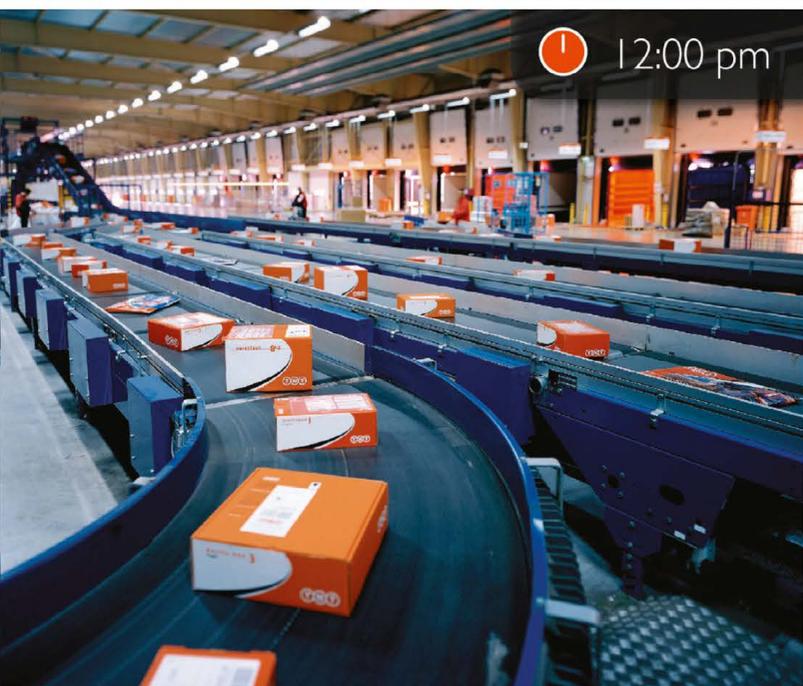
Por otra parte, casi el 80 % de las empresas de Retail han afirmado que las ventas en línea han aumentado en los últimos cinco años, con algunos aumentos de 25 % o más, situación que obliga a los minoristas a cambiar la red de distribución tradicional para sus modelos de comercio electrónico.

Con la venta multicanal crece la importancia del enfoque en la distribución minorista. Combinar los nuevos canales de compras ha obligado a las Pymes a mejorar al mismo tiempo la complejidad y flexibilidad en sus cadenas de suministro. Esto representa una oportunidad para Operadores que tienen el know-how necesario de logística multicanal aplicado al e-Commerce, para satisfacer las necesidades de empresas que tienen a esta vía como su principal canal de ventas.

De acuerdo al informe, las tiendas tradicionales que apoyan sus actividades en modelos de e-Commerce requieren menos inversión, maquinaria y menos personal. Las empresas de Retail están encontrando más rentable aumentar las operaciones logísticas en línea en lugar de tener las tiendas tradicionales abiertas, lo que requiere un tipo diferente de modelo de distribución. Emulando esta situación, los minoristas están evolucionando en sus redes de distribución a través de CD adaptados al comercio electrónico.

UN ALIADO ESTRATÉGICO PARA TU NEGOCIO EN EL LUGAR Y HORARIO QUE NECESITAS

Más de 60 años entregando envíos nacionales e internacionales con la mejor calidad y respaldo.



Servicio al Cliente
(02)-(2) 360 5100
www.tnt.com

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

LOGÍSTICA INVERSA... ¿UN MAL NECESARIO?

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL VALOR AGREGADO, LA LOGÍSTICA INVERSA DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS O EN EXCESO ESTÁ MUY LEJOS DE APORTAR AL NEGOCIO. A LA MISMA CONCLUSIÓN LLEGAREMOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, LEAN MANUFACTURING O SIX SIGMA; LA EXPERIENCIA DEMUESTRA QUE MÁS VALE INVERTIR EN PROCESOS QUE GARANTICEN PRODUCTOS Y SERVICIOS SIN FALLAS, POR LA VÍA DEL CONTROL ESTADÍSTICO DE PROCESOS Y OTRO CONJUNTO DE HERRAMIENTAS, QUE FORMALIZAR UN PROCESO DE ADMISIÓN DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS.



Los trabajos de Deming, Juran y tantos otros han demostrado que los costos asociados a la mala calidad, entendida como la no conformidad con un estándar predefinido, superan con creces la inversión requerida para producir y despachar sin errores.

Un buen punto de partida, por lo tanto, en el análisis de la Logística Inversa, es entenderla efectivamente como un "mal", como un proceso indeseado que destruye valor y resta eficiencia. Pero el hecho de que instituciones tan serias como el Supply Chain Council tengan como parte de su marco

metodológico los procesos de "Return", o que exitosas empresas del Retail y otros sectores industriales tengan grandes áreas especializadas en el tema, nos dan ciertas luces sobre lo "necesario" de esta ya verdadera subdisciplina. A continuación haremos algunas distinciones que nos permitan entender mejor los procesos asociados a la Logística Inversa y los elementos que deberían estar presentes en su gestión. Veremos también que algunos procesos de retorno tienen una justificación y un aporte de valor al negocio.

CATEGORÍAS

Si nos guiamos por la clasificación de procesos del modelo SCOR (Supply Chain Operations Reference) del Supply Chain Council (SCC), en el primer nivel debemos distinguir entre Source-Return, es decir, lo que devolvemos a nuestros proveedores, y Deliver-Return, o los procesos asociados a devoluciones de nuestros clientes.

En un segundo nivel de detalle, siempre utilizando la nomenclatura del SCC, nos encontraremos con una clasificación expresada según la tipología de la devolución, como se presenta en la siguiente tabla:

PRODUCTOS DEFECTUOSOS



Productos en devolución por incumplimiento de especificaciones.

PRODUCTOS EN EXCESO, VENCIDOS U OBSOLETOS



Productos devueltos por sobrepasar la cantidad solicitada o no corresponder con lo solicitado. También considera, devoluciones ex post acordadas por vencimiento, obsolescencia u otras condiciones.

PRODUCTOS A MANTENCIÓN/ REPARACIÓN/ REUTILIZACIÓN



Productos o activos devueltos con el propósito de ser mantenidos, reparados o reutilizados, para volver a ser entregados.

CATEGORÍA 1 DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS

Un producto defectuoso es aquel que no cumple con las especificaciones, es decir con la definición del producto y/o servicio que una empresa está comercializando. El primer problema que enfrentamos al respecto es que muchas veces esas especificaciones no están claramente definidas o derechamente no existen.

La publicidad es el principal inductor de expectativas (que el cliente asume en derecho como especificaciones), y no es de extrañar por lo tanto, que a partir de ella se generen tantas decepciones y procesos de devolución.

Los abusos por parte de las empresas hacia los consumidores finales, en cuanto a no cumplir con lo prometido, o no informar

con claridad acerca de las especificaciones de sus productos y servicios, están siendo cada vez más limitados por la legislación, las asociaciones de consumidores, y más que nada a través de las redes sociales, donde las malas prácticas hacia los clientes se propagan a velocidad vertiginosa.

Sin embargo, sigue habiendo un gran trecho por recorrer, especialmente en la definición del servicio, parte integrante de la especificación. Al respecto, todavía no está clara la forma de compensar una mala atención, una espera desmesurada o un trato discriminatorio.

Por la vereda opuesta, nos encontramos también con los abusos por parte del consumidor, o el terreno de las devoluciones fraudulentas. El caso extremo lo encontramos en la industria de la ropa, donde algunos consumidores se han habituado al deporte de utilizar la ropa para una fiesta o para exhibirse en las redes sociales, para luego devolverla y tomar otra o pedir el dinero

de vuelta. En Estados Unidos, esta práctica conocida como wardrobing está causando importantes pérdidas a la industria y está obligando a algunas empresas a tomar medidas de protección al respecto.

Sea por la razón de la inherente falta de cumplimiento de especificaciones de los productores, del mayor empoderamiento de los consumidores o del abuso de éstos, el hecho es que las devoluciones representan hoy en día una fracción importante del negocio. Según el último estudio realizado en 2013 por la National Retail Federation de Estados Unidos, el volumen de mercadería devuelta desde los consumidores alcanzó el 8,6% de las ventas, una cifra realmente preocupante.

Pero si el volumen de devoluciones parece alto, peor es la situación cuando evaluamos el costo que inducen, el que puede fácilmente duplicar o triplicar el costo del propio despacho.

DERCO MAQ

STILL

Tecnología alemana
Líder mundial en logística de bodega

AGENCIA OUT.C.L.

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA

(2) 2560 1737
www.dercoma.cl

SUCURSALES • Santiago: Casa Matriz: Av. Américo Vespucio 1838 – Quilicura. (2) 2560 1737 - 2560 1566 • Antofagasta: (55) 247 7047 • Calama: (55) 234 5104 • Copiapó: (52) 223 0384 • La Serena: (51) 224 1649 • Melipilla: (2) 2832 7607 • Concepción: (41) 246 9740 • Temuco: (45) 223 2932 • Puerto Montt: (65) 225 5595 • **CONCESIONARIOS** • Coquimbo: Comercial Agrorrama Callegari(9) 6439587 • Ovalle: Covalsa (9) 7456928 • Rancagua: Los Alerces (72) 222-4922 • San Fernando: Garoen (72) 271 4787 • Santa Cruz: Garoen (72) 258 5573 • Curicó: Agroservicios Perez y Cia (75) 254 5353 • Talca: Agrocampo Negocios (71) 224 5252 • Linares: Agrocampo Negocios (73) 222 3607 • Parral: Agrocampo Negocios (9) 223 6806 • Chillán: Comersa (42) 227 1310 • Los Angeles: Comagri Ltda (9) 397 2950 • Osorno: Ecsa S.A (64) 245 3103 • Puerto Varas: Ecsa S.A (65) 256 0860 • Coyhaique: Ecsa S.A (67) 245 0210.



CATEGORÍA 2: *DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS EN EXCESO, VENCIDOS U OBSOLETOS*

20

Dentro de la propia empresa, la explicación del retorno de productos en exceso es en general, la relocalización de ese inventario en una ubicación en que sí puedan ser vendidos y por lo tanto puede asociarse a una ineficiencia del proceso de planificación. Esta práctica (de transferir productos de un punto de venta a otro pasando o no por un centro de distribución) está muy difundida pues rara vez se asignan a la operación de venta los altos costos de esa transferencia. En el caso de productos vencidos u obsoletos, es claro que el costo será aún mayor, pues, o deberán ser dados de baja, o bien ser liquidados a un precio indeseado, a lo que se agregará el costo del retorno.

"LA COMPLEJIDAD DE RECIBIR, CLASIFICAR Y RELOCALIZAR GRANDES VOLÚMENES DE PRODUCTOS CUANDO LOS PROCESOS NO ESTÁN PENSADOS PARA ELLO, PUEDE TRANSFORMAR RÁPIDAMENTE EL PROBLEMA EN UN LABERINTO SIN SOLUCIÓN"

Pero los mayores problemas se producen hoy en día a nivel de las relaciones entre productores y retailers. Es aquí donde se producen los grandes volúmenes de devolución, debido principalmente a malas prácticas de venta (empujar la venta para cumplir con las metas sin importar las devoluciones posteriores), acuerdos explícitos entre las partes (típicamente devoluciones de ropa a fin de temporada) o derechamente abusos por parte de los retailers.

La complejidad de recibir, clasificar y relocalizar grandes volúmenes de productos cuando los procesos no están pensados para ello, puede transformar rápidamente el problema en un laberinto sin solución.

CATEGORÍA 3: *PRODUCTOS A MANTENCIÓN Y/O REPARACIÓN*

En este caso estamos hablando de productos que retornan de acuerdo a condiciones establecidas en una garantía o de acuerdo a un plan de mantenimiento, con el propósito de ser restaurados en su capacidad de funcionamiento y ser devueltos a la operación. Se trata por lo tanto de procesos que forman parte de la oferta de valor de la empresa.

Un ejemplo de esto es el de una empresa que provee grandes equipos para la minería, los que son vendidos típicamente dentro de un contrato MARC (Maintenance and Repair Contract). Además de proveer servicios de mantenimiento en faena, el proveedor cuenta con un Centro de Servicios que se hace cargo de las reparaciones de compo-

nentes, generándose un sofisticado circuito de logística inversa. En este caso, el análisis de la confiabilidad de los equipos, la predictibilidad de las fallas y los planes de mantenimiento asociados serán claves para poder planificar la tasa de retorno de componentes o equipos y, por lo tanto, la gestión de los recursos necesarios para la reparación en los tiempos comprometidos.

ACTIVOS REUTILIZABLES

Siempre dentro de esta tercera categoría, nos encontramos también con la logística inversa asociada a activos que forman parte de las condiciones de entrega, y que serán luego reutilizados en el despacho de otros productos. A continuación se muestran algunos ejemplos clásicos. La disponibilidad de contenedores en transporte internacional es un elemento fundamental de la logística, y presenta un importante desafío desde el punto de vista de la optimización, especialmente para las empresas navieras, de forma de disponer de los stocks necesarios en las ubicaciones indicadas.

Un caso similar al anterior es el de los pallets, donde podemos encontrarnos con diferentes casos; el pallet es retornado al despachador, el pallet se incluye como parte del costo de envío y no es retornado, o el pallet pertenece a un tercero quien lo arrienda y se preocupa de su logística. Los envases retornables generan una logística inversa para las grandes embotelladoras que debe ser cuidadosamente planificada, pues su producción depende de la disponibilidad de este activo, el que está afecto a ciclos estacionales desfasados de la demanda principal.

Para entregar sus productos al retail o a sus tiendas propias los importadores o fabricantes de ropa deben incorporar en sus procesos internos la inclusión del sensor de seguridad. Al igual que en el caso anterior, su no disponibilidad restringe la producción, con la complejidad adicional de que cada retailer utiliza sus propios sensores. **LGT**

(Gentileza de Consultora Cyliani)

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



LOGÍSTICA FARMACÉUTICA: RETO DEL MANEJO DE TEMPERATURA PARA EL RESGUARDO DE LA CALIDAD

HOY LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA NACIONAL ENFRENTA IMPORTANTES DESAFÍOS EN EL PLANO LOGÍSTICO Y DE DISTRIBUCIÓN, SIENDO UNO DE LOS PRINCIPALES RETOS: DAR CUMPLIMIENTO A LA NORMA TÉCNICA 147, “DE BUENAS PRÁCTICAS DE ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DE USO HUMANO”, QUE ENFATIZA LA IMPORTANCIA DEL RESGUARDO DE LA CALIDAD (EFECTO TERAPÉUTICO) DE LOS PRODUCTOS DURANTE SU ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN, DADO QUE LAS CONSECUENCIAS DE SU DETERIORO PUEDEN SER GRAVES Y, EN ALGUNOS CASOS, LETALES PARA LA SALUD HUMANA.

es preciso que los diferentes actores de la cadena de suministro identifiquen aquellos aspectos que ponen en jaque su ejecución. A este respecto, María Eugenia Schiappacasse, Logistics Manager Pharma de K+N, explicó que “principalmente, las fallas en el resguardo de la calidad de los productos farmacéuticos se generan por un inadecuado control de los mismos, en una o varias instancias de la Cadena; desde el almacenamiento, el transporte, el empaque, la identificación y su documentación. Todos estos, son aspectos que debemos considerar en todo lo que implica el resguardo del producto durante toda la cadena de suministro”.

Así, para que un producto farmacéutico cumpla el efecto terapéutico para el que fue creado, deberemos cumplir con una serie de parámetros ambientales y de seguridad que resguarden su calidad, los que son determinados por las compañías farmacéuticas productoras mediante los correspondientes estudios de estabilidad realizados a cada producto de forma individual.

TEMPERATURA EL FACTOR CRÍTICO

Ahora bien, entre los principales factores relacionados con los procesos de almacenamiento y distribución descritos por Schiappacasse, como variables que afectan la calidad del producto farmacéutico, se encuentran: la humedad, la luz y, especialmente, la temperatura. Este factor es directamente dependiente de otras variables, tales como las zonas geográficas y condiciones climatológicas a las que se ven expuestos los productos, desde su fabricación hasta su distribución al destino final (paciente).

“Cuando hablamos de la distribución de los productos farmacéuticos, no hablamos de un camión, un avión o un barco; hablamos de una cadena en la que participan varias elementos, en las cuales tenemos distintos medios de transportes y distintas instancias de almacenamiento y eso es muy importante para visualizar la complejidad a la cual se enfrenta la industria farmacéutica y las empresas que les proveen servicios logísticos.



Con la entrada en vigencia de la Norma, en septiembre de 2013, tanto productores como los diferentes actores de la cadena de abastecimiento han debido redirigir el foco de su

operación, desde la rapidez de entrega y el control de los costos (eficiencia) operativos, hacia el principio del resguardo de la calidad y seguridad del producto, en toda instancia y hasta su uso final. No obstante, para alcanzar los estándares que la Norma impone,

“Los logísticos, que tenían el predominio de estas áreas, han entendido esto y han debido estrechar los vínculos con las áreas de calidad de las compañías para tener el control de las variables de riesgo”, explicó la ejecutiva.

Siempre en torno a estas variables de riesgo, la ejecutiva de K+N, explicó que la más compleja es el control de temperatura. “Básicamente, las condiciones de humedad y luz son resguardadas gracias a los envases del producto, que poseen condiciones específicas para resguardar su calidad. Pero la temperatura afecta al envase y por ende al medicamento”.

En este contexto, las recomendaciones relativas a las condiciones de temperatura establecidas para la manipulación y almacenamiento de cada producto deben indicarse en la rotulación de sus empaques. En tanto, estos requerimientos de temperatura pueden variar desde la condición de refrigeración hasta la de temperatura controlada,

dentro de los siguientes parámetros: ■ **Condiciones normales de almacenamiento: en locales secos, bien ventilados, a una temperatura entre 15 y 25°C (en determinadas condiciones climáticas hasta 30°C).** ■ **Condiciones de refrigeración sin congelar entre 2 y 8°C.** ■ **Condiciones de refrigeración por debajo de 8°C.** ■ **Condiciones de congelación entre -5° y -20°C.** ■ **Condiciones de Congelación potente por debajo de -18°C.**

En esta línea, existen excursiones de temperaturas que pueden ser toleradas por ciertos productos, situación que debe ser evaluada y justificada por el productor mediante estudios que avalen dicha excursión.

A este respecto, la ejecutiva explicó que irónicamente, los medicamentos que corren mayor riesgo debido al factor temperatura, son aquellos productos de ‘temperatura controlada’ (TC)(15°-25°C), a pesar de que tienen una tolerancia mayor. “Generalmente, estos medicamentos son transportados

en condiciones estándar, en cajas de cartón, por ejemplo, mientras que los productos refrigerados o congelados -históricamente- han sido manejados en cadena de frío, bajo estrictas condiciones de embalaje, con dispositivos (termógrafos) que nos entregan toda la historia de tránsito del producto; con límites bastante restringidos”.

LO COMPLEJO: TEMPERATURA AMBIENTE

Debido a esta dinámica, los productos de TC muchas veces enfrentan fluctuaciones de temperatura muy adversas. En este contexto, cobra importancia el factor climático de los lugares de origen y destino de las mercancías. “Chile, por ejemplo, se encuentra en la zona climática de categoría 2 (subtropical y clima mediterráneo) y recibe productos principalmente desde Asia, Europa y Estados Unidos, países que poseen categorías climáticas muy diferentes. Así, este tipo de



info@eit.cl / www.eit.cl

**FUERTE
RESPALDO**

QUE GENERA RELACIONES DE CONFIANZA

eit
LOGISTICA
Una Empresa MEWES

LOGISTICA / TRANSPORTE / DISTRIBUCION

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.

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



productos vienen desde el pleno verano (en origen), al pleno invierno (destino), pasando por las distintas temperaturas y condiciones climáticas de los puntos intermedios durante este proceso de distribución. Desde el origen, ese producto puede embarcarse en temperaturas bajo 0°C y encontrarse con temperaturas superiores a los 50°C en las losa del aeropuerto”.

La geografía nacional también representa un reto para las labores de control de temperaturas durante la distribución y almacenamiento de los productos farma, teniendo en cuenta que entre Arica a Punta Arenas se extienden -longitudinalmente- más de 4.200 km., en los cuales se presentan distintos microclimas y fluctuaciones de temperaturas muy importantes. Como complemento a esta problemática, los Operadores Logísticos enfrentan el reto de alcanzar la mejor cobertura posible del territorio, lo que a su vez implica utilizar distintos medios de transporte y realizar distintas paradas de carga y descarga de producto, ampliando con ello las posibilidades de exponer al producto a condiciones de temperatura fuera del rango permitido.

aéreo debido a los menores tiempos de desplazamiento y a la seguridad en la cadena de abastecimiento”. No obstante, destacó el ejecutivo, este tipo de transporte posee ciertas problemáticas que se relacionan con los tiempos de espera desde el avión hasta el almacén de tránsito respectivo. “En nuestro estándar de servicio, las operaciones de carga y descarga no pueden extenderse más allá de una hora. Pero, no toda la carga que llega a nuestras bodegas en el aeropuerto es administrada por nosotros; a veces, sólo somos responsables de ella a partir de su ingreso a nuestro almacén. Esta problemática no es exclusiva de nuestra compañía, de ahí que sea muy importante contar con sistemas de apoyo y control de la carga en tránsito y que esta práctica no se relacione específicamente con el transportista u operador logístico, sino que forme parte de las Buenas Prácticas de cada compañía y de la industria en general”, señaló el ejecutivo.

En este contexto, García, explicó que los protocolos son importantes a la hora de buscar eficiencia y calidad en la logística para la industria farmacéutica. “Nosotros llevamos a cabo procedimientos muy acota-

procedimientos, eso es esencial”, aseguró Schiappacasse

ACCIONES ESPECÍFICAS PARA RESGUARDAR LAS CONDICIONES DE TEMPERATURA

Para reducir el riesgo de pérdida de la calidad de los productos por exposición a temperaturas no permitidas se ha debido realizar evaluaciones de riesgo y determinar las mejores alternativas de rutas de transporte, así como la utilización de medidas de control y soluciones de protección térmica. El monitoreo de temperatura se debe realizar en todas las etapas de la distribución, pudiendo contar con la trazabilidad de las temperaturas a la que estuvo expuesto el producto durante todo su ciclo de vida hasta la distribución al destino final. En base a esta información se puede asegurar que un producto cuenta con la calidad requerida, o que ésta se vio afectada y su efecto terapéutico no está garantizado lo que determina que no puede ser distribuido para ser utilizado en pacientes.

El uso de embalajes especiales, como es el caso de los envirotainers para el transporte aéreo, son elementos valiosos para apoyar en el resguardo de las condiciones de almacenamiento. Ya sea que se use este tipo de tecnología o embalajes pasivos que protejan de la exposición a temperaturas fuera del rango permitido, estos embalajes deben ser calificados demostrando que cumplen con el objetivo establecido. Por otra parte, la realización de auditorías en el cumplimiento de esta norma a las empresas subcontratadas que participan en toda esta cadena resulta crítico para asegurar el cumplimiento con las condiciones requeridas. **LGT**

"EL MONITOREO DE TEMPERATURA SE DEBE REALIZAR EN TODAS LAS ETAPAS DE LA DISTRIBUCIÓN, PUDIENDO CONTAR CON LA TRAZABILIDAD DE LAS TEMPERATURAS A LA QUE ESTUVO EXPUESTO EL PRODUCTO DURANTE TODO SU CICLO DE VIDA HASTA LA DISTRIBUCIÓN AL DESTINO FINAL"

Son estos puntos intermedios, entre las fases de descarga y almacenamiento, los que generan más quiebres de temperatura, siendo -en el caso de la industria farma- la descarga en aeropuerto la más crítica. A este respecto, Gonzalo García, Sub Gerente General de Aerosan, explicó que en lo que se refiere a distribución internacional, gran parte de las cargas de la industria farmacéutica, ya sea para materias primas o productos terminados, utilizan el medio de transporte

dos, en tiempos específicos, porque la operación aeroportuaria es bastante compleja. De hecho, el ingreso de las mercaderías a nuestras bodegas se enmarca dentro de una normativa que rige para todos los concesionarios de la misma forma”. Una cosa es la manipulación en la losa, que es el punto de mayor impacto, y otro factor de riesgo es no contar con protocolos de manipulación. Ahí los tiempos se disparan. De ahí que uno de los mayores desafíos sea definir



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde
tu Smartphone o Tablet.

TODOS LOS CAMINOS LLEGAN A BODEPARK.



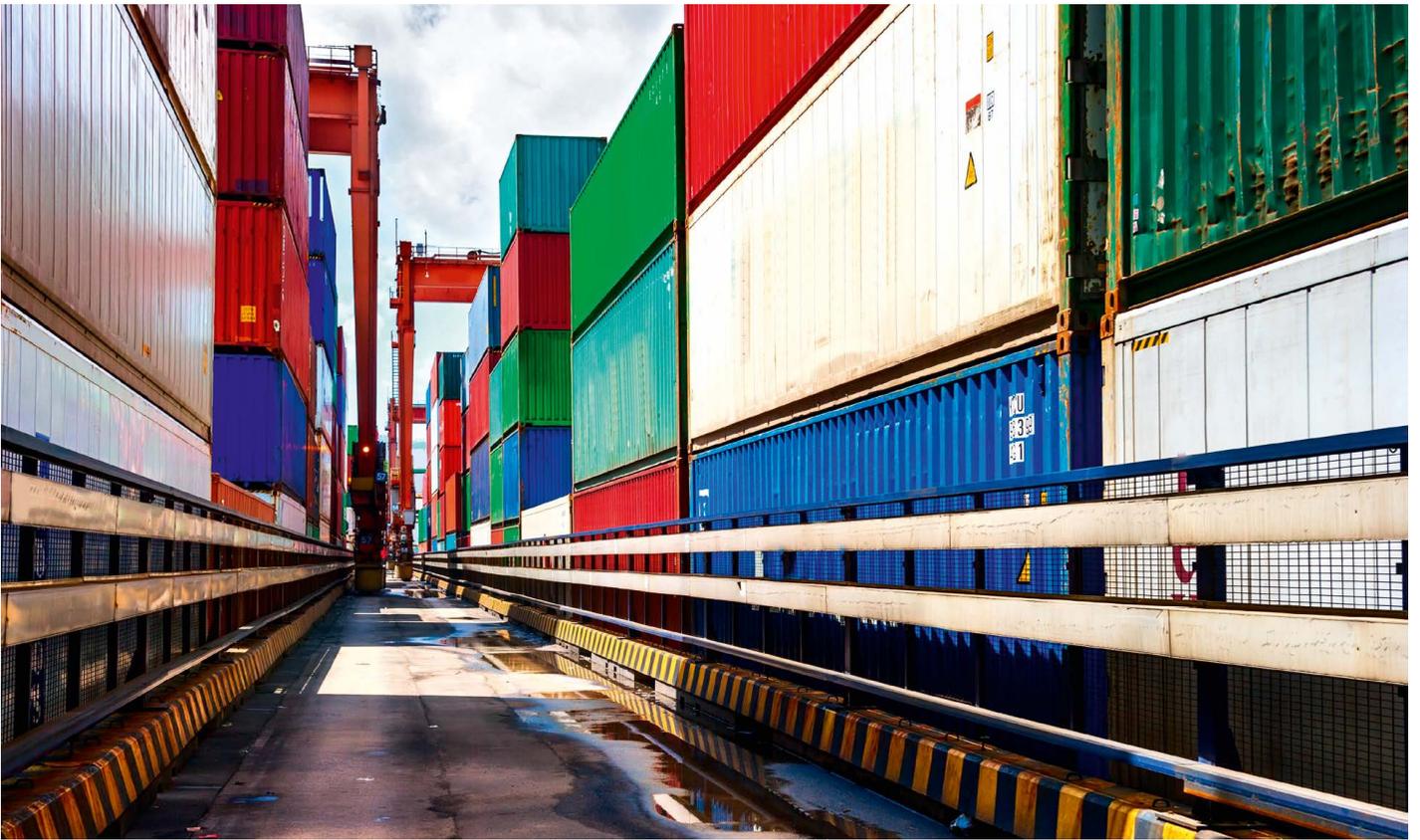
25

PRESENTAMOS **BODEPARK**,
UN NUEVO CENTRO DE BODEGAJE PARA PYMES.
(BODEGAS DESDE 400 M2 A 1.000 M2 + OFICINAS MODULARES)

BODEPARK OFRECE OTROS IMPORTANTES BENEFICIOS PARA TU NEGOCIO:

- UBICACION: A UN COSTADO DE LA RUTA 68, EN CIUDAD DE LOS VALLES, PUDAHUEL.
- VISIBILIDAD: MAS DE 750.000 VEHÍCULOS POR MES VERÁN TU MARCA (SEGÚN MOP).
- ESTARÁS A METROS DE LOS PRINCIPALES CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y RETAILERS DEL PAÍS.
- ACCESO DIRECTO A LAS PRINCIPALES AUTOPISTAS, PUERTOS Y AL AEROPUERTO.
- SER PARTE DE UN CONDOMINIO (MAS SEGURIDAD, MENOS COSTOS DE OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN CENTRAL).





26

OBSERVATORIO LOGÍSTICO: SENTANDO LAS BASES PARA LLEVAR A CHILE AL SU MAYOR POTENCIAL LOGÍSTICO

Actualmente, el portal de Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), exhibe una serie de indicadores logísticos relativos al transporte de carga terrestre, aéreo y ferroviario que vienen a contribuir al desarrollo de la industria. No obstante, estos indicadores no son suficientes, de ahí que el nuevo impulso al Observatorio Logístico, dado por la Subsecretaría del MTT espere dar respuesta a aquello que falta para el logro de mayor eficiencia en el sector.

En mayo pasado, durante el Foro Internacional de Transporte celebrado en la ciudad alemana de Leipzig, el Subsecretario de Transportes, Cristián Bowen, junto al Secretario General del International Transport Forum (ITF 2014), José Viegas, firmaron una carta de

intención para el desarrollo de un Observatorio Logístico en Chile, proyecto que apunta a mejorar los estándares logísticos que nuestro país ostenta.

Teniendo en cuenta que los actuales costos logísticos de nuestro país llegan al 18% del total, mientras que el promedio OCDE llega sólo al 9%, la autoridad del gobierno chileno señaló que “nuestro país tiene un tremendo desafío para el futuro. Si queremos ser un país desarrollado, debemos hacer más eficientes



Cristián Bowen
Subsecretario de Transporte,
Gobierno de Chile

nuestros sistemas de transporte (...) con este documento podremos llegar a los estándares de los países líderes”.

En este contexto, cabe destacar que en la actualidad el Observatorio Logístico es una realidad. En efecto, mediante el portal web de la Subsecretaría de Transportes se puede acceder al Observatorio (virtual) para obtener datos de comportamiento de la logística nacional. No obstante, explicó Bowen “en el contexto actual, (esta plataforma) no es suficiente, y debemos



OPTIMICE SUS PROCESOS EN LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



WMS

- Captura Información en tiempo real
- Mayor control en los procesos
- Incremento en la productividad
- Exactitud en el inventario
- Disminución de errores



Tecnologías que apoyan a un WMS

- RF (Radio Frecuencia y Códigos de Barra)
- Voice Picking

 MOTOROLA SOLUTIONS



stgo  **PERÚ**
Southern Technology Group

2392 5000
contacto@stgchile.cl
www.stgchile.cl

stgo  **CHILE**
Southern Technology Group

pasar al siguiente nivel, es decir, de cómo, a partir de los datos y la opinión de expertos, podemos generar políticas públicas". De ahí que, tras la firma de este documento, ITF y la Subsecretaría de Transportes expresaron su voluntad para implementar un plan de trabajo que materialice la colaboración técnica para la implementación del Observatorio que permitirá recolectar indicadores y datos relacionados a logística, para facilitar la toma de decisiones en políticas públicas en esta materia.

LINEAMIENTOS PRINCIPALES

Teniendo en cuenta que los servicios de transporte de calidad juegan un importante rol en la facilitación del transporte de mercancías mientras que la logística ineficiente impone costos extras en términos de tiempo y dinero, según lo descrito por la autoridad de gobierno "en primer lugar, el trabajo se centrará en la identificación de políticas prioritarias para el buen desarrollo logístico del país, en materias tales como desarrollo de infraestructura, facilidades aduaneras, congestión, regulación de los servicios de transporte de carga y competencia entre operadores".

Consultado sobre ¿Cómo puede el sector privado aportar a que esta iniciativa rinda los frutos esperados?, el subsecretario destacó que "El sector maneja datos y estadísticas que pueden servir al Estado para generar dichas políticas públicas en materia de regulación, competencia e infraestructura", consignando con ello la importancia de una acción mancomunada y colaborativa entre ambos sectores.

En segundo término, el acuerdo también apuntará al desarrollo de Indicadores Claves de Desempeño (KPI's) y reportes para la investigación y desarrollo de una metodología de recolección y procesamiento de datos.

P. En materia de eficiencia en el transporte logístico ¿Qué beneficios objetivos brinda la consolidación de un Observatorio Logístico para nuestro país?

Si usted me pregunta por los beneficios objetivos, estos son claros: menores costos y mayor eficiencia. En primer término, tenemos que considerar que uno de los factores de la competitividad es el desarrollo de nuestra capacidad de transporte. Si las carreteras están en condiciones deficientes, si tenemos barreras arancelarias, si el traspaso desde el tren al puerto no se hace de manera eficiente, los tiempos de traslado van a aumentar y los costos se van a disparar. Por eso, recientemente firmamos con el International Transport Forum de la OCDE una carta de intención para la consolidación de un Observatorio Logístico en nuestro país. Chile ya cuenta con uno, el cual opera como un centro de recopilación de datos sobre transporte de carga en nuestro país, pero de un tiempo a esta parte, los desafíos han aumentado. Somos parte de la OCDE, grupo de países cuyos costos logísticos son del 9%, mientras que para nosotros los costos ascienden al 18%.

P. Dado que la problemática de infraestructura es uno de los principales escollos a enfrentar en materia de transporte de carga. ¿La creación de esta entidad apunta a disminuir esta brecha a mediano plazo? En este tema tenemos que ser claros. La infraestructura es relevante y es una prioridad para nosotros. Sin puertos, carreteras y centros de intercambio modal, el transporte de mercancías se hace complejo, aumentan los costos para los operadores y Chile pierde competitividad a nivel mundial. Pero de todas formas, no nos podemos olvidar de los otros componentes que influyen en los procesos logísticos: regulación, competencia y tecnología, entre otros. Es decir, enfrentar los desafíos logísticos implica preocuparse simultáneamente de varios temas. Hay que recordar que esto no se resuelve en un gobierno, sino que es una tarea de décadas.

P. ¿Qué escenario o situación de coyuntura se da hoy para comprometer ante la opinión pública la creación (o revitalización) del Observatorio Logístico? La Subsecretaría ha reconocido la importancia de este tema. Tenemos un desafío enorme en los próximos años, en temas de infraes-

tructura, regulación, competencia y tecnología. Sólo por nombrar uno de esos temas, una materia que tenemos que trabajar es conocer al detalle el flujo que siguen nuestros productos antes de llegar al puerto. Es decir, qué vías utilizaron los operadores para transportar la carga, con qué intensidad utilizaron aquellas vías y qué productos fueron transportadas a través de ellas. Tener acceso a esa información valiosa es muy importante para que los organismos del Estado generen políticas públicas. En otras palabras, la provisión de datos apunta a mejorar la información para la toma de decisiones.

El Observatorio nos va a permitir acceder a información, cosa que hoy se obtiene de manera deficiente en algunos casos y a partir de los datos, dictar políticas para el desarrollo logístico del país. Es decir, es un trabajo en dos fases. En este sentido, si estamos buscando mayor eficiencia, necesitamos saber en qué puntos estamos fallando, y eso lo resolvemos con acceso a la información. Con esa información, podremos proponer áreas o zonas del país donde debemos optimizar.

Según el último índice de desempeño logístico 2013 (elaborado por el Banco Mundial), Chile tiene el mejor desempeño logístico de la región (Latinoamérica), no obstante, bajó tres posiciones en la posición general según el índice de 2012 ¿Cómo evalúa esta posición y este retroceso?

A nivel latinoamericano, Chile es un buen competidor, pero cuando nos enfrentamos a los países de la OCDE, los números no nos benefician de la manera que quisiéramos. Y ese es justamente el desafío: de qué manera tenemos que trabajar para lograr mejores estándares.

P. ¿En qué plazos proyectan contar con información relevante que permita generar políticas públicas que requiere el sector logístico? El proceso de mejoramiento toma varios años. En la segunda mitad de la década de los '90, el entonces presidente Eduardo Frei firmó una serie de Tratados de Libre Comercio que permitieron dar un respiro desde el punto de vista aran-

celario. Y ahora, en este gobierno, con la firma de esta carta de intención estamos dando los primeros pasos para traer a expertos internacionales en la materia y enfocarnos en los temas de tecnología y competencia. Esto no se resuelve de un día para otro, ya que necesitamos el apoyo de los operadores, de las concesionarias de puertos y carreteras, de los legisladores. No obstante, la prioridad política ya está asegurada.

LÓGISTICA UNA POLÍTICA DE ESTADO

En 2012 tuvimos la oportunidad de entrevistar al entonces ministro de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), Pedro Pablo Kuczynski quien ya definía como un objetivo de Estado lograr un mayor desarrollo de la industria logística y avanzar en los rankings de competitividad del sector. Desde el punto de vista de las políticas públicas, la generación de indicadores claves y sistémicos sobre

el nivel de desarrollo de la logística nacional fue otro aspecto destacado por Kuczynski en ese entonces, considerando que la importancia del desarrollo logístico no sólo es tarea de un gobierno en particular, sino materia de estado. En esta lógica, el Ministerio debía presentarse como un impulsador de políticas coordinadas y de largo plazo para eficientar permanentemente la cadena logística en su totalidad, aprovechando espacios para la integración modal, donde la hubiera, e incentivando la mejora constante de la competitividad de las exportaciones y del comercio interno de Chile.

En esta línea, el entonces titular de la cartera presentaba el Plan de Desarrollo Logístico, creado en 2009, como parte de la organización funcional de la Subsecretaría de Transportes. El año 2010, en tanto, se amplía el enfoque y objetivo de este Programa, incorporando al departamento Marítimo – Portuario; el departamento Ferroviario y modificando el nombre del Plan a: Programa de Desarrollo Logístico (PDL). De

esta forma, se le entrega al PDL un mandato claro de ejercer un liderazgo en la planificación de todos los sistemas de transporte de carga, como herramienta para la competitividad de la economía.

En 2011, el PDL sigue creciendo. Ese año se crea el área de transporte vial con el objetivo de profesionalizar y modernizar el modo camionero y posteriormente, el año 2012, nace el área de proyectos especiales con una orientación hacia la planificación de vialidad, integración modal y eficiencia de cadenas logísticas.

Luego, en 2013, el Coordinador General del PDL es designado miembro de la Junta Aeronáutica Civil, incorporando de esta manera la carga aérea dentro de la agenda del Programa. **LGT**



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde
tu Smartphone o Tablet.

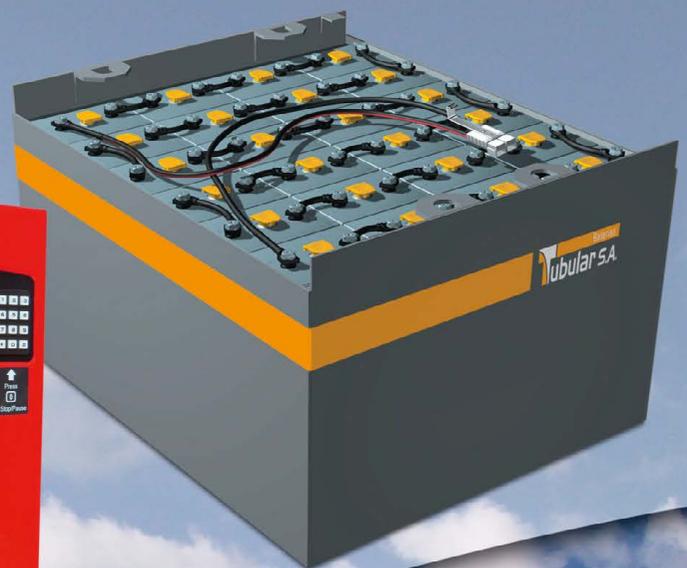
BATERIAS Y CARGADORES PARA GRUAS ELECTRICAS

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

E-COMMERCE Y LOGÍSTICA DE REVERSA ¿QUIÉN PAGA LA DEVOLUCIÓN DE UN PRODUCTO?

LAS VENTAS ELECTRÓNICAS DENTRO DE LAS COSTUMBRES DEL CONSUMO ACTUAL TRAJERON CONSIGO UNA NUEVA ENCRUCIJADA PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA. AHORA, NO SÓLO SE DEBE DISEÑAR CORRECTAMENTE LA DISTRIBUCIÓN, SINO TAMBIÉN CONSIDERAR LOS COSTOS QUE PUEDE GENERAR LA LOGÍSTICA DE REVERSA. ¿QUIÉN ASUME ESOS COSTOS? ENCONTRAR LA RESPUESTA A ESTA INTERROGANTE ES FUNDAMENTAL PARA UNA BUENA POLÍTICA COMERCIAL.



Con la masificación de la tecnología muchas cosas fueron cambiando. Internet abrió consigo una amplia gama de acciones que se fueron “modernizando” y hoy se realizan a través de la web. Evitar las filas, las nuevas modalida-

des de pago, la disponibilidad las 24 horas y la rapidez son algunas de las ventajas del mundo virtual y en especial de las compras electrónicas –acción que ha crecido enormemente en los últimos años- y que, a la vez trae un sinfín de cambios en los distintos procesos que se relacionan a ella.

Ante los cambios que conlleva esta creciente realidad de compra, la logística no ha estado exenta y ha debido enfrentar modificaciones y responder así a las nuevas necesidades de sus clientes. Despachos a domicilio, la amplitud del horario de entrega y gestionar la devolución de un producto son acciones que han abierto un debate al interior de la industria.

Enfrentar estas disyuntivas, hoy en día, puede significar el éxito de un producto o de una empresa. Hacer frente a los cambios y los costos que la “modernización” de sus operaciones conlleva es la tarea que muchas compañías enfrentan, más aún cuando en el marco del “eCommerce DAY Santiago 2014”, evento organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, se estimó que las ventas de comercio electrónico B2C en Chile superarán los US\$ 2 mil millones entre 2014 y 2015, con tasas anuales de crecimiento entre 20% y 30%, en un mercado en que los usuarios de internet en el país superan los 10 millones.

Ante esta realidad muchas son las empresas que han decidido ingresar a este mundo y vender sus productos a través de internet, ante lo cual han debido afrontar grandes retos, entre ellos la distribución. No sólo se debe tener una página web que sea atractiva y sencilla de usar, que el proceso de pago sea fácil; sino también responder con los tiempos de entrega. La nueva realidad electrónica entrega a la logística un rol fundamental al ser el nexo de unión entre el mundo online y el mundo real.

En esta oportunidad nos enfocaremos en un aspecto que no podemos pasar por alto: la política de devoluciones de los productos. Estos costos también debemos tenerlos en cuenta, asumiendo que siempre habrá una tasa de devolución, que puede ser más o menos elevada. Ante este escenario, hemos abierto el debate a nuestros lectores, a través de LinkedIn para conocer sus opiniones y comentarios frente a la siguiente interrogante: ¿Quién debe pagar el costo de las devoluciones?

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

BOREAL
TECHNOLOGIES

¿QUIÉN PAGA?

La logística siempre ha estado marcada por los costos. Optimizar procesos y disminuir los costos operacionales son tareas presentes en todos los procesos logísticos. Sin embargo, esta nueva tendencia de compra on-line ha instado a las compañías a diseñar una estrategia comercial que incluya las variantes de este nuevo proceso, como es la devolución.

“No era mi talla”, “el producto venía con problemas” o “no era lo que esperaba” son algunas de las frases que engloban esta nueva realidad. ¿Cómo devolver el producto? ¿Quién paga la devolución y el retiro? Los lectores de Revista Logistec en esta ocasión apuntaron a un buen diseño comercial como la clave para enfrentar los costos de la logística inversa.

“Si entendemos la logística como una sola y ésta está bien estructurada por parte de la compañía, el proceso inverso de retiro de un producto o subproducto desde un cliente, es decir logística inversa, sin importar el motivo por el cual se realiza, debe estar siempre

a la diferencia de tamaño entre proveedor y cliente como una de las aristas al momento de asumir costos. “La asimetría de tamaño, la participación de mercado del cliente, el volumen de compra de éste son factores a considerar para negociar los costos”, agregó.



“Negociar” será la acción que determine las responsabilidades comerciales entre las partes. Negociar quién asume los costos, negociar en qué situaciones se asumen y negociar el volumen de la logística inversa es primordial para el diseño comercial y se

Por otra parte, los profesionales, concordaron en que cuando el costo es asumido por los clientes en su mayoría el valor del retiro del producto está incluido en el costo final del mismo o bien en el costo del despacho.

UN SERVICIO ADICIONAL

Hoy la logística inversa es considerada por muchos como un servicio, por lo cual no se contempla en la comercialización inicial de un producto. En este caso, comentó uno de nuestros lectores, “el costo de la operación de retiro puede ser pagado por el cliente, según sea el servicio o bien por la empresa que presta ese servicio como un valor agregado a su gestión comercial”

Sin embargo, hay situaciones –según cuentan los profesionales- en los que la logística y sus procesos administrativos no son lo suficientemente robustos y la empresa que distribuye los productos termina pagando las devoluciones. No obstante, “si el plan de negocios con nuestro cliente está bien armado, el proceso administrativo de devoluciones en nuestra logística es robusto, y la información que entregamos a nuestro proveedor por los defectos o fallas de sus productos es de buena calidad, entonces lo correcto sería que quién deba pagar o asumir el costo debe ser el proveedor inicial del producto”. En definitiva todo dependerá de cómo sea hecho el plan comercial o la negociación con el proveedor del producto y de cómo opere la logística y sus procesos administrativos asociados para que los cobros se realicen cómo y por quién corresponden.

“SI EL PLAN DE NEGOCIOS CON NUESTRO CLIENTE ESTÁ BIEN ARMADO, EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE DEVOLUCIONES EN NUESTRA LOGÍSTICA ES ROBUSTO, Y LA INFORMACIÓN QUE ENTREGAMOS A NUESTRO PROVEEDOR POR LOS DEFECTOS O FALLAS DE SUS PRODUCTOS ES DE BUENA CALIDAD, ENTONCES LO CORRECTO SERÍA QUE QUIÉN DEBA PAGAR O ASUMIR EL COSTO DEBE SER EL PROVEEDOR INICIAL DEL PRODUCTO”

incluida en los costos del producto antes de su venta o distribución”, comentó uno de nuestros lectores.

El buen diseño comercial puede estar determinado también por el tamaño de los actores que participan en esta operación. En esta línea, uno de los profesionales apuntó

debe hacer antes de comenzar la distribución de los productos.

Muchas empresas no han considerado a la logística inversa como un factor relevante y es ahí donde asumir los costos que este proceso genera, sin que estén contemplados, repercuten en el ámbito comercial.

“La logística de reversa, al parecer, funciona de forma deficiente, ya que por lo general después de algunos reclamos, llamados telefónicos, otros tantos mails y más de alguna amenaza, retiran el producto y lo cambian por el que corresponde o bien hacen la devolución del dinero”, aseveró uno de nuestros lectores. Las dificultades que en-

EXPERIENCIAS DE DEVOLUCIÓN

frentan algunos clientes para hacer valer su derecho de devolución es para nuestros lectores el mejor sensor de cómo funciona la logística de reversa en las distintas empresas. "En este tema nos queda mucho por avanzar, todos están muy atentos a la logística de distribución, pero muy pocos a la logística de reversa". Pero este problema para algunos no se produce por un mal funcionamiento de la logística reversa, sino más bien un error en la política comercial. Las opiniones son diversas, pero todos coinciden en que se debe seguir trabajando en esta línea para lograr el equilibrio comercial y el éxito del servicio.

Otro factor que se esgrime como una dificultad en esta operación es el que ante de comenzar o efectuar una logística de reversa se necesita la aprobación del departamento de post ventas, lo que a veces atrasa el proceso.

Una realidad distinta es la que relaciona a la logística de reversa y el reciclaje, en cuanto a costo/beneficio. Si la empresa es capaz de reciclar, reutilizar y ponerlo de nuevo en la cadena de suministro minorará los costos. Por tanto, "la logística inversa es una oportunidad de convertir dinero en más dinero, esto es, convertir aquel apunte negativo en la cuenta de resultados en positivo. Si nada de ello es factible pues la empresa no tiene medios, lo repercutirá directamente en el consumidor final pues el costo de la misma será repercutido en el precio de venta, en el peor de los casos el precio final no será competitivo.

En términos generales, algunos lectores apuntaron a que "la mejor logística inversa es aquella que no existe, pero definitivamente la tenemos y es un proceso al que cada vez nos someteremos con frecuencia por el continuo aumento y menores tiempos de investigación y desarrollo para productos y las altas exigencias por el conocimiento con que hoy ya cuentan nuestros clientes". Es así como independiente de si la logística de reversa es o no rentable para la empresa o quién asuma los costos; éste es un proceso o servicio que por ley se garantiza y las empresas deben tener políticas adecuadas para

garantizar el cambio del producto cuando el entregado no es lo solicitado o no se encuentre en perfectas condiciones. Respecto de la pregunta inicial, finalmente, nos quedamos con la opinión de unos de nuestros lectores, quién destacó que: "lo fundamental es trabajar con las reglas claras, entonces la clave es la negociación Cliente - Proveedor, con el fin de que el flujo sea lo más expedito posible para cada proceso de devolución, y no se tenga que estar negociando en forma reactiva. Partiendo de la base que: teóricamente debemos dar un servicio de calidad, pero en la práctica siempre existen imponderables generados, tanto por procesos como por personas, debemos incluir dentro de la negociación con el cliente los aspectos a considerar para la administración de la LR. De este modo los costos asociados serán menores y el concepto de calidad será integral, no sólo preocupándose de la Distribución, sino que también de la Reversa".

POR VENIR: EL CONTRA- REEMBOLSO

¿Qué impacto tiene el contra-reembolso como medio de pago en el comercio electrónico y en la Logística de Reversa?, es otro tema que surgió a partir del debate. El contra-reembolso es un medio de pago que consiste en abonar el importe de la compra realizada directamente al transportista, sea este correos u otra compañía de transporte. Es un medio de pago de los denominados tradicionales y se ven afectadas por la regulación de ventas a distancia recogida en la normativa de consumo.

En torno a la problemática ligada a la Logística de Reversa, el más común es que el comprador rechace el pedido que se le ha enviado. El vendedor no ha pagado nada aún, todos los costos los ha asumido el vendedor, que a partir de aquí, si quiere recuperar el producto tendrá que asumir un nuevo costo que es el reenvío o costo de devolución, las problemáticas de esta nueva modalidad de pago son variadas y esperamos abordarlas en un próximo debate. **LGT**

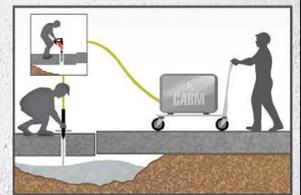


Reparación Alabeo en pisos de Hormigón



¿Problemas con pisos Alabiados?

Expertos en
Reparación de
Alabeo



CONTACTENOS

www.cabmservicios.cl



Otros Servicios

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



contacto@cabm.cl

Fresia N° 9203, Golf 4,
Quilicura, Santiago

Telefono:(56-2) 2 2152063

www.cabm.cl

DESPUÉS DE LA GLOBALIZACIÓN



Eugenio Caldentey
Ing. Civil Industrial,
Universidad de Chile -
Master en Supply Chain
Management, Universidad
de Wisconsin

AHORA QUE LA GLOBALIZACIÓN HA DEJADO DE SER UNA NOVEDAD Y UNA TENDENCIA EXCLUSIVA DEL MUNDO DESARROLLADO, Y QUE LAS EMPRESAS DE HOY LA ADOPTAN COMO UNA DIMENSIÓN MÁS DE SU ENTORNO DE NEGOCIO, NOS PREGUNTAMOS SOBRE CUÁLES SON LOS NUEVOS DESAFÍOS PARA LA LOGÍSTICA MODERNA Y QUÉ PODRÍA MOTIVARNOS A SEGUIR AVANZANDO Y MEJORANDO EN ESTE CAMPO?

Desde fines de los 80's hasta hace algunos años atrás, el fenómeno de la globalización fue el gran impulsor del desarrollo y la innovación en el campo de la logística. Pero cómo podría haber sido de otra forma? La posibilidad de salir al mundo, expandirse, comercializar y vender productos en nuevos mercados puso en énfasis la necesidad de sortear la problemática del transporte internacional, es decir, el incremento en los costos de flete, incremento en los costos de inventarios generados por largos tiempos de tránsito, riesgos asociados a la variabilidad de la demanda, mermas por caducidad y mayor manipulación de los productos, costos ocultos ligados a las normativas arancelarias y regulación a las importaciones de los gobiernos de los países de destino, etc.

Para poder extraer los beneficios de la globalización, tanto la estructura de gestión de las empresas como sus sistemas logísticos tuvieron que evolucionar drástica y profun-

damente. A nivel de estructura organizacional, muchas empresas optaron por mover sus plantas productivas hacia países en zonas geográficas donde la mano de obra era más conveniente. El sólo hecho de desacoplar la producción al consumo y de mover la manufactura de los productos hacia otros lugares implicó que los departamentos de adquisiciones y distribución tuviesen que desarrollar nuevas capacidades operacionales y de gestión para interactuar en entornos totalmente nuevos. El hablar inglés, pasó de ser un lujo de unos pocos ejecutivos a una necesidad obligada de la mayoría.

La figura de la tercerización (outsourcing), por su flexibilidad, se transformó en una práctica muy popular de muchas empresas para montar un negocio en forma rápida, y con muy bajo riesgo, al ser el tercero el responsable de administrar la inversión del capital fijo. Gracias a la tercerización, la producción se empieza a consolidar en menos fabricantes, los que pueden optimizar el uso de la capacidad instalada de sus plantas productivas, consiguiendo mejor utilización de los equipos y economías de escala que hacen caer los costos promedio de fabricación. Por lo tanto, la competencia cada vez menos depende del producto, y cada vez más empieza a diferenciarse por servicio, donde el foco se centra en la orquestación de los distintos agentes de la cadena de valor del producto, el tiempo de respuesta y el cumplimiento al cliente (fill-rate).



LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN BUSCAN AFANOSAMENTE REFLEJAR EN TARIFAS LAS CRECIENTES DIFICULTADES Y PÉRDIDA DE PRODUCTIVIDAD PRODUCTO DE LOS EFECTOS QUE LA COMPLEJIDAD URBANA SUPONE (EJ. MÁS CONGESTIÓN, MENOS ENTREGAS POR RUTA). ESTAMOS FRENTE A INTERESES CONTRAPUESTOS Y HASTA ANTAGÓNICOS.

La necesidad de las empresas por integrarse a la economía global en forma rápida y capturar el valor económico en mercados mal atendidos por competidores poco eficientes en costos y/o poco agresivos en su oferta de servicios, fue el principal motor que impulsó el desarrollo de tecnologías para la cadena de suministro. Coordinar a distintos proveedores localizados alrededor del mundo, integrar producción y ensamblaje a escala mundial, trasladar los productos de un extremo a otro y mantener una visibilidad constante del flujo de materiales ha sido y siguen siendo un desafío tremendo que sólo es posible dominar cuando existe una plataforma de información robusta, consistente con el modelo de negocio y extendida a lo largo de la cadena de suministro.

Los avances tecnológicos más relevantes de la última década y con mayor posibilidad de impacto en la gestión de las cadenas de suministro son el RFID, los sistemas de posicionamiento geográfico (GPS), Internet como medio de comunicación, y la comunicación

móvil que nos permite estar conectados en cada momento y gestionar en tiempo real. Un sistema de información de la cadena de suministro que se base en la administración integrada de estas cuatro tecnologías, puede realmente diferenciar la propuesta de valor de una empresa y colocarla en una posición de liderazgo dentro de su industria, si es que ésta compite por servicio.

Si bien existe abundante disponibilidad de tecnología en la cadena de suministro, su real potencial para crear valor y mejorar el negocio aún no ha podido ser explotado en forma óptima por la mayoría de las empresas porque se siguen utilizando en forma separada y no integrada. Desde la teoría, entendemos muy bien el principio de la sinergia que establece que "el todo es más que la suma de sus partes", sin embargo fallamos en la ejecución y práctica.

Si uno analiza con atención el real estado del arte de las tecnologías de información aplicadas en la cadena de suministro, en

muchos casos seguimos trabajando con las mismas herramientas de hace 15 y 10 años atrás, un poco más sofisticadas y mejoradas, pero no existen cambios radicales sino incrementales.

Por ejemplo, muchas organizaciones siguen enfocadas en implementar o mejorar sus sistemas de administración de bodegas (WMS), para lo cual, o están invirtiendo en agregar más funcionalidad al software ya existente o están reemplazando sus sistemas legado por paquetes comerciales que incorporan – supuestamente - las mejores prácticas de negocio (prácticas de negocio que a veces cambian más rápido que el tiempo de implementación de una tecnología). Es muy cierto que los nuevos WMS han incorporado nuevos métodos para optimizar los centros de distribución, como son la automatización de procesos, el pick-to-light o voice-directed-picking, y han agregado nuevos módulos de productividad laboral, optimización de las actividades de planta y task interleaving (interrupción de tareas para asignación

Universidad de Chile Centro de Marketing Industrial

5to CONGRESO INTERNACIONAL DE MARKETING INDUSTRIAL
23 OCT 2014

THE RITZ-CARLTON®

TEMA 2014
ESTRUCTURA COMERCIAL & GESTION DE VENTAS

LEX SISNEY
INVITADO INTERNACIONAL
Organizational Physics:
Del diseño al trabajo en equipo.

CLAUDIO SAAVEDRA
INVITADO NACIONAL
¿Cómo diseñar la organización comercial de una empresa industrial?

ROBERTO MORA
INVITADO NACIONAL
¿Cómo están estructuradas las empresa B2B en Chile?

+ CASOS PRACTICOS

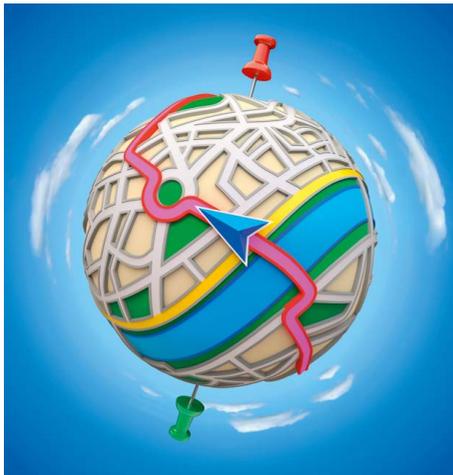
CASOS PRACTICOS
Se analizarán 3 casos prácticos de la industria chilena y latinoamericana.

SOCIOS 2014
AIR LIQUIDE, Fyrme, IANSA, Moly-Cop, COPREC, Cementation, CODELCO, CEMENTOS BIO BIO, SAMSON, STEELPRO, SANDVIK, EDITEC, EKATO, F&N, Enaex

MEDIA PARTNERS
AQUA, DF, Electricidad, EMPRESAS, MINERIA, MUM, MUNDOAGRO, Logistec, cooperativa

+ INFO: cmiuchile@unegocios.cl | +56 2 2978 3379 | +56 2 2978 3929 | www.cmiuchile.cl
VALOR: 15 UF p/p | DESCUENTO POR GRUPOS (+ 3 personas)

de nuevas tareas), sin embargo todo esto es más de lo mismo; es decir, mejoramos en el metro cuadrado pero seguimos, en la mayoría de los casos, desconectados con lo que pasa antes y después del centro de distribución.



Algo similar pasa en el área de los sistemas de administración de flotas de transporte y optimización de rutas (DMS). El gran avance que se ha logrado en los últimos años en esta área de la cadena logística está en la precisión y nivel de detalle que entregan los sistemas actuales, en relación a lo que podían ofrecer sus antecesores. Gracias al desarrollo de la cartografía digital y los sistemas de información geográfica (GIS), hoy día podemos diseñar una ruta de reparto teniendo plena claridad del sentido de las calles, flujo vehicular, velocidad promedio de viaje por tramo, etc. Esto claramente mejora la precisión de los programas de rutas. Antiguamente nos contentábamos con conocer la secuencia de entrega para distintos clientes cuando los sistemas de ruteo asumían distancias Euclidianas (líneas rectas) entre cada punto. En cambio, los sistemas de hoy son capaces de entregar secuencias de reparto con el detalle de la ruta vial que debe realizar el transporte y con una estimación de la hora de llegada a cada punto de entrega con niveles de precisión que jamás hubiésemos pensado. Sin embargo, a pesar de todas estas mejoras, la conclusión sigue siendo la misma: mejoramos a escala local siendo que nuestra problemática es de escala global.

En cuanto al control y trazabilidad de la carga y pedidos, la tecnología GPS (Global Positioning System) no ha variado mucho en la última década. Los precios han caído pero el uso y funcionalidad del GPS en la empresa sigue siendo el mismo: controlar la posición de un vehículo, saber cuándo la carga llegó a su destino, cuánto tiempo un vehículo estuvo detenido en su trayectoria, etc. Quizás el principal cambio a nivel de esta tecnología es su incorporación a la telefonía móvil, lo que ha implicado que el dispositivo GPS tradicional - el equipo que se adosa a un camión o medio de transporte para controlar su posición - haya quedado prácticamente obsoleto.

compañías embarcadoras y forwarding, empresas portuarias (aeroportuarias), medios de transporte internacional, operadores logísticos en destino, pasar por centros de distribución y cross-dock y por empresas distribuidoras y mayoristas. ¿Qué pasa con toda esta información tan valiosa que se genera a lo largo de la cadena de suministro? ¿Dónde se almacena, cómo se recupera y cómo la juntamos para optimizar la gestión de la compañía y mejorar su posición competitiva?

Por lo tanto, volviendo a la pregunta del inicio de este artículo sobre ¿cuál es el nuevo desafío para la logística moderna? La res-

ANTIGUAMENTE NOS CONTENTÁBAMOS CON CONOCER LA SECUENCIA DE ENTREGA PARA DISTINTOS CLIENTES CUANDO LOS SISTEMAS DE RUTEO ASUMÍAN DISTANCIAS EUCLIDIANAS (LÍNEAS RECTAS) ENTRE CADA PUNTO. EN CAMBIO, LOS SISTEMAS DE HOY SON CAPACES DE ENTREGAR SECUENCIAS DE REPARTO CON EL DETALLE DE LA RUTA VIAL QUE DEBE REALIZAR EL TRANSPORTE Y CON UNA ESTIMACIÓN DE LA HORA DE LLEGADA A CADA PUNTO DE ENTREGA CON NIVELES DE PRECISIÓN QUE JAMÁS HUBIÉSEMOS PENSADO.

Si usted trabaja en una empresa que utiliza estas tres tecnologías, hágase la pregunta sobre cómo se integra y unifica finalmente la información generada por estas tres vías en el sistema de gestión de la compañía. Lo más probable es que esa instancia no exista. Ahora imagínese el problema que resulta al tratar de integrar la información de estos distintos sistemas cuando los servicios de almacenamiento, transporte y distribución y el seguimiento de la carga se encuentran tercerizados en tres o más empresas distintas.

Imagínese ahora cómo se complica más aún el problema cuando pensamos que los productos que comercializa a través de sus tiendas son adquiridos a diversos proveedores en oriente y que, para llegar finalmente a la góndola de la tienda deben ser manipulados por operadores de transporte y consolidación en origen, por agentes de aduanas,

puesta es obvia y directa; el desafío está en la integración de los sistemas de la cadena de suministro.

Estamos viviendo en una época en que los sistemas de información de la cadena de suministro están sufriendo cambios y ajustes para evolucionar finalmente hacia plataformas integradas end-to-end, sin embargo el cambio es lento y aún no existe mucha certeza sobre cuánto tiempo más va a tardar (algo así como la promesa del RFID, latente pero aún irreal). Lo único que es cierto, es que los primeros que logren controlar toda la tecnología de la cadena de suministro en forma inteligente e integrada van a arrasar con su competencia. **LGT**



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.



Creamos Sinergías. Juntos.

En un mundo competitivo, la colaboración entre las compañías es importante, por lo que se debe elegir cuidadosamente a los socios de la cadena logística. En APL Logistics trabajamos en conjunto con nuestros clientes como socios comerciales para comprender las necesidades de su empresa, hacer frente a sus desafíos y finalmente junto a ustedes convertir en realidad la visión de su negocio. Para esto, nuestros expertos en logística colaboran internamente conectando a equipos, funciones, regiones y externamente, con sus distribuidores, proveedores y asociados. Nuestro objetivo es nunca perder de vista sus metas o el aporte de nuestra gente para ayudarlos a alcanzarlas.

Si está buscando un asociado en logística que genera confianza mediante la colaboración, contáctenos hoy al mail infochile@apllogistics.com.

NUESTRA GENTE. SU BENEFICIO.

www.apllogistics.com



GESTIÓN DE INVENTARIOS: ¿CÓMO INTERVIENE LA GERENCIA?



Sergio Flores U.
Escuela de Ingeniería
Industrial
Pontificia Universidad
Católica de Valparaíso
sflores@ucv.cl

DESDE UN PUNTO DE VISTA GERENCIAL, LA GESTIÓN DE INVENTARIOS SE PUEDE SINTETIZAR COMO LA MÁS EFICIENTE COMPATIBILIZACIÓN DE MÚLTIPLES OBJETIVOS, COMO SON; LA REDUCCIÓN DE LOS QUIEBRES DE STOCK, REDUCCIÓN DE LA INVERSIÓN EN INVENTARIO, Y REDUCCIÓN DE LOS COSTOS LOGÍSTICOS Y DE TRANSPORTE.

Universalmente se entiende que la Gestión de Inventarios comprende la ejecución de ciertos procesos, tales como: Pronósticos de demanda y Lead time, Clasificación de los sku's, Planificación y Control.

Con el fin de contribuir a la implementación de mejores prácticas de Gestión, en este artículo se hará referencia a los procesos de Clasificación y Planificación. En relación a la clasificación, cuya versión más tradicional establece categorías de sku's (por ejemplo A, B, C), en este artículo se expondrá las ventajas asociadas a una clasificación complementaria que establece categorías de inventario.

En relación a la Planificación, es posible señalar que en la práctica existen al menos dos tipos de empresas. Unas son las que aplican criterios tan simples como, igual cobertura para todos los sku's en todos los puntos de almacenamiento. Otras empre-

sas, emplean "fórmulas", sin tener cabal comprensión de las relaciones existentes entre variables, parámetros y medidas de desempeño, de los modelos que generan dichas "fórmulas". Otra consecuencia de esta práctica, es que se pierde la perspectiva de que en alguna instancia del proceso de Planificación, el nivel gerencial debe decidir acerca del trade off entre al menos dos medidas de desempeño, que son: Nivel de Servicio y Costo.

En este artículo se propone y justifica un enfoque jerárquico para la Planificación de Inventarios. Este incluye los niveles Operacional, Táctico y Estratégico. Su principal valor es que permite a la gerencia visualizar las opciones de optimización del inventario y las formas alternativas para obtener en el sistema real un mejoramiento de los KPI involucrados.

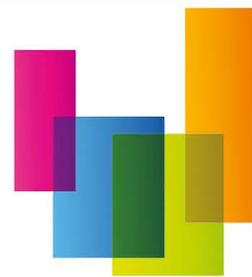
CLASIFICACIÓN DE INVENTARIOS

Para lograr una mejoría en los KPI asociados, tales como; Capital de trabajo, Nivel de Servicio y Costos Logísticos, es conveniente desagregar el inventario total de la empresa en categorías que representen su rol específico dentro de la cadena logística. La lista siguiente, representa una clasificación que ha demostrado ser útil en la práctica. Ella está orientada a reflejar como cada categoría



EN ESTE ARTÍCULO SE PROPONE Y JUSTIFICA UN ENFOQUE JERÁRQUICO PARA LA PLANIFICACIÓN DE INVENTARIOS. ESTE INCLUYE LOS NIVELES OPERACIONAL, TÁCTICO Y ESTRATÉGICO. SU PRINCIPAL VALOR ES QUE PERMITE A LA GERENCIA VISUALIZAR LAS OPCIONES DE OPTIMIZACIÓN DEL INVENTARIO Y LAS FORMAS ALTERNATIVAS PARA OBTENER EN EL SISTEMA REAL UN MEJORAMIENTO DE LOS KPI INVOLUCRADOS.

SU CENTRO DE DISTRIBUCIÓN EN TIEMPO RÉCORD SIN INVERSIÓN



MEGACENTRO
BODEGAS & OFICINAS

RED MEGACENTRO



ARRIENDO DE BODEGAS Y OFICINAS EN TODO CHILE



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



*Próximamente



www.megacentro.cl
www.mibodega.cl



contacto@redmegacentro.cl



(562) 2783 2214
(562) 2887 7900

contribuye a explicar el origen de una fracción del inventario total.

El **INVENTARIO DE CICLO** puede tener dos orígenes. Si se utiliza revisión periódica, el inventario de ciclo es consecuencia del período de revisión que se decida adoptar. Si se utiliza revisión continua, el inventario de ciclo será una consecuencia del tamaño de los lotes definidos para cada artículo.

El **INVENTARIO DE SEGURIDAD** constituye un “colchón” que permite absorber la variabilidad de la demanda, de los procesos y del lead time.

Tal como lo sugiere su nombre, el **INVENTARIO EN TRÁNSITO** es la sumatoria de todos los inventarios que están moviéndose a través de la cadena logística; en barcos, aviones o camiones y en los procesos de producción. Esta no es una categoría que se mencione con mucha frecuencia en los textos y artículos de carácter académico, no obstante en algunas empresas el inventario en tránsito puede ascender hasta un 50% del valor del inventario total.

Por ejemplo, en el caso de una empresa importadora de productos, su importancia dentro del costo total de mantención de inventario, depende de las condiciones de pago establecidas por el proveedor. En principio puede parecer extraño que productos que están viajando hacia el CD del cliente representen un costo para este. Sin embargo, si el cliente ha pagado al proveedor en el instante del embarque, a partir de ese momento los productos generan un costo de oportunidad al cliente, costo que representa el porcentaje más alto dentro del costo de mantención del inventario.

El **INVENTARIO DE EXHIBICIÓN**, está constituido por aquel que permanece en góndolas, vitrinas y colgadores de supermercados y tiendas de retail, haciendo notar la presencia de su marca e invitando a los consumidores a adquirirlos.

El **INVENTARIO DE OBSOLETOS** está representado por aquellos productos que son aún funcionalmente útiles, sin embargo no

existe la esperanza de venderlos dentro de un horizonte de tiempo razonable. Las únicas formas de deshacerse de este inventario es rematándolo o “dándolo de baja”, situaciones indeseadas para los administradores, porque podrían dejar en evidencia una inadecuada gestión.

El **INVENTARIO DE ANTICIPACIÓN**, constituye una respuesta a eventos futuros que evidencian incrementos significativos de demanda (por ejemplo; peak de demanda de chocolates durante semana santa), teniendo capacidad de producción limitada. En este caso las empresas manufactureras generan el inventario con varias semanas de anticipación.

El **INVENTARIO PROMOCIONAL** es producido para campañas de promoción de ventas para productos y tiendas seleccionadas. El **INVENTARIO ESPECULATIVO**, también denominado Estratégico, es generado como respuesta a condiciones favorables de adquisición, como por ejemplo, descuentos por cantidad ofrecidos por el proveedor, o como respuesta a aumentos de precio proyectados.

Es necesario aclarar que no todas las categorías anteriores están presentes en todas las empresas. Así, por ejemplo, en una cadena logística que abastece repuestos, es poco probable que existan inventarios significativos de las categorías Exhibición y Promocional.

Por otra parte, es apropiado destacar las ventajas asociadas a la clasificación en estas categorías. En primer lugar, ella hace más fácil determinar cuan adecuada está siendo la gestión de inventarios. Un incremento significativo, podría explicarse por la generación de un Inventario de Anticipación, lo que constituye una razón válida para aumentar el inventario. Por el contrario, si el incremento se explica por un importante aumento en el Stock de Obsoletos, se estaría frente a una evidente deficiencia en la gestión.

En segundo lugar, descomponer el inventario en función de su origen, ayuda a priorizar los problemas que vale la pena abordar

primero. Así por ejemplo, si la alta gerencia exige una reducción de 15% en el inventario, el potencial de reducción no se hace presente en todas las categorías por igual.

El Stock de Anticipación no puede reducirse, porque se supone que se ha construido con antelación debido a restricciones de capacidad. El inventario promocional tampoco, porque se le percibe como una fuente generadora de ingresos. Por otra parte, la única forma de reducir el Stock en Tránsito, es reducir el lead time, lo que es difícil o muy costoso, si se piensa por ejemplo en una empresa importadora que transporta sus productos vía marítima. Es evidente que utilizar la vía aérea permitiría reducir el lead time. Sin embargo, dada la gran diferencia en el costo de estos dos tipos de flete, para algunos sku probablemente no se justificaría la reducción de inventarios, dado el incremento en los costos de transporte.

El Inventario de Seguridad puede ser modificado por una decisión política, porque el ejecutivo que toma esa decisión debe estar consciente de que reducir el inventario de Seguridad, reducirá el Nivel de Servicio a los clientes.

La mayoría de los profesionales que tienen cargos ejecutivos en la Gestión de Cadenas Logísticas están convencidos que el Stock de Ciclo es inmodificable, porque supuestamente es determinado por un modelo que determina “el Lote Económico” para cada producto. Sin embargo en ese modelo, concebido a comienzos del siglo 20, existe un costo que en la práctica es muy difícil de estimar. Específicamente, se trata del costo marginal de ordenamiento. En la práctica es posible estimar un costo promedio de ordenamiento, pero es muy difícil estimar el costo marginal.

En un artículo anterior se mostró que existe un modelo, que podríamos denominar “del siglo 21” que se basa en el “trade off” existente entre inventario de Ciclo y Carga Global de trabajo. Dicho modelo demuestra la existencia de múltiples lotes económicos para cada producto. La validez de este modelo se aquilata en mayor me-

dida, cuando se analiza la expresión matemática empleada para planificar el Nivel de Servicio, a través del indicador FillRate. Esta expresión demuestra que el FillRate puede incrementarse no solamente por aumentos en el Stock de Seguridad, sino que también por incrementos en los tamaños de Lote, los que a su vez, generan aumentos en el Inventario de Ciclo. En síntesis, existe una interacción entre Inventario de Ciclo, Inventario de Seguridad y Nivel de Servicio, que pocos tienen internalizada dentro de su "set de herramientas" para Planificar la gestión de cadenas logísticas.

PLANIFICACIÓN DE INVENTARIOS

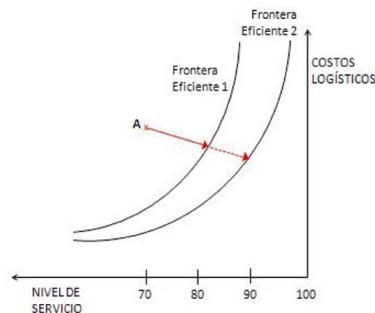
La Planificación de Inventarios puede descomponerse en tres niveles: ■ Operacional, ■ Táctico y ■ Estratégico.

A nivel **OPERACIONAL**, la optimización del inventario se traduce en el problema diario de emisión de las órdenes de reaprovisionamiento (reabastecimiento del CD y distribución a sucursales). Muchos profesionales no perciben este proceso como un problema de inventario. Sin embargo debe efectuarse de manera apropiada con tal de asegurar que la demanda de cada skuen cada sucursal sea satisfecha, con el menor costo logístico.

Una adecuada Planificación Táctica se puede lograr a través de la utilización de modelos matemáticos apropiados, knowhow en Gestión de Cadenas de Suministro y el conocimiento del negocio en particular. Ella a su vez comprende tres fases. La primera consiste en construir la frontera eficiente que existe, bajo las condiciones de diseño prevalecientes, entre el Nivel de Servicio y Costo Logístico. La segunda fase consiste en representar el punto actual de operación de la empresa y la tercera es la intervención gerencial para determinar a qué punto de la frontera eficiente debiera moverse la empresa. La Planificación Táctica permite reducir significativamente el continuo "apagar incendios" que prevalece en la Planificación Operacional.

UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN TÁCTICA SE PUEDE LOGRAR A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE MODELOS MATEMÁTICOS APROPIADOS, KNOWHOW EN GESTIÓN DE CADENAS DE SUMINISTRO Y EL CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO EN PARTICULAR.

La figura siguiente, sintetiza el efecto de una adecuada Planificación Táctica. En primer lugar permite construir la denominada Frontera Eficiente 1. Esta constituye un conjunto de combinaciones de Costos Logísticos y Nivel de Servicio que permiten mejorar la situación de una empresa hipotética que opera en el punto A de la figura. La elección del punto específico de la Frontera Eficiente 1 al cual moverse, responde a una decisión política de los ejecutivos de la empresa.



Los resultados de la Planificación Estratégica, en cambio, permiten desplazar la Frontera Eficiente 1, hacia escenarios representados por la Frontera Eficiente 2.

Como resultado de la Planificación Estratégica, se puede decidir modificar la configuración de la red o impulsar iniciativas tales como el "postponement". En el caso de un sistema de dos niveles (CD y sucursales), el postponement puede ser una opción para reducir inventario y/o incrementar Nivel de Servicio y se traduce, por ejemplo, en mantener a nivel del CD los sku's con mayor variabilidad de demanda, aprovechando así los beneficios del "riskpooling". En general, en las cadenas de suministro se tiende a operar a la inversa, es decir, con la lógica de mantener el inventario más cerca del cliente. Por ello el inventario se concentra en las

sucursales de venta, dejando al CD desabastecido y desbalanceando el inventario entre las sucursales, generando como resultado el que algunos sku's presentan sobre stock en algunas sucursales y quiebres de stock en otras. En síntesis, suponiendo que es muy difícil trasladar inventario de una sucursal a otra, el postponement reporta beneficios porque posterga la diferenciación de los productos.

CONCLUSIONES

Este artículo ha expuesto las ventajas asociadas a un criterio de clasificación, basado en la definición de categorías de inventario, como complemento de los criterios de clasificación tradicionales, basados en categorías de sku's. Las ventajas de la clasificación propuesta, se asocian a su potencia como herramientas de análisis y control de gestión.

Desde el punto de vista de la Planificación, este artículo expone la utilidad de conceptualizar el proceso de Planificación en tres niveles relacionados. Esta conceptualización, entre otras ventajas, hace explícita la existencia de tradeoffs entre diferentes medidas de desempeño. Por otra parte, deja en evidencia la necesidad de que el nivel gerencial participe activamente en la Planificación, específicamente en sus niveles Estratégico y Táctico. **LGT**

LECCIONES DE LOGÍSTICA EN UN DESASTRE: ALGUNOS CASOS EXITOSOS



Rodrigo Garrido Hidalgo
Decano Facultad de
Ingeniería Universidad
Diego Portales

NO ES SORPRESA PARA NADIE QUE NUESTRO PAÍS HA ESTADO SOMETIDO HISTÓRICAMENTE A UNA LARGA LISTA DE DESASTRES NATURALES Y PROVOCADOS POR EL SER HUMANO, QUE HAN TENIDO DEVASTADORAS CONSECUENCIAS PARA LAS SOCIEDADES QUE LOS HAN SUFRIDO. POR LO MISMO, YA ES UNA TRADICIÓN QUE ANTE DIVERSOS DESASTRES LA GENTE SE SIENTA IMPULSADA A DONAR. A DONAR CUALQUIER COSA QUE ESTÉ A SU ALCANCE. ESTO TRAE CONSIGO UNA COMPLICACIÓN LOGÍSTICA ENORME.

En efecto, el donar "cualquier cosa" no sólo es inservible para los damnificados sino que además satura la capacidad de distribución del sistema logístico.

La poca información o la confusión en ésta hace aún más grave este fenómeno. Un ejemplo en este sentido es el aparecido en redes sociales y prensa escrita durante el reciente incendio de Valparaíso: "se enfatiza en la necesidad de donar solamente aquellos elementos que les sean útiles a los damnificados por el incendio en Valparaíso"; mensaje que tiene tantas interpretaciones como lectores. Similar situación ocurrió para el 27F y para el terremoto de Iquique. Cuando este tipo de errores se repite es señal de que no ha habido aprendizaje eficaz.

A este respecto cabe mencionar un dicho muy común en EEUU que dice: "Fool me once, shame on you. Fool me twice, shame on me" y que apela a la propia responsabilidad en cualquier imprevisto que nos pueda afectar más de una vez; la primera vez no

es culpa nuestra, pero de ahí en adelante... ¿Qué tiene que ver esto con nuestra realidad en la logística chilena? Mucho. En efecto, el factor sorpresa que trae consigo un desastre (ya sea natural o intencional) debiese ser cada vez menos importante y cada vez menos mencionado como responsable de los enormes costos de la ineficiencia en responder oportuna y eficazmente ante eventos que sabemos de antemano que golpearán nuestro sistema social y económico con cierta periodicidad. Tal es el caso de terremotos, tsunamis, incendios, inundaciones, etc. Si bien son eventos "impredecibles" en el tiempo y ubicación, el hecho de su ocurrencia no lo es, y en Chile es más bien una certeza.

La ocurrencia de un desastre trae siempre consigo efectos del corto, mediano y largo plazo. El alcance de estos efectos depende sin duda de la magnitud y oportunidad del desastre, pero en gran medida depende de la capacidad de respuesta que tengamos frente a su ocurrencia. Esto es lo que se conoce en la literatura especializada como resiliencia de sistemas ecológicos. Este término, tomado de la psicología, referido originalmente a la capacidad de las personas para sobreponerse a situaciones traumáticas o emocionalmente adversas, fue a su vez tomado del concepto de resiliencia en ingeniería (la máxima cantidad de energía



LA OCURRENCIA DE UN DESASTRE TRAE SIEMPRE CONSIGO EFECTOS DEL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO. EL ALCANCE DE ESTOS EFECTOS DEPENDE SIN DUDA DE LA MAGNITUD Y OPORTUNIDAD DEL DESASTRE, PERO EN GRAN MEDIDA DEPENDE DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA QUE TENGAMOS FRENTE A SU OCURRENCIA.

**CENTRO LOGÍSTICO
WORLD CLASS**

**ÚLTIMAS
BODEGAS**

DESDE 700 M2.

**ARRIENDE SU BODEGA
EN UNA UBICACIÓN ESTRATÉGICA**



- Infraestructura con estándares internacionales.
- 12 mts. de altura libre.
- Oficinas a medida.
- Casino para 250 personas.
- Seguridad 24 hrs. , CCTV.

Contáctenos al +56 (02) 2498 7581 o amartinez@globalstorage.cl | www.globalstorage.cl

**GLOBAL
STORAGE**

por unidad de volumen que puede absorber un material deformado antes de romperse). Es precisamente el origen ingenieril de la palabra lo que nos da la clave de la resiliencia de sistemas como el nuestro frente a desastres. Nuestra capacidad de absorber energía proveniente de un desastre define si volvemos al estado original o bien cuán dañado queda nuestro sistema (tejido social, empresa, etc.) después del evento. Pondré tres ejemplos acerca de resiliencia de sistemas que podemos llamar "ecológicos" vinculados a la logística e intentaremos, a partir de ellos, deducir algunas lecciones prácticas a tener en cuenta.

El primer ejemplo es tomado del libro "The Resilient Enterprise" del profesor de MIT Yossi Sheffi. El caso se inicia en marzo del año 2000, en Albuquerque, EEUU, cuando un rayo cae sobre una fábrica de semiconductores de Philips y produce un incendio menor que fue apagado en menos de 10 min por el personal a cargo; de hecho cuando ingresaron los bomberos ya estaba todo bajo control. Sin embargo, este evento produjo un desastre de proporciones en la industria de telefonía celular en el mundo, en aquella época dominada por Ericsson y Nokia, quienes representaban cerca del 50% de las ventas de la fábrica de Philips.

Esta fábrica producía cinco componentes clave para ensamblar teléfonos celulares. La fábrica avisó a estas dos compañías que tendrían una demora de una semana, atribuible a la limpieza de laboratorios y reposición de los chips arruinados. Para Ericsson esta demora no tenía mayor impacto puesto que con el stock disponible creían que podrían lograr aminorar bastante el atraso y no sufrir mayores consecuencias. Nokia en cambio, tomó esto con mayor preocupación e inmediatamente ofreció a Philips poner dos ingenieros a su disposición para acelerar el proceso de puesta en marcha de la planta; oferta que Philips rechazó inicialmente, hasta que días después volvieron a llamar a sus clientes para avisar que la puesta en marcha de la fábrica tomaría semanas y la reposición de chips arruinados tomaría meses. Nokia calculó que eso les costaría la pérdida de unos cuatro millones

de teléfonos, por lo que armaron un equipo de 30 personas para viajar a Albuquerque y trabajar conjuntamente con Philips en la búsqueda de una solución. La solución encontrada fue suministrar chips desde Holanda y Shanghai y desarrollar una nueva tecnología para acelerar la producción en Albuquerque; todo esto logró que los clientes de Nokia no sintieran el golpe. Mientras tanto, la reacción de Ericsson fue distinta. Por su cultura y estructura organizacional, este tipo de interrupciones menores ni siquiera eran comunicadas a los altos ejecutivos sino que se intentaba encontrar soluciones ad-hoc y este caso no fue la excepción, esperando que a la semana de ocurrido el incendio volverían a contar con su suministro de semiconductores.

Incluso después de esa semana sin noticias aun los altos ejecutivos no sabían de la magnitud del problema; la conversación fue siempre entre técnicos. Cuando los ejecutivos superiores se dieron cuenta de la magnitud ya era demasiado tarde. Salieron a la búsqueda de semiconductores en el mercado mundial, el cual ya tenía su capacidad copada por Nokia y los precios se habían ido a las nubes. Ericsson no tenía Plan B... A fines del año 2000, Philips no había experimentado pérdidas significativas (tenían seguros y otras unidades de negocio no afectadas), Ericsson presentaba pérdidas sobre los US\$2.000 millones y Nokia se presentaba como el gran "ganador" de esta interrupción, con un competidor desvalido (que terminó vendiendo la mitad de su empresa a Sony) y con el mercado abierto para arrasarlo con él.

El segundo ejemplo es el de la participación de Wal-Mart en el huracán Katrina en 2005 (uno de los cinco más mortales de la historia de EEUU). Recordemos que este evento dejó en evidencia la precariedad del sistema de emergencias federal de EEUU y de la poca capacidad de respuesta de la mayoría de las instituciones oficiales y del sector comercial privado. Si bien había donaciones y aportes estatales y federales para ir en ayuda de los damnificados, no había capacidad logística para comunicarse y distribuir la ayuda (incluyendo falta de conductores que quisieran

acercarse al área devastada). Una excepción fue Wal-Mart que despachó rápidamente 2.450 camiones con productos de primera necesidad más 100 camiones con donaciones seleccionadas. Adicionalmente estableció centros de donación en varios albergues para colaborar con artículos de salud, productos de belleza, ropa, pañales, cepillos de dientes, además del agua y comida necesarios. Hubo cerca de 50 ejecutivos de Wal-Mart directamente en terreno organizando la ayuda humanitaria y un grupo de ingenieros poniendo en marcha los más de 150 computadores con conexión a Internet para facilitar la búsqueda de familiares a los evacuados a través de los portales de la Cruz Roja y del propio Wal-Mart. También se instalaron televisores y se proveyó de películas y juegos para niños. Anunciaron además que la farmacia de Wal-Mart proveería gratuitamente de medicamentos para todos los evacuados que lo requirieran, incluso si no disponían de copia la receta.

En los lugares más remotos se establecieron farmacias móviles. En el área de desastre hubo más de 100 tiendas de Wal-Mart que realizaban cambio gratuito de cheques (incluyendo documentos de aseguradoras, pago de salarios, etc.) por dinero efectivo, durante las dos primeras semanas del desastre. Se estableció también un sistema similar al que usan las grandes tiendas para las listas de regalos de matrimonio, en la que los damnificados podían subir a la web una lista de productos necesarios para que los miles de donantes en todo el país pudiesen colaborar directamente comprando esos productos para ellos y así evitar la acumulación de productos no solicitados.

En infraestructura, Wal-Mart puso a disposición de los equipos de rescate y ayuda 25 instalaciones en el área de impacto, tanto para alojar personal como para servir de bodegas, cocinas e incluso una clínica de diálisis. Más detalle de esto puede consultarse en www.walmartfoundation.org.



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.

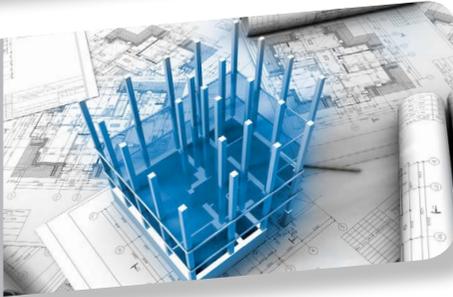
Sologistik, introduce a Chile un nuevo modelo de negocios integral, sin Riesgo y sin Inversión

sologistik

Solución **Logística** Integral

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

Diseño de Centros de Distribución



Operación Logística



Tecnología y Software



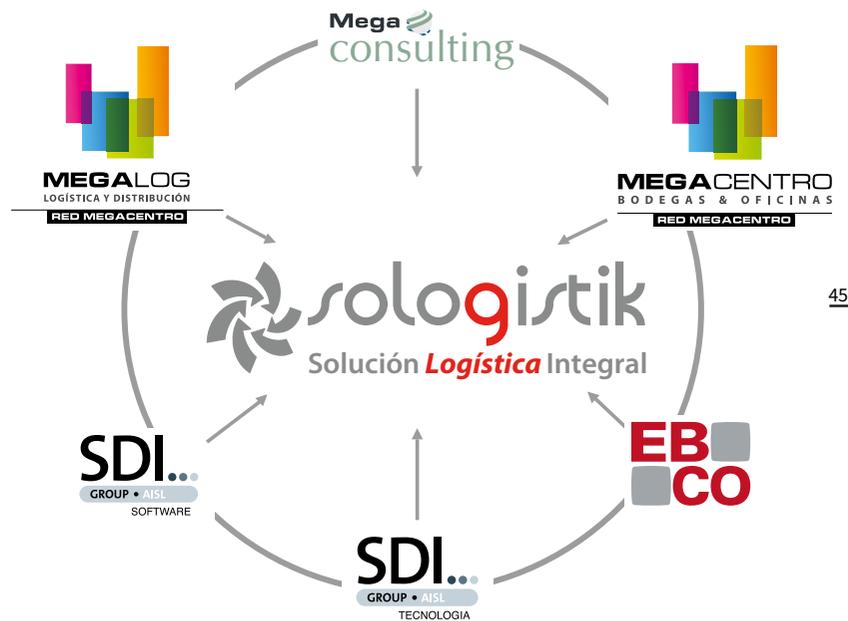
Asesoría



Gestión Inmobiliaria



Modelo de Negocios



45

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

contáctenos: 02 2 788 32 214

www.sologistik.cl



Sebastián Santa Cruz
Gerente de Logística Internacional
GRUPO AGUNSA

EL DESAFÍO QUE AGUNSA TIENE POR DELANTE ES CONVERTIRSE EN UN OPERADOR LOGÍSTICO GLOBAL. "PARA LOGRAR ESTE DESAFÍO TENEMOS TODA UNA RED DE APOYO Y SERVICIOS QUE ESTÁN ALINEADOS BAJO ESTE GRAN PARAGUAS, QUE ES AGUNSA LOGISTICS



46

AGUNSA LOGISTICS: UN SERVICIO DE LOGÍSTICA INTEGRAL, CON COBERTURA GLOBAL Y KNOW HOW LOCAL

Agunsa es un operador logístico que tiene más de 50 años de historia y con más de 80 oficinas entre Chile y el mundo, incluyendo 11 oficinas que cubren los principales puertos de China, Hong Kong, Corea y Japón. Toda esta presencia, cobertura, prestigio y conocimiento de marca los ha incentivado a seguir creciendo. Esta vez con Agunsa Logistics, una plataforma de logística que pretende entregar un servicio integral en todo el mundo.

Agunsa es un operador logístico que presta servicios al comercio nacional e internacional en transporte marítimo, aéreo y terrestre, a cargas, navieras y pasajeros, así como también a la administración y operación en terminales de cargas y pasajeros. Es

así como gracias a esta experiencia como operador en varios países del mundo, ha podido detectar la necesidad de un servicio integral para los clientes. De este modo, el Grupo Agunsa decidió no conformarse con participar en los servicios que les dan a las

cargas en una determinada localidad, sino también, aprovechar ese contacto con el cliente para ofrecer un servicio integral que involucre a la oficina de origen.

"Esto significa que si si tenemos un cliente al cual le ofrecemos servicio de logística y distribución en Santiago, la idea no es darle sólo un servicio local, sino tratar de participar de la cadena logística completa, desde que sale el producto desde la fábrica en China, Estados Unidos, Europa o el resto de Latinoamérica", señaló Sebastián Santa Cruz, Gerente de Logística Internacional del Grupo Agunsa.

Básicamente el desafío que Agunsa tiene por delante es convertirse en un operador logístico global. Si bien desde hace muchos años tienen presencia en varios países del mundo, hoy lo que buscan es que las operaciones logísticas que realizan -ya sea consolidación de cargas, posicionamiento de los contenedores, proceso de exportación, flete marítimo o aéreo y recepción final- se co-



muniquen con otras regiones donde operan. Es decir, en vez de preocuparse sólo de un servicio local, quieren ofrecer un servicio integral.

“Para lograr este desafío tenemos toda una red de apoyo y servicios que están alineados bajo este gran paraguas, que es Agunsa Logistics. En ese sentido, Agunsa Logistics no es la creación de una nueva empresa, sino la visión logística del grupo Agunsa, que básicamente la ordenamos en una plataforma comercial para que sea la cara visible hacia los clientes, a través de la cual actuaremos como un operador de logística integral, explicó.

En el fondo lo que pretende Agunsa es crear una plataforma para que todas sus áreas puedan trabajar juntas o se alimenten de oportunidades

entre sí. De manera tal, que Agunsa Logistics sea capaz de conectar toda la cadena logística para los clientes con servicios que van desde: el apoyo en la gestión de compra de los clientes, la coordinación de los embarques, la reserva con las navieras, servicios locales, cabotaje, aduana, almacenamiento en bodegas, transporte, ya sea marítimo o aéreo y todos los servicios en destino.

AGUNSA LOGISTICS: TRAZABILIDAD Y ESTANDARIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Pero, ¿en qué consiste Agunsa Logistics? ¿En qué se diferencia con otros operadores? A continuación veremos las principales características de esta nueva plataforma integral del Grupo Agunsa.

1 TRAZABILIDAD DE PRINCIPIO FIN: Lo que ofrece Agunsa Logistics es un one stop shop, es decir, consolidar en un

solo punto o empresa todas las tareas logísticas que un cliente necesita para llevar a cabo su gestión logística. En palabras de Santa Cruz: “Agunsa Logistics ofrece trazabilidad de principio a fin, esto es lo que nos diferencia de un operador tradicional”.

2 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DESDE HACE 50 AÑOS: Una de las características más importantes de Agunsa Logistics, es que está avalado por el Grupo Agunsa, que tiene más de 50 años de historia, por tanto, un conocimiento del mercado y expertise que son valoradas y que dan confianza a los clientes.

“No podría decir que todos los operadores logísticos son absolutamente distintos, yo creo que cada operador tiene sus propias fortalezas, ya sea en inversiones de sistemas o en las personas. Sin embargo, en nuestro caso una de nuestras fortalezas es el know how que nos dan más de 50 años de historia, sumado esto a la presencia de expertos en la materia en cada una de las oficinas donde operamos. Y es que una cosa es ser un operador logístico internacional o global, y otra cosas es entender que cada país tiene su propia realidad, sus propias reglas y su propio know how. Es por ello que aunque suene cliché, nosotros queremos ofrecer un servicio global pero con conocimiento local”, argumentó el Gerente de Logística Internacional del Grupo Agunsa.

Este conocimiento y experiencia que tiene Agunsa, les permite partir con tranquilidad en este desafío por convertirse en un operador global. Porque si bien antes ya tenían la presencia internacional, ahora lo que harán será operar de manera conjunta para ofrecer un servicio integral. Según Sebastián Santa Cruz, la diferencia es que “en vez que China ofrezca solo el flete marítimo a América Latina, ahora puede ofrecer un servicio integral con entrega en la puerta del cliente”.

3 PRESENCIA Y COBERTURA: Otra de las diferencias que tiene Agunsa Logistics con los operadores tradicionales, es la cobertura y la presencia que ya tienen en Latinoamérica. Esto es muy importante, ya que

no todos los clientes vienen de China, es por ello importante contar con sucursales en la región. Es así como el objetivo de esta plataforma es explotar el conocimiento comercial, o la relación comercial con los clientes, para que se abran nuevas oportunidades.

A la presencia que tiene Agunsa en América, desde Estados Unidos a Punta Arenas, se suma también la importante presencia que tiene en los principales puertos de Asia y Europa. Y es que, la compañía cuenta con 7 oficinas en China, 2 en Corea, 1 en Japón y 1 en Hong Kong. Lo que claramente les da una ventaja importante, en comparación a otros operadores.

4 ESTANDARIZACIÓN DE LOS SERVICIOS: Agunsa Logistics no sólo tiene presencia en América Latina y en los principales puertos del Asia, sino que además ofrece un servicio estandarizado en todos los destinos. De este modo, “se le puede ofrecer el mismo servicio, en los mismos tiempos de espera y con los mismos resultados a un cliente en China, Corea, Panamá o Chile”, afirmó Santa Cruz.

Es así como la importante presencia y cobertura que tiene Agunsa, sumado a la estandarización de los servicios, el know how acumulado a lo largo de los 50 años de existencia, la presencia de expertos locales, y el gran prestigio que tiene la marca, les permite hoy enfrentar con tranquilidad esta nueva etapa.

Sin perjuicio de que están conscientes de que la logística siempre va a ir evolucionando y que los requerimientos de los clientes van a ir siempre cambiando, ya sea por el entorno económico, por lo que hace la competencia o por las propias necesidades de las empresas. Sin embargo, en palabras del Gerente de Logística Internacional: “A pesar de ser una empresa grande, somos más flexibles que otros operadores en adaptarnos a lo que los clientes necesitan, es por ello que estamos preparados para satisfacer por completo sus requerimientos y convertirnos en un gran operador internacional que es capaz de ofrecer servicios integrales a sus clientes”. **LGT**



Manuel Aguilera
Gerente Comercial
ARRIMAQ



TOYOTA I_SITE REPRESENTA UNA IMPORTANTE ALTERNATIVA PARA LOS USUARIOS, LOS CUALES PUEDEN ACCEDER DE FORMA EXCLUSIVA A UNA TECNOLOGÍA DE CATEGORÍA MUNDIAL Y QUE – A CORTO PLAZO- LES PERMITIRÁ VISUALIZAR MEJORAS POTENCIALES PARA EL USO Y ADMINISTRACIÓN DE SUS FLOTAS

48

ARRIMAQ INTEGRA A SU OFERTA TOYOTA I_SITE MODERNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MAQUINARIAS DE BODEGAS

Esta tecnología es descrita como “una solución de gestión de flota basada en la web, que ofrece todos los datos, el análisis y el asesoramiento permanente para crear ventajas exclusivas para sus usuarios.

Tener a su flota en la mira, poder monitorear aquellos parámetros de interés para su negocio y proyectar futuros ahorros, son sólo algunos de beneficios que la tecnología Toyota I_Site implementada por Arrimaq, le ha reportado a la compañía. Tal ha sido el éxito en la integración de esta tecnología,

desarrollada en Europa hace 4 años, que Arrimaq planea integrarla a los equipos en venta y arriendo durante 2014.

Toyota I_Site se implementó en Arrimaq a principios de 2013, con el objetivo de monitorear las flotas que entregó en arriendo a

diferentes clientes, indicó Manuel Aguilera, Gerente Comercial de Arrimaq. En torno al desarrollo de esta herramienta, específicamente, el Gerente destacó que “el principal objetivo de Toyota Material Handling a nivel mundial, es el plan estratégico Driving Down Cost, un plan que permite a los clientes desarrollar todos los aspectos relacionados con la operación de sus bodegas, con la mirada en la reducción de sus costos, tanto los costos directos, como los ocultos que se producen en el día a día. Los estudios han demostrado que por cada dólar gastado en reparar un equipo por daños en la conducción, hay US\$ 3,5 que se están perdiendo en salud de las personas, daños de productos, tiempos de detención, etc.”

Teniendo en cuenta los indicadores descritos por Manuel Aguilera, Toyota I_Site representa una importante alternativa para los usuarios, los cuales pueden acceder de forma exclusiva a una tecnología de categoría mundial y que – a corto plazo- les permitirá visualizar mejoras potenciales para el



uso y administración de sus flotas; todo ello con una baja inversión en hardware, una nula inversión en software y la posibilidad de usarlo en diferentes dispositivos (smartphone y tablets) para ampliar su rango de acción y toma de decisiones aún estando fuera de la oficina o lejos de la bodega.

El sistema de manejo de flotas en línea: Toyota I-SITE, utiliza comunicación GPRS entre una máquina y un servidor central que compila la información en una base de datos segura. El T.W.I.S. (Toyota Wireless Infor-



mation System) es instalado en la máquina y consta de un teclado para el acceso, una antena y como aditamento opcional se puede incluir sensores de impacto (choques) y un panel de chequeo pre operacional.

Respecto de la recolección y uso de datos, es importante destacar que el sistema recolecta información y la envía regularmente al servidor central, donde se almacena según los parámetros que se establezcan con antelación. De esta forma, se pueden recopilar – por ejemplo - datos de operación, cuando y quien ha usado el equipo, se pueden visualizar cambios de baterías y registros de impacto que haya sufrido cada máquina. También podemos ligar la máquina a un operario particular, para que pueda operar el equipo sin restricciones y para que revise y cuantifique el desempeño del operario.

Respecto del portal web, cabe señalar que éste es de rápida construcción, de fácil navegación y de configuración personalizada de acuerdo a las necesidades que el cliente posea, pudiendo visualizar hasta nueve ca-

silleros de forma que se pueden ver rápidamente aquellos parámetros que nos interesa controlar. En esta línea, los principales parámetros que pueden ser controlados con este sistema son: ■ **Operador** ■ **Utilización del equipo** ■ **Utilización de la batería** ■ **Golpes** ■ **Horómetro**.



BENEFICIOS DE UNA HERRAMIENTA EXCLUSIVA

Según describió el ejecutivo, Toyota I-Site pone de manifiesto situaciones de riesgo y problemas en la manipulación del equipo durante la operación logística, logrando con ello, mejoras en 4 áreas claves:

COSTOS: ■ Reducción de los costos debido a menor daño. ■ Reducción de los costos gracias a la optimización del tamaño de la flota y el número de conductores. ■ Reducción de los costos debido a la optimización del uso de baterías.

PRODUCTIVIDAD: ■ Mejora de la utilización de la máquina. ■ Mejora de la utilización del controlador.

SALUD Y SEGURIDAD: Control acceso del controlador. ■ Permiso conducción de control. ■ Bloqueo de choque. ■ Reducción impacto. ■ Verificación a las operaciones.

MEDIO AMBIENTE: ■ Optimización del uso de la máquina y la vida ■ Optimización del uso de la batería y tiempo de vida.

Una de las ventajas más importantes que reporta el uso de esta herramienta es la protección de la maquinaria, en este sentido podemos decir que Toyota I_Site permite:

■ Reducir los costos por daño. Usted decide quién puede usar los equipos, y esa información se puede actualizarse fácil y directamente desde su computador.

■ Supervisar y registrar el impacto de las maquinarias. Saber cuando, donde y quién enfrentó un problema con algún equipo y tomar decisiones informadas sobre la forma de reducirlos. juntos, estos controles simples pero eficaces reducen los costos de operación, mejoran el conocimiento, dan visibilidad y rendición de cuentas en sus operaciones.

HORAS REALES TRABAJADAS CON LA MÁQUINA

Con I-Site podemos sacar el nivel de productividad de cada operador, este dato se obtiene del informe de actividad de operadores y máquinas, esta opción nos permite seleccionar un rango de fechas, operador y/o máquina, siendo fácilmente exportable a Excel.

Este parámetro permite visualizar los impactos a los que ha sido sometido el equipo. En el ejemplo de abajo, se puede visualizar que no tenemos golpes. La herramienta entrega un detalle de cada evento.

En resumen, el sistema de administración de flota I-Site, permite disponer de un alto grado de control en la utilización de un equipo, permitiendo configurar una variedad de parámetros que tienen por objetivo aumentar la productividad en los almacenes sin descuidar la seguridad del operador, resguardando la integridad de la máquina. **LGT**

INVERSA

SI DAMOS UNA MIRADA RETROSPECTIVA AL CONCEPTO DE LOGÍSTICA INVERSA, PODEMOS OBSERVAR QUE ÉSTE DATA DEL INICIO DE LOS TIEMPOS. DESDE QUE EL HOMBRE HABITA LA TIERRA HA TENIDO QUE RECICLAR HERRAMIENTAS Y OBJETOS EN ARAS DE SATISFACER SUS NECESIDADES. UN CLARO EJEMPLO DE LO ANTERIOR SE REFLEJA EN LA EDAD DE PIEDRA, CUANDO EL HOMBRE UTILIZO ESQUIRLAS COMO PUNTAS EN LAS FLECHAS, OBTENIDAS DE LA ELABORACIÓN DE HERRAMIENTAS.



Rolando Silva Filgueira
Jefe de Operaciones en
Centro de Logística Inversa
Multicanal - Tradis Falabella

Presente durante el ascenso de imperios y naciones, en el transcurso de campañas militares y en el establecimiento de las primeras iniciativas de comercio, el concepto de Logística Inversa ha mutado y evolucionado hasta nuestros días. Desde el reciclaje y la reconversión de los primeros días, hasta la generación de valor en las organizaciones contemporáneas. Depurado el concepto, hoy asistimos a su cabal implementación en organizaciones de todo tipo. En este contexto, las compañías modernas han observado en este proceso la oportunidad de generar valor. No obstante, el gran motivo de su implementación inicial respondió a contener el negativo impacto que el gran número de devoluciones tenía en sus estados financieros.

Las organizaciones se vieron en la necesidad de modificar sus políticas de devoluciones, tornándolas más flexibles, lo que les permitió obtener una ventaja competitiva y ganarse la confianza de sus clientes; fidelizándolos con la organización y generando nuevas experiencias de compra; ello, a pesar de los inconvenientes o problemáticas que debieron enfrentar tras la adquisición del producto o la prestación del servicio de despacho. Una vez que el producto es retornado a la organización, esta lo puede gestionar de diversas formas con la finalidad de obtener el máximo de recupero del producto, considerando los siguientes

aspectos: viabilidad, técnica, calidad del producto, existencia de infraestructuras, costes implicados, entre otros. Cuando una organización añade a su cadena de suministro tradicional los procesos de la logística inversa obtiene múltiples beneficios, el primero de ellos radica en el establecimiento de una cadena de suministro circular, ya que el flujo inverso cierra el ciclo. Un

proceso de logística inversa adecuado, con procedimientos, flujos e instructivos claros, pueden ofrecer un gran valor a los resultados económicos de la compañía.

La logística inversa es una herramienta que sirve para la planificación, alineación y control del flujo de productos, inventarios en curso, productos fuera de uso desde el punto de consumo al punto de origen, con la finalidad de que la organización recupere una parte del valor al reintegrarlos en su cadena de suministro nuevamente. En la actualidad la logística inversa puede ser utilizada como una estrategia

de negocio por cualquier organización, la cual se puede permitir en una ventaja competitiva en el mercado para la organización.

Es muy importante que las organizaciones estén conscientes de las consecuencias que puede traer la implementación de la logística inversa, y de sus grandes beneficios tales como: reducción del impacto ambiental y un impacto cuantificable económicamente. **LGT**

“UNA VEZ QUE EL PRODUCTO ES RETORNADO A LA ORGANIZACIÓN, ESTA LO PUEDE GESTIONAR DE DIVERSAS FORMAS CON LA FINALIDAD DE OBTENER EL MÁXIMO DE RECUPERO DEL PRODUCTO”

PORQUE SABEMOS QUE EN SU MUNDO
NADA PUEDE SALIR MAL



TW Logística, soluciones para su Cadena de Suministro.

Servicios:

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

Rubros:

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

TW LOGÍSTICA
www.tw.cl

3PL

QUIENES HAYAN PARTICIPADO EN LA TERCERIZACIÓN DE OPERACIONES LOGÍSTICAS DEBEN ESTAR CONSCIENTES QUE ESTOS PROCESOS SON COMPLEJOS DE IMPLEMENTAR Y MANTENER EN EL TIEMPO YA QUE ESTE TIPO DE SERVICIOS EN GENERAL NO SON ESTÁNDAR, SON COMPLEJOS DE ESPECIFICAR, MANEJAN MÚLTIPLES VARIABLES LAS CUALES CAMBIAN EN EL TIEMPO Y DESDE LUEGO TIENEN EL DESAFÍO ADICIONAL DE TENER QUE COMPATIBILIZAR LAS CULTURAS DE LA PROPIA EMPRESA CONTRATANTE (EC) CON LA DEL OPERADOR LOGÍSTICO (OL).



Alexander Czischke
Ing. Civil Industrial, Pontificia
Universidad Católica de Chile

52

Para comprender esto vale la pena visualizar lo objetivos y perspectivas de cada parte, las cuales suelen ser diferentes y las que desde luego se deben alinear para lograr un desempeño exitoso. La EC tiene un conocimiento general de su industria, los requerimientos de sus clientes, sus productos y tiene una organización y forma de trabajo particular. En base a esto, la EC le exige al OL el cumplimiento de ciertos SLA y sus KPIs correspondientes (los cuales de algún modo definen el nivel de cumplimiento del servicio esperado) y estándares de calidad (los cuales depredarán de la industria en la cual se desenvuelva), todo lo cual debe ser acompañado de un nivel de costos lo más ajustado posible.

El OL por su parte dispone de un expertise logístico basado en procesos, sistemas de apoyo (WMS, TMS), infraestructura (bodegas especializadas, layout), equipos y personal especializado. Por otra parte tiene múltiples clientes con requerimientos diversos que cambian en el tiempo y en la mayoría de los casos dispone de un servicio que no se encuentra diferenciado por industria, lo cual implica que para cada cliente se debe realizar un desarrollo específico. Adicionalmente el OL debe ser capaz de tener costos competitivos los cuales dependerán de productividades que pueden ser muy diversas dependiendo la industria y tipo de cliente y cuyos bench-

marks son difíciles de establecer. Al considerar estas realidades disímiles se concluye que para lograr implementar y mantener una tercerización logística exitosa surge la necesidad de contar con un marco relacional y de gestión que permita alinear objetivos, formas de trabajo y compatibilizar culturas, todo lo cual bajo una perspectiva dinámica en el tiempo.

En la actualidad, en general las relaciones entre EC y OL tienden a enfocarse de manera algo reduccionista

y estática la cual se basa principalmente en la selección del OL mediante la definición de la mejor oferta técnica / económica en una licitación; definir un contrato en el cual se especifican los servicios, condiciones comerciales, SLA, multas / incentivos, acuerdos de calidad (en algunos casos), etc. y controlar el cumplimiento de los SLA mediante KPIs.

A esto se debe adicionar que cada cierto tiempo surge la necesidad de revisar las condiciones comerciales ya sea por la presión de bajar costos por parte la EC o para mejorar o recuperar rentabilidad por parte del

OL. Esta forma de gestionar las relaciones entre la EC y OL que suele dominarse "administración del contrato" puede repercutir negativamente para ambas partes ya que no considera aspectos esenciales que se generan en la contratación de este tipo de servicios. **LGT**

"EL OL DEBE SER CAPAZ DE TENER COSTOS COMPETITIVOS LOS CUALES DEPENDERÁN DE PRODUCTIVIDADES QUE PUEDEN SER MUY DIVERSAS DEPENDIENDO LA INDUSTRIA Y TIPO DE CLIENTES"

¿Cumple
su empresa
con el Decreto
Supremo 78?

EL OPERADOR LOGÍSTICO EXPERTO EN SUSTANCIAS PELIGROSAS

• 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

CADENA

ACTUALMENTE A NIVEL MUNDIAL EXISTEN PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA CADENA DE SUMINISTROS, CADA DÍA PROGRESAMOS HACIA UNA SUPPLY CHAIN SUSTENTABLE, QUE TIENE BENEFICIOS NO SOLO PARA EL MEDIO AMBIENTE, SINO TAMBIÉN PARA LOS ESTADOS, EMPRESAS Y PERSONAS. LAS DIMENSIONES ASOCIADAS A LA SUSTENTABILIDAD PODEMOS CLASIFICARLAS EN ECONÓMICA, AMBIENTAL Y SOCIAL, PERO TENGO CERTEZA QUE AL PASAR LOS AÑOS ESTA CLASIFICACIÓN PUEDE AGREGAR OTROS CONCEPTOS.



Gianni Contenla Ojeda
 Presidente de la Asociación de Profesionales en Logística, Operaciones y Cadena de Suministros APLOG A.G.
 Magister en Logística y Gestión de Operaciones

54

El desarrollo sustentable de la cadena de suministros es amplio y variado; las empresas para progresar en este cambio, deben trabajar e integrarse con muchos actores como el Estado, ONGs, comunidades y hasta sus propios competidores. La búsqueda de la sustentabilidad transformará la industria logística, tanto en términos de su modelo de negocio como en el matiz de soluciones y tecnologías avanzadas que utilizarán los proveedores de servicios logísticos.

Por otra parte, la logística no volverá a considerarse un sector en el que ofrecer soluciones más económicas sea la norma o criterio. En el futuro, las compañías líderes en logística y cadena de suministros serán aquellas que ofrezcan servicios sustentables. Por ejemplo, en el proceso de logística inversa un punto clave es la sustentabilidad, debido a que no solo buscamos rentabilidad económica, cuando planificamos trayectos de retorno con carga en nuestros medios de transporte, sino también generamos beneficios ambientales, que son valorados positivamente por nuestros clientes.

Entre la cadena de suministros y el cambio climático, debe existir una integración sustentable, para mejorar los procesos y disminuir emisiones; Una muestra es el transporte de carga a nivel mundial, el cual es responsable aproximadamente del 6% de las emisiones de

gases invernaderos. Podemos concebir resultados significativos de reducción de carbono, creando cadenas de suministros y distribución más eficientes, utilizando modos de transporte adecuados e integrados con una gestión eficaz de las capacidades de carga y rutas. Además, un conocimiento de la huella de carbono, a través de una descripción de emisiones, nos permitirá comprender muchos aspectos de los procesos de un negocio, como uso de energía e infraestructura de

transporte, identificando potenciales ahorros en costos, riesgos y nuevas oportunidades de mercado, obteniendo probables mejoras y beneficios, reduciendo el consumo de energía y emisiones.

En la actualidad, el sector logístico se encuentra en condiciones de lograr reducciones significativas de carbono, sin esperar que surjan grandes avances tecnológicos e innovaciones.

“EN EL FUTURO, LAS COMPAÑÍAS LÍDERES EN LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS SERÁN AQUELLAS QUE OFREZCAN SERVICIOS SUSTENTABLES”

La logística se convertirá en un factor estratégico para impulsar la disminución del carbono. En Chile, aún estamos lejos de los parámetros en los que, actualmente, se encuentran los países de la OCDE. Para nuestro país, es un desafío mejorar sus procesos logísticos e implementar nuevas tecnologías, con el propósito de aumentar la competitividad de nuestras exportaciones, potenciando el crecimiento y productividad nacional. **LGT**



ar racking
GRUPO arania

SOLUCIONES Y SISTEMAS DE ALMACENAJE



DESCUBRA NUESTRA AMPLIA GAMA EN SISTEMAS DE ALMACENAJE

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

RACK SELECTIVO
RACK DRIVE IN
ENTREPLANTA
RACK AUTOPORTANTE
RACK DINÁMICO
MINI RACK
BASES MÓVILES
RACK AUTOMÁTICO



✉ comercial@ar-storage.com

☎ (56 2) 2955 6692
(56 2) 2955 8391

AR STORAGE SOLUTIONS LTDA
Puerto Madero N° 9710, 4° Piso
Comuna de Pudahuel, Santiago

www.ar-storage.cl



Adriana Beas F.
Jefe de Gestión y Proyectos
UNILEVER - CHILE

LA HERRAMIENTA, VOICEEXPRESS – DESARROLLADA POR VOCOLLECT- ES UN SISTEMA QUE PERMITE CONECTAR LA SOLUCIÓN DE VOICE PICKING A UNA APLICACIÓN EMPRESARIAL OFRECIENDO VENTAJAS QUE MAXIMIZAN LAS DISTINTAS OPERACIONES LOGÍSTICAS.



STG - UNILEVER: EFICIENCIA Y FLEXIBILIDAD GRACIAS A VOICE EXPRESS DE VOCOLLECT

Hace 10 meses, Unilever Chile implementó en su Centro de Distribución de Lampa el sistema de picking por voz: "Voice Express", proyecto en el cual trabajó mancomunadamente junto a STG Chile y que, a la fecha les ha reportado incrementos en los niveles de eficiencia y desempeño superiores al 20%.

En Junio pasado, Southern Technology Group (STG) celebró el primero de una serie de desayunos corporativos en el Hotel W, evento en cual se reunieron los principales ejecutivos de la compañía, clientes y representantes de Vocollect, empresa americana pionera en la industria de tecnologías de reconocimiento de voz y partner estratégico de STG desde más de 10 años.

Según lo descrito por Leonardo Navarrete, Gerente de Ventas de STG Chile, el objetivo de esta serie de actividades es dar a conocer a potenciales clientes y a diferentes actores del mercado, casos de éxito en la implementación de las diferentes tecnologías y servicios que STG Chile ofrece. En este contexto, el ejecutivo expresó que: "Básicamente lo que buscamos en estos desayunos es que los clientes, dada la situación coyuntural de

nuestra compañía, vean que pueden implementar tecnologías de vanguardia y obtener retornos de inversión en periodos más cortos y estables".



Como parte principal del evento, los asistentes pudieron conocer de primera mano los detalles en la implementación de la herramienta 'Voice Express' en las operaciones de preparación de pedidos del Centro de Distribución de Unilever Chile ubicado en Lampa. La herramienta, VoiceExpress – desarrollada por Vocollect- es un sistema que permite conectar la solución de Voice



Picking a una aplicación empresarial ofreciendo ventajas que maximizan las distintas operaciones logísticas. Este sistema permite implementar mejores prácticas en re-ingeniería de procesos sin modificar el sistema principal (WMS), integrándose directamente a éste, pudiendo interactuar con los operadores en tiempo real.

Según señaló Navarrete, "en el caso de Unilever, implementar una solución de voz estándar implicaba una integración directa con su WMS (SAP), lo que podría haberse extendido hasta el año 2016. No obstante, con la herramienta Voice Express los tiempos de implementación disminuyeron ampliamente, logrando ponerlo en marcha en sólo tres meses, sin intervenir SAP, obteniendo importantes resultados de eficiencia en los 10 meses que lleva operando".

El éxito en la implementación de Voice Express en Unilever tampoco pasó desapercibido para los representantes de Vocollect presentes en el evento. En este contexto, Paula Saldanha, Gerente de Desarrollo de Negocios para Sudamérica de Vocollect, expresó que: "Lo más importante para Vocollect es tener partners muy bien calificados en los servicios y la implementación de nuestras tecnologías para que el cliente final obtenga la total satisfacción con nuestras herramientas y este es el caso de STG Chile".

A este respecto, la ejecutiva de Vocollect agregó que "con Unilever se dio algo muy bonito, porque pudimos comprobar la competencia de STG para con sus clientes con la tecnología de Vocollect. Desde el punto de vista que se mire, todo el proyecto, desde su diseño hasta su implementación fue muy rápido y exitoso, ya sea por la competencia de nuestro partner acá en Chile como también por la competencia de una empresa global como lo es Unilever".



En tanto, en una mirada más amplia, Paula Saldanha expresó que "el mercado chileno es muy propicio para la implementación de la tecnología de voz porque se busca mayor productividad, evitando errores en el proceso de preparación de pedidos, entonces estamos muy contentos con los resultados que hemos obtenidos con STG y Unilever en lo particular".

MIRADA UNILEVER

Tras una detallada descripción de los aspectos formales que integraron la implementación de la herramienta Voice Express a sus operaciones, Adriana Beas Fernández, Jefe de Gestión y Proyectos de Unilever Chile, destacó que la experiencia de trabajar junto a STG. "La verdad es que el proceso de trabajo fue muy constructivo, donde destacó el trabajo en conjunto y un importante apoyo de STG en aquellos momentos en que se presentaron problemáticas a superar. En este sentido, no sólo se cumplieron nuestras expectativas de contar con un partner estratégico de alto nivel, sino también, de contar con una solución que estuviera a la altura de nuestras necesidades de seguridad, que es un tema muy importante para nosotros, y de alcanzar mejoras en los índices de desempeño de nuestros trabajadores.

Según lo descrito por Beas Fernández, la relación entre STG y Unilever Chile data de varios años, "cuando estudiamos la factibilidad de utilizar voice picking en nuestros procesos. No obstante, en ese entonces fue imposible compatibilizar esta herramienta con nuestro sistema (SAP) y lo dejamos en stand by". Posteriormente, explicó la ejecu-

tiva, "STG nos presentó esta nueva herramienta (Voice Express) y nos dimos cuenta de que podíamos trabajar sin intervenir nuestro sistema WMS".

El sistema Voice Express en Unilever, inicialmente, se implementó con 5 operarios en una especie de marcha blanca que luego se dio por integrada al proceso y que, según Beas Fernández ha significado importantes mejoras en los índices de eficiencia en el proceso de preparación de pedidos.

En lo meramente estadístico, según la ejecutiva, inicialmente "registramos entre un 16% y un 17% de mejora en eficiencia, porcentaje que atribuimos específicamente al uso de Voice Picking. Adicionalmente, y en paralelo, implementamos otras mejoras en nuestro proceso de preparación de carga que nos han llevado a mejorar aun más nuestros indicadores de eficiencia.



Respecto de los resultados obtenidos por Unilever Chile tras la implementación de Voice Express, Leonardo Navarrete destacó que éstos son resultado del trabajo mancomunado entre ambas compañías y de las amplias posibilidades que abre la herramienta Voice Express a aquellas empresas cuyos CD poseen sistemas WMS de clase mundial o in house que dificultan la integración de nuevas plataformas. "Entonces lo que hace esta herramienta es usar la aplicación Telnet para el tráfico de la información que saldrá en pantalla, para convertirlas a voz y hacer la transferencia a las plantillas. Por lo tanto, la implementación resulta mucho más simple, más transparente y con menor costo para el cliente, lo que finalmente representa una implementación mucho más rápida y fácil".

LGT



Christoph Johanssen
Gerente General
GEODIS WILSON

“TODOS NUESTROS PROCEDIMIENTOS ESTÁN SISTEMATIZADOS, LO QUE APUNTA A ENTREGAR UN SERVICIO DE PRIMER NIVEL. PARA ELLO CONTAMOS CON DIVERSAS CERTIFICACIONES, TALES COMO ISO9001, 14001 Y OHSAS LO QUE NOS COMPROMETE A LA MEJORA CONTINUA DE TODOS LOS PROCESOS INTERNOS DE LA COMPAÑÍA”



58

GEODIS WILSON: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD AL SERVICIO DE SUS CLIENTES

Soluciones integradas de calidad e innovadoras para cada uno de sus clientes. Ésa es la impronta que por más de 25 años, Geodis Wilson -empresa de logística y transporte internacional- ha potenciado en Chile y el resto del mundo.

La creatividad para crecer en red de cobertura; la entrega de soluciones de transporte - aéreo y marítimo- y logística en los cinco continentes; la capacidad de afrontar nuevos proyectos y diseñar servicios con valor agregado y e-servicios son sólo algunos de los factores que distinguen a Geodis Wilson como una de las compañías más eficientes y transparentes en el manejo del flujo de mercaderías a nivel mundial. A lo anterior,

se suma la incesante búsqueda de expansión que ha experimentado la compañía en los últimos 5 años, búsqueda que le ha reportado altos índices de crecimiento y un esfuerzo doble por parte de todo su equipo en las diversas áreas y zonas geográficas del mundo donde tiene presencia. Por un lado, los procesos se han tenido que adecuar al ritmo que avanza la tecnología, modernizando la industria logística en general, y por otro, los fundamentos que inspiraron

el trabajo de la compañía en un comienzo se han tenido que elevar a una nueva era. En Chile, en tanto, la presencia de Geodis Wilson también se fundamenta en el cabal conocimiento y experiencia con la que cuenta la compañía en materia de transporte y logística para diversos proyectos, tanto marítimos, como aéreos y terrestres.

Geodis Wilson Chile entrega múltiples soluciones para diversos clientes, quienes confían en la trayectoria de una empresa de orden mundial, que tiene entre sus principales objetivos: aportar al desarrollo de las diversas industrias presentes en el país y toda la región.

EL RESPALDO DE LA EXPERIENCIA

Tanto en Chile como en el mundo, la misión, visión y valores de la compañía, se han ido amoldando a los nuevos desafíos, propios de una industria dinámica y demandante de



servicios integrales de logística y transporte a nivel global. Esto de paso llama a una constante revisión del espíritu de la empresa en base a los objetivos que año a año se buscan alcanzar.

A nivel local, en tanto, “la meta de Geodis Wilson es seguir invirtiendo y creciendo en todos los rubros donde estamos presentes. Nuestro interés abarca la logística y transporte en rubros tan diversos como la minería, el retail, logística de contratos, etc. con proyectos innovadores que van marcando la diferencia y posicionándonos como líderes de la industria”, sostuvo el gerente general de Geodis Wilson, Christoph Johansen.

Al mismo tiempo, esta definición de empresa que Geodis Wilson implementa en todas sus redes se respalda con procesos que cumplen con los más altos estándares de calidad. “Todos nuestros procedimientos están sistematizados, lo que apunta a entregar un servicio de primer nivel. Para ello contamos con diversas certificaciones, tales como ISO9001, 14001 y OHSAS lo que nos compromete a la mejora continua de todos los procesos internos de la compañía”, explicó Esteban Kohan, Route Manager USA-LATAM Geodis Wilson Chile.

ENFOQUE VERTICAL

Geodis Wilson se caracteriza por llegar a los distintos segmentos de la industria mediante su enfoque en los Mercados Verticales. En esta línea, un Mercado Vertical se caracteriza por integrar un conjunto de empresas que comparten un producto común, servicio o proceso, pero cada uno con sus propias necesidades logísticas. Los mercados verticales más importantes son el mercado Automotriz, el Farmacéutico, el Aeronáutico

co y de Defensa, el mercado de la Logística Marina, el del Retail y los Productos de Gran Consumo (FMCG), el mercado Industrial, el del Petróleo y Gas, el mercado de Alta Tecnología y el de Bienes de Lujo.

Para Geodis Wilson, como Proveedor de Transporte y Logística Global, el enfoque Vertical es consistente con su experiencia en términos de la optimización de la cadena de suministro, ya que cubre todos los aspectos del día a día de sus clientes, brindándole las herramientas, los recursos y facilitándole el uso de sus instalaciones logísticas, así como planes y soluciones de transporte. Lo anterior se debe a la duplicación de los modelos de negocios ya establecidos, en concordancia con sólidas referencias y la amplia pericia de sus equipos a nivel global y en cada uno de los segmentos de la industria.

Quienes se desenvuelven en los mercados verticales están buscando la optimización global de toda su cadena de suministro. Esto para alcanzar algunos de los objetivos clave como por ejemplo: la reducción de los costes unitarios, la medición de planes de ahorro de costos, contar con indicadores como KPI de Transporte, el seguimiento de las órdenes de compra a nivel de ítem a diario hasta el status y rastreo de cualquier orden fabricada en cualquier parte del mundo. Geodis Wilson facilita todas estas tareas y mucho más con sus consolidaciones, sus centros de acopio e infraestructura global, poniendo a disposición de sus clientes estos datos clave a tiempo, mediante el servicio denominado: “Torre de Control” – Control Global, Ejecución Local, Gestión Centralizada -, que implica la utilización de todas las herramientas informáticas disponibles, así como la presentación de información mediante reportes a la medida.

SOLUCIONES INTEGRADAS

Hoy, la industria está demandando soluciones de cadena de suministro integradas, seguras y eficaces en cuanto a tiempo. Como tal, Geodis Wilson mira más allá de su oferta de servicios básicos estándar y se presenta

como experto global en: ■ **Soluciones de gestión de materiales, productos y servicios (Concepto Torre de Control)** ■ **Gestión de la Cadena de Suministro de punta a punta** ■ **Gestión de Proyectos** ■ **Gestión de la Orden de Compra a nivel de ítem en línea** ■ **Gestión de Flujos** ■ **Capacidad de seguimiento y rastreo para todas las transacciones** ■ **Todas las modalidades de transporte (aéreo, marítimo, aéreo-marítimo combinado, terrestre, ferroviario, charters totales y parciales, carga sobre dimensionada y extra-pesada** ■ **Inspecciones** ■ **Total trazabilidad y visibilidad** ■ **Gestión de desempeño de todas las partes involucradas (Reportes KPI).**

En esta línea, la compañía mantiene ciertas bases diferenciadoras de servicio que se sustentan en los siguientes axiomas:

ENTENDER LOS REQUISITOS ESPECÍFICOS DE LA INDUSTRIA. Uno de los puntos centrales de la acción de Geodis Wilson es seguir de cerca la evolución de la industria en la cual se desempeñan sus clientes, para luego trabajar con ellos – y en el lenguaje de su propia industria – para impulsar así su negocio hacia adelante, mediante la adaptación de soluciones completas que satisfagan sus necesidades específicas.

ESCUCHAR A SUS CLIENTES. Cuando se diseñó el enfoque de los mercados verticales Geodis Wilson se aseguró de saber lo que querían sus clientes. Su probado concepto “Torre de Control” es parte integral de dicho proceso y ofrece un equilibrio perfecto entre las opciones de control estratégico, táctico y operativo a nivel global. Además, su enfoque de “plena responsabilidad” proporciona un servicio de “ventanilla única” o integrado, con servicios globales en múltiples niveles para satisfacer todo requisito de entrega.

PERSONALIZAR LAS SOLUCIONES PARA MEJORAR SUS RESULTADOS. Geodis Wilson puede mejorar el negocio de sus clientes al atender directamente sus procesos – sean estos administrativos, operativos, o de informaciones. **LGT**



Jaime García-Pelayo
Gerente General
CAMPOS DE CHILE



“POR EL PRECIO DE UN ARRIENDO, SERÁN PROPIETARIOS. ELLOS PAGAN MENSUALMENTE Y AL CABO DE 15, 20 O 30 AÑOS LA PROPIEDAD SERÁ SUYA”

CAMPOS DE CHILE: EMPRESA ESPAÑOLA PRESENTA EN CHILE LAS VENTAJAS DE SER DUEÑOS DE SUS BODEGAS

Invertir el dinero de un arriendo en algo que finalmente será propio es la clave del negocio que esta empresa, de capitales españoles, busca instaurar en el mercado chileno. Bajo la modalidad de copropiedad, la empresa ofrece instalaciones de bodegaje de primera línea y flexibles.

La anhelada casa propia”. Sin duda éste es uno de los deseos más fuertes y emblemáticos en los seres humanos. Muchos luchan por años para contar con una vivienda propia que cumpla con todas las necesidades y se transforme así en uno de los bienes de mayor sensibilidad. Sin embargo, esta premisa parece no operar con la misma fuerza

en Chile a nivel empresarial, en especial en el mercado del bodegaje industrial, donde por años el arriendo de las instalaciones ha sido la tónica.

Falta de financiamiento, costos extras o poca flexibilidad son algunos de los aspectos que las empresas esgrimen para construir sus propias instalaciones. No obstante,

Campos de Chile, empresa constructora de capitales españoles, trajo a Chile una nueva modalidad para la adquisición de instalaciones de bodegaje industrial, transformándose en una excelente alternativa para las medianas empresas.

De la mano de los más de 40 años de experiencia en España, la empresa se instaló en Chile hace un año y medio con la finalidad de transformarse en una alternativa para la construcción empresarial y el desarrollo inmobiliario de proyectos de bodegaje, ya sea en condominios de unidades de dimensiones pequeñas y medianas hasta grandes edificaciones.

Jaime García-Pelayo, Gerente General de la compañía, recordó que los primeros meses de la compañía en el país fueron para conocer en profundidad las características del mercado y “ver así cual sería nuestro sello y que podíamos ofrecer y aportar de novedoso al sector. Sondeamos varios mercados y decidimos instalarnos en Chile por su atrac-



tivo económico; y en estos últimos nueve meses ya hemos comenzado a construir". Estudiar el mercado nacional permitió a Campos de Chile concluir que las empresas chilenas, por lo general, arriendan y no venden bodegas; conclusión que los llevo a poner un sello distinto a su negocio. "Aquí vimos una necesidad, en especial para aquellos empresarios que por años han trabajado y quieren, por ejemplo, que su empresa se traspase a sus hijos".

¿ARRENDAR O COMPRAR?

"Por el precio de un arriendo, se puede ser propietario". Esta frase engloba la característica principal de una de las modalidades de negocio que impulsa la empresa de origen español. Potenciar la posibilidad de que

las compañías nacionales adquieran sus instalaciones logísticas (bodegas y oficinas) bajo la modalidad de financiamiento bancario es el sello distintivo que la empresa quiere instaurar en el mercado chileno.

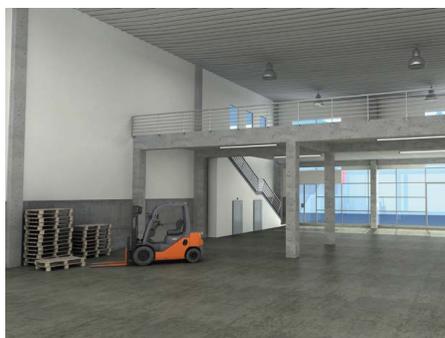
Si bien en Chile, el arriendo de bodegas bajo el modelo de condominios han sido en los últimos años un atractivo y lucrativo negocio a nivel nacional, Campos de Chile busca fomentar la adquisición de las bodegas bajo un sistema de copropiedad, similar al de los edificios, donde los servicios de seguridad, aseo, basura, entre otros, estén por ejemplo cubiertos por la totalidad de los propietarios y en proporción a sus cuotas de copropiedad.

Si bien el financiamiento ha sido por años el principal impedimento de las empresas para invertir en instalaciones, Pelayo aseguró que los clientes objetivos de estos proyectos son medianas empresas, las cuales sean solventes para el sistema bancario. "Por el precio de un arriendo, serán propietarios. Ellos pagan mensualmente y al cabo de 15, 20 o

30 años la propiedad será suya; situación similar a la que se realiza con las viviendas (hipotecas). El costo para las empresas es el mismo, solo cambias arriendo por hipoteca (o leasing)", aseguró Pelayo. A renglón seguido, el gerente general enfatizó que: "La clave de una de nuestras ideas de negocio están en captar a las empresas interesadas en invertir el dinero del arriendo en algo que les será propio".

DOS ÁREAS DE NEGOCIO

De la mano de su experiencia internacional, la constructora se presenta en Chile con dos líneas de negocio: La construcción de condominios de bodegas a la venta y la construcción de instalaciones logísticas a medida.



En cuanto a la primera modalidad de negocio, Jaime García-Pelayo comentó que en Chile ya se encuentra aplicando este modelo en el complejo "Avanza Park Lautaro", en la comuna de Quilicura. Mientras que la otra arista de la constructora se materializa en obras, por ejemplo, como la instalación que en breve iniciarán para el uso de Loginsa con 30 mil m². El proyecto "Avanza Park Lautaro", condominio de bodegas a la venta, tiene una superficie aproximada ocupada en planta baja de más de 9 mil 900 m² y en entreplanta de 3 mil 200 m², lo que hace un total superior a los 13 mil m² construidos. Este complejo contempla 19 bodegas, organizadas en dos niveles, destinándose el primer piso a bodegaje y el segundo a oficinas, satisfaciendo así las distintas necesidades de las empresas en materia de infraestructura.

Con estas soluciones "la idea es trasladar medianas empresas, que muchas veces están emplazadas en la ciudad, a estas nuevas instalaciones, donde cuenten con espacios para operar y también para instalar sus oficinas", agregó García-Pelayo.

FLEXIBILIDAD Y CONOCIMIENTO

"Somos constructores y promotores inmobiliarios, tenemos ambas figuras. No subcontratamos casi nada, así que podemos controlar las cosas con mayor facilidad", aseguró el ejecutivo, dejando entrever las principales cualidades de la empresa: su flexibilidad, plazos de ejecución, precios ajustados y en general un conocimiento integral del rubro. En esta línea, García-Pelayo agregó que: "Estamos conscientes de que muchas empresas en el tiempo desean crecer en superficie y nosotros estamos dispuestos a entregar soluciones a esos requerimientos. Tenemos la experiencia para dar respuestas a nuestros clientes".

Por otra parte, y con el objetivo de ofrecer el mejor servicio, Campos de Chile cuenta con un departamento de ingeniería, construcción y arquitectura; áreas formadas por un experimentado equipo, capaz de desarrollar distintos tipos de proyectos y que actualmente lo componen cerca de 80 personas. La versatilidad de Campos de Chile a lo largo de sus años de trayectoria, le ha permitido a la compañía –avencidada en Chile desde 2012– abarcar el desarrollo inmobiliario de proyectos de bodegaje a gran escala, ya sea condominios de unidades con distintas dimensiones hasta grandes edificaciones o Centros logísticos, asociados al funcionamiento de grandes cadenas de retail.

"Partimos en Chile desde cero. Teníamos que aportar al mercado chileno algo diferente y estamos dispuestos a construir lo que las empresas necesitan para operar. Aportamos conocimiento, experiencia, velocidad de construcción, calidad de estructura, buenos precios y son en esos pilares en los que la gente confía", concluyó García-Pelayo. **LGT**

GRÚAS ELÉCTRICAS PARA EL TRABAJO EN ALTURA Y EN ESPACIO REDUCIDO ¡ESA ES LA TENDENCIA!



HAY QUIENES AFIRMAN QUE LOS EQUIPOS DE LEVANTE (REACH, APILADORES, ETC.) PRESENTARÁN EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS UN FRANCO CRECIMIENTO EN VENTAS EN CHILE, LLEGANDO A LIDERAR EL MERCADO. CONSULTADOS SOBRE ESTA Y OTRAS TENDENCIAS DEL SECTOR, CUATRO DESTACADOS PROFESIONALES DEL ÁREA NOS ENTREGARON SU PUNTO DE VISTA Y EXPLICARON LAS PRINCIPALES TENDENCIAS QUE PRESENTA EL MERCADO DE EQUIPOS DE MOVIMIENTO Y TRASLADO DE CARGAS PARA EL CD.

reducir costos y concretar importantes indicadores de gestión; objetivos en los cuales, los proveedores de equipos de movimiento y transporte de mercaderías tienen un rol determinante.

Con esto en mente, Revista Logistec entrevistó a Jaime Díaz Infante, Gerente de Rental de Tattersall, Guillermo Arancibia, Gerente Comercial Spitec; Andrés Cabezas, Sub Gerente de Negocios y Desarrollo en Arrimaq; y a José Ignacio Muñoz, Gerente Comercial de Royal Rental-Multitécnica; quienes nos entregaron su invaluable visión sobre las principales tendencias que se esperan para el mercado nacional de venta y arriendo de equipos para el movimiento y traslado de mercaderías al interior del Centro

de Distribución. En un análisis preliminar, los ejecutivos coincidieron en que, actualmente, el mercado nacional de equipos para el movimiento y transporte de mercancías al interior del CD (Warehouse), brinda una amplia oferta, provenientes de diversos continentes y en múltiples formatos. No obstante, los expertos coincidieron en que en los próximos 5 años se visualiza un importante incremento en la demanda de equipos eléctricos, que permitan la optimización de Espacio, haciendo mayor uso de las alturas; de Procesos, minimizando los tiempos de picking y despachos; y de Seguridad y Confort, en beneficio de la calidad de vida de los operadores. En este contexto, el Gerente de Spitec señaló que: "Esta es una tendencia normal que es consecuencia del desarrollo que teni-

Actualmente, la logística chilena atraviesa un excelente momento, situación que -en palabras de Guillermo Arancibia, Gerente Comercial de Spitec- se explica, entre otros factores, a la madurez que ha experimentado el sector y la profesionalización de la actividad. Lo cierto es que hoy, las grandes compañías de venta al detalle y Operadores Logísticos en general se exigen altas metas operativas,

TODAS LAS SOLUCIONES EN UN SÓLO LUGAR



marketing@arrimaq.com



ARRIMAQ[®]
UNA EMPRESA PENTA



RAYMOND

☎ 600 381 5000
www.arrimaq.com

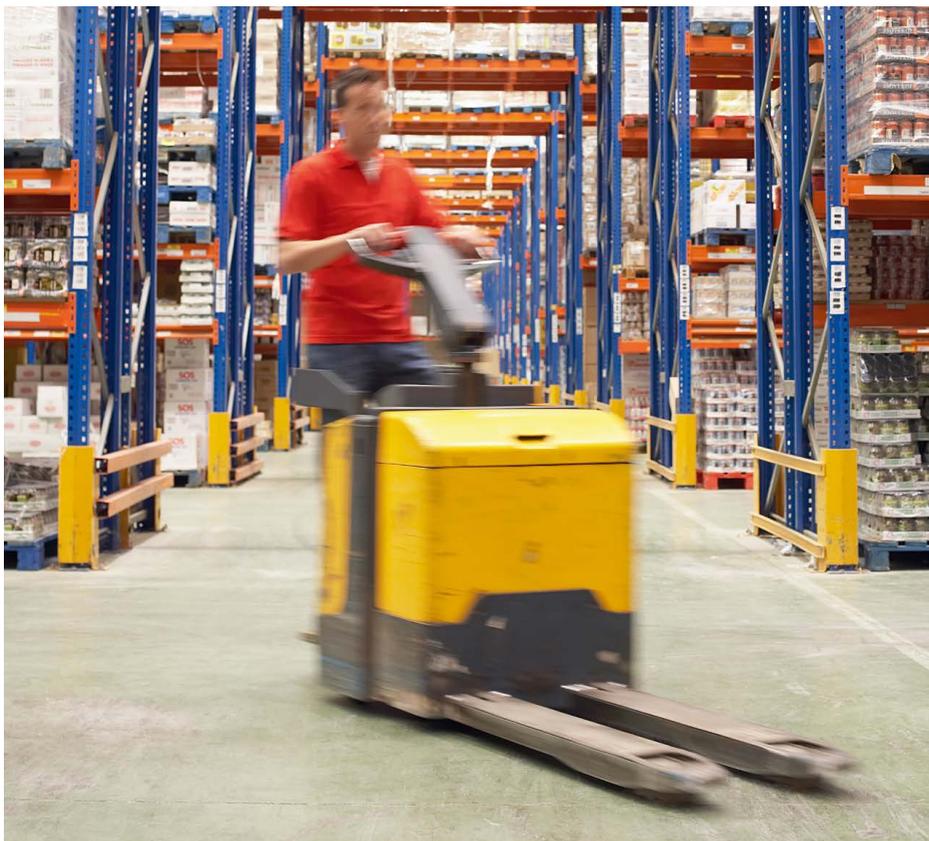
ARRIENDO

VENTA NUEVOS Y USADOS

SERVICIO TÉCNICO

REPUESTOS

CURSOS DE OPERADORES



Avalados en la tendencia descrita, hoy el mercado asiste a una creciente demanda de equipos eléctricos. En este contexto, consultado respecto de las categorías de equipos con más demanda para las labores operativas al interior de los CD nacionales, Guillermo Arancibia destacó que “estos corresponden a equipos Reach, la Transpaleta eléctrica y los equipos para preparación de pedidos a nivel y en altura”. A este respecto, Andrés Cabezas agregó que: “Los CD actuales, por lo general, no tienen equipos de clase 1 (Grúas Contrabalanceadas), sino una mezcla de equipos clase 2 y 3, los cuales se definen en la industria como equipos Warehouse.

Lo descrito por el Subgerente de Arrimaq encuentra apoyo en los datos obtenidos por el “World Industrial Truck Statistics” (WITS), programa estadístico mundial que reúne las órdenes de compra y embarque de grúas horquillas realizadas por los principales productores de equipos a nivel global. Según el WITS, a diciembre de 2013, en nuestro país se registro un importante incremento en la adquisición de equipos de categoría 2 correspondientes a equipos Reach y trilaterales, pasando por toda la línea de Order Picker y Transelevadores eléctricos; y de equipos de categoría 3, correspondientes a Transpaletas eléctricas. (Figura 1)

Teniendo en cuenta el indicador WITS, “el 2013 estuvo marcado por una presencia muy alta de equipos clase 2, con 517 unidades, mientras que los Transpaletas alcanzaron las 780 unidades, lo que corresponde a una conversión porcentual de 40/60, que no implica un impacto en ventas similar, ya que en términos de venta, el valor de un equipo Reach equivale al valor de 4 Transpaletas; por cada equipo Trilateral tienes que vender 10 Transpaletas, por ejemplo”, explicó Cabezas.

CON LA OPTIMIZACIÓN EN LA MIRA

De acuerdo a lo expresado por los expertos, es importante describir aquellos aspectos

EN EL TOTAL DE LA INVERSIÓN EN UN NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN, POR EJEMPLO, AUNQUE EL COSTO DE LOS EQUIPOS SEA RELATIVAMENTE ALTO, SU INCIDENCIA EN LA EFICIENCIA Y ÉXITO DEL PROYECTO ES DETERMINANTE. ADEMÁS, UNA BUENA PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN, BASADA EN HERRAMIENTAS COMO LA SIMULACIÓN, POR EJEMPLO, PERMITEN IMPLEMENTACIONES EFICIENTES EN MATERIA DE COSTOS, CON UN RETORNO DE INVERSIÓN RELATIVAMENTE CORTO (SI SE ADQUIERE EL EQUIPO) O CON MARGENES DE COSTOS ADECUADOS SI LA FLOTA ES ARRENDADA.



Andrés Cabezas
Sub Gerente de
Negocios y Desarrollo
ARRIMAQ S.A.

do la logística en Chile, donde los Centros de Distribución, deben ser eficientes respaldados del desarrollo y crecimiento de las Compañías. El manejo eficiente de Inventarios, la puesta en forma y tiempo oportuno de los productos al Cliente, son un plus que el competitivo mercado exige”. De esta forma, los expertos han coincidido en que la performance, durabilidad y confiabilidad

son los elementos más importantes a tener en cuenta al momento de la compra o arriendo de este tipo de maquinarias, no así su precio. En el total de la inversión en un nuevo centro de distribución, por ejemplo, aunque el costo de los equipos sea relativamente alto, su incidencia en la eficiencia y éxito del proyecto es determinante. Además, una buena propuesta de implementación, basada en herramientas como la simulación, por ejemplo, permiten implementaciones eficientes en materia de costos, con un retorno de inversión relativamente corto (si se adquiere el equipo) o con márgenes de costos adecuados si la flota es arrendada.

Market Share Report from World Industrial Truck Statistics (WITS)

ORDERS YEAR TO DATE DEC, 2013	
CLASS	INDUSTRY
1	612
2	517
3	780
Total Class 1,2,3	1.909
4 & 5	3.222
Total Market	5.131

FIGURA 1

que se ven optimizados gracias al uso de este tipo de equipos en las operaciones de desplazamiento y almacenamiento de mercaderías al interior del CD.

De acuerdo al ítem: Optimización de Espacio, José Ignacio Muñoz expresó que "(las compañías) compran espacio en metros cuadrados y almacenan en metros cúbicos y, en la medida que suba el valor del mt2, se tiende a crecer hacia arriba. En este escenario, la grúa contrabalancada deja de ser eficiente y tienen que apuntar a equipos de optimización de pasillo o de clase 2". En tono al tipo de industria y los rangos de

altura óptimos, el ejecutivo de Royal Rental Multitécnica explicó que "si se trata de un retail, lo óptimo es contar con un apilador a 9 metros. Para la operación en supermercados se prefiere el apilador a 5 metros y si hablamos de bodegas más pequeñas, el requerimiento de altura es menor a los 4 metros. De acuerdo a estos márgenes, el equipo Reach es una gran alternativa ya que posee una rango de altura más grande".

Consultado sobre el tonelaje, como factor que incide en la adquisición de uno u otro equipo en este rango (2), Muñoz explicó que "el tonelaje en apiladores de pasillo es

bastante parejo y se mueve entre los 1.000 y los 2.500 kilos. Teniendo en cuenta este rango y considerando que el peso convencional de un pallet fluctúa entre en torno a los 1.200 a 1.400 kilos, tenemos que toda la gama de equipos eléctricos se mueven en ese margen", con lo cual este indicador no es definitorio, por regla general.



Guillermo Arancibia
Gerente Comercial
SPITEC

"La elección entre uno u otro equipo, dependerá del tipo de optimización que se espera lograr, del tipo de almacenaje y el nivel de producción" puntualizó el ejecutivo.

Ahora bien, atendiendo a la Optimización de Procesos, según lo descrito por Andrés Cabezas, la tendencia apunta a disminuir los tiempos de manipulación y almacenamiento, reducir los costos operativos y, al mismo tiempo, hacer los procesos logísticos más eficientes. En este contexto, Transpaletas y apiladores permiten el desplazamiento con grandes volúmenes de carga en un tiempo reducido. Siempre en torno a la performance del equipo, Cabezas señaló que en Chile, "el tema de moda es la eficiencia operativa, factor que está estrechamente relacionado

Sólo algunos limpian a fondo en minutos

Eliminan eficientemente:

Óxido / Sarro / Aceites / Pintura / Carboncillo



Equipos de Limpieza por Ultrasonidos
desde 180 lts a 3.500 lts

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

GRUPO
COSENZA
SOLUCIONES INTEGRALES

con los parámetros de control y seguridad integrados a la grúa. En un equipo eléctrico, por ejemplo, se puede programar un sin número de parámetros para que opere. Con ello, disminuye notablemente el error humano por imprudencia, falta de atención o conducta riesgosa. Una de las máximas de este mercado es que mientras más baja sea la injerencia humana en los parámetros operativos del equipo, mayor será la eficiencia operativa que éste logrará”.



Jaime Díaz
Gerente de Rental
Tattersall

En una comparativa con los equipos de clase 4 y 5 (grúas horquillas a combustión), el Sub gerente de Arrimaq explicó que la eficiencia de éstos equipos está definida por

su capacidad levante. En cambio, con los equipos eléctricos se abren distintas ramas o líneas de eficiencia, definidas por la capacidad de levante (equipos de clase 2) y la capacidad de transporte horizontal (equipos de clase 3). Esto nos dice, básicamente, que el equipo eléctrico tiene roles definidos, lo que genera eficiencia, rapidez y seguridad en la operación porque sabemos qué tareas podemos o no podemos realizar”.

Respecto del ítem Seguridad y Confort, cabe destacar que una de sus características primordiales de los equipos eléctricos de clase 2 y 3, es que (a partir de la parametrización de su operación) evitan a los trabajadores realizar esfuerzos excesivos en la manipulación de cargas.

COMBUSTIÓN, ¿EN RETIRADA?

Si bien la tendencia en el mercado chileno de grúas apunta al incremento de la adquisición de equipos eléctricos de categoría 2 y 3. El indicador Wits de diciembre de 2013 reflejó que las ventas de equipos clase 4 y 5 (grúas horquillas de combustión) superan, por sí solas, el nivel de venta alcanzados por los equipos eléctricos de categoría 1, 2 y 3

Market Size 2013

YTD	dic-11	dic-12	Dic.-2013	% 2013/2012
CBC	2.994	3.261	3.165	-2,90%
CBE	230	573	882	53,90%
WH	653	848	1.134	33,70%
TOTAL	4.027	4.682	5.181	10,70%

* Datos actualizados a Diciembre 2013, Servicio Nacional Aduanas.

* Descripción

CBC: Contrabalanceada Combustión

CBE: Contrabalanceada Eléctrica

WH: Warehouse

FIGURA 2

reunidos. (Figura 1). En este contexto, según datos actualizados de Aduana, a diciembre de 2013, (Figura 2), las grúas contrabalanceadas a combustión alcanzaron una importante participación de mercado, versus la grúa contrabalanceada eléctrica o los equipos clase 2. No obstante, la tendencia hacia lo eléctrico persiste, siendo los equipos a combustión, lentamente, rezagados.

En esta línea, Andrés Cabezas explicó que “es cierto que nuestro mercado todavía es liderado por los equipos de combustión, pero, a medida que los espacios de almacenaje se hacen más pequeños se tiende a lo eléctrico y a esa realidad apunta el mercado. Mientras se puedan hacer galpones grandes, con amplios pasillos no te interesará el metro cubico, no obstante la ciudad ya está resintiéndose el metro cuadrado.

De hecho, el profesional señaló que los indicadores europeos manifiestan un estancamiento en la comercialización de este tipo de equipos. “Antes la producción de equipos de combustión era muy superior a la de equipos eléctricos. Hoy, en cambio, cerca del 50% de la producción europea tiende a lo eléctrico, entre otras cosas, porque allá la huella de carbón tiene una importancia mucho mayor de la que le damos nosotros y eso también los empuja a ir por equipos amigables con el medio ambiente”. En esta línea, hay quienes afirman que: aunque en

Chile se comercializan más maquinarias (grúas) a combustión, este sector presenta un estancamiento en ventas versus un alza en los equipos eléctricos, respecto de esta afirmación, Guillermo Arancibia señaló que: “Efectivamente, esta es una tendencia clara, dado que hoy las actividades de almacenamiento y distribución se realizan, principalmente en ambientes cerrados, libres de contaminación. Además, debido a la evolución, multiplicación y ampliación de los Centros Logísticos en los últimos años el desarrollo tecnológico de máquinas y equipos de levante también ha cambiado. Hoy las grúas Reach, Trilaterales o Transelevadores entregan claras ventajas para trabajar en pasillos angostos y de gran altura,.

Acto seguido, el profesional aclaró que, hoy en día, los equipos de combustión han sido relegados a las actividades de patio, en los procesos de carga y descarga de camiones o containers.

No obstante, Jaime Díaz tiene otra visión respecto del mercado de equipos de combustión. A Este respecto destacó que “en nuestra experiencia y en vista de cómo se ha comportado el mercado en los últimos años, creo que la demanda en ambas líneas de productos es creciente. **LGT**



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde
tu Smartphone o Tablet.

EXPERIENCIA EN SERVICIOS A LA CARGA

- ✓ Diseño y oferta de servicios de almacenaje, manipulación, soporte TI y atención proactiva al cliente.
- ✓ Servicios de valor agregado a las mercancías.
- ✓ Flexibilidad y eficiencia para responder al dinamismo de la industria: fluctuaciones de la demanda, estacionalidad, complejas cadenas de suministro.
- ✓ Zonas para el desarrollo de actividades asociadas a la fiscalización por parte de entidades públicas en la importación, exportación, tránsitos y transbordos de carga: S.A.G., S.N.S., Aduana.
- ✓ Modernos sistemas de seguridad y control: equipo de seguridad, control biométrico de accesos, cierre perimetral custodiado, circuito cerrado de televisión.

www.aep.cl

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



BUSINESS INTELLIGENCE: MEJORANDO LA EFICIENCIA DE LA CADENA DE VALOR



EN LA ACTUALIDAD, LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS O BUSINESS INTELLIGENCE PUEDE APORTAR MUCHÍSIMO MÁS VALOR A LA LOGÍSTICA QUE EN EL PASADO. ESTO SE DEBE A QUE LA CADENA DE VALOR DEL NEGOCIO LOGÍSTICO HOY EN DÍA PUEDE RECOGER LOS DATOS EN TIEMPO REAL Y DISPONER DE ÉSTOS EN CUALQUIER MOMENTO GRACIAS A LAS TECNOLOGÍAS DE LAS TELECOMUNICACIONES.

ses de datos de las compañías. Por lo tanto, "con el BI es posible crear nuevo conocimiento e información valiosa para una empresa, mediante la recolección, el análisis y la utilización de los datos del negocio para mejorar el rendimiento empresarial. En resumen, el BI se hace cargo del problema relacionado a cómo las empresas transforman sus activos de datos en información útil para mejorar la toma de decisiones", señaló el académico de la Universidad de Chile, Jaime Miranda.

interrelación de múltiples datos, se pueden obtener respuestas adecuadas de negocios o KPIs (Key Performance Indicators) que ayudan a los gerentes a tomar mejores decisiones. En este sentido, se logran ventajas competitivas, mejores productos, un óptimo entendimiento de los clientes y una mejor gestión de los recursos y del riesgo, entre otros beneficios", argumentó Matías Gil, Country Manager de Teradata Chile-Perú.

BI APORTANDO VALOR A LA LOGÍSTICA

Quizás más de alguno habrá escuchado el concepto de Business Intelligence (BI) o Inteligencia de Negocios en algún lado. Pero ¿En qué consiste el BI?, ¿Cómo podemos utilizarlo a favor de la logística? El BI es una serie de conceptos, metodologías, estrategias y herramientas diseñadas para mejorar la toma de decisiones en los negocios a través de la utilización de los datos almacenados en las ba-

De este modo, la inteligencia de negocios permite dar respuesta a las distintas áreas de negocios, permitiendo desplegar y operar de mejor forma la estrategia de una empresa y las gestiones tácticas del día a día. "A partir del conocimiento acerca de la

Si bien está claro que la Inteligencia de Negocios es una excelente herramienta para me-

Ingeniería
Antisísmica



Implementamos tecnología para mejorar tu eficiencia



Entrega rápida de presupuestos



Stock
disponible

Mindugar, 45 años de soluciones logísticas



MINDUGAR CHILE :

Planta Norte : Domingo Arteaga 276

Planta Sur : Domingo Arteaga 291

Macul, Santiago, Chile | (56 2) 28707400 | www.mindugar.com



MINDUGAR PERÚ:

(51 1) 2432115 | ventas@mindugar.pe | www.mindugar.pe

escribenos a: ventas@mindugar.com

jorar el rendimiento empresarial y tomar mejores decisiones, ¿en qué puede ayudar a una industria como la logística? ¿Cómo el BI se puede aplicar a este rubro?

“En general, el BI es útil para diseñar cuadros de mando de control que permitan medir mediante indicadores los distintos procesos logísticos. Estos cuadros de mando permiten, en ciertos casos, medir el desempeño de los procesos logísticos mediante la gestión de diferentes dimensiones en tiempo real”, explicó el académico de la Universidad de Chile.

Por ejemplo, se pueden desarrollar cuadros de mando para medir el desempeño de una bodega, para medir las existencias y la rotación de los productos al interior del CD. También se pueden generar cuadros de mando para controlar el desempeño de una flota de vehículos, midiendo el número de clientes atendidos, tiempos de viaje promedio o incluso controlar la distancia total recorrida de la flota.



70



Matías Gil
Country Manager
Teradata Chile-Perú

En otra línea de acción, la Inteligencia de Negocios nos permite disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones, ya sea en el plano logístico como en el de ges-

tión de operaciones, lo que representa una amplia ventaja competitiva para una compañía. Por ejemplo, con la incorporación de modelos predictivos se podrían realizar mejores pronósticos de la demanda, se podrían realizar segmentaciones de clientes, no sólo sobre criterios geográficos o se podrían realizar estimaciones de los tiempos de viaje de la flota de vehículos para estimar su tamaño. En todos estos casos se deben tomar decisiones sin tener información completa. Con el BI se puede estimar esta información y mejorar el rendimiento de los procesos”, agregó Jaime Miranda.

Por el otro lado, Matías Gil, estimó que en la actualidad la inteligencia de negocios puede

“EN LA MEDIDA QUE HAYA UNA MAYOR DISPONIBILIDAD DE DATOS, SE PODRÁ REALIZAR UN ANÁLISIS MUCHO MÁS FINO Y GENERAR MAYORES OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. ES ASÍ COMO CON BI ES POSIBLE ENCONTRAR RESPUESTAS ADECUADAS A LAS PREGUNTAS DE NEGOCIOS COMO: ¿CUÁL ES EL CAMINO MÁS ÓPTIMO PARA PODER DESPACHAR UN PRODUCTO?, ¿CUÁL ES EL STOCK DISPONIBLE? A FIN DE TOMAR MEJORES DECISIONES”

aportar muchísimo más valor a la logística que en el pasado: “Esto se debe a que la cadena de valor del negocio logístico actual puede recoger los datos en tiempo real y disponer de estos en cualquier momento gracias a las tecnologías de las telecomunicaciones. Todo ello gracias a la capacidad de conectar una máquina con otra o la facilidad de conectar dispositivos móviles a los GPS”.

“Es así como, desde el momento en que se produce un producto hasta su terminación, este ingresa a un warehouse para después entrar a un centro de distribución de Retail. En este último lugar, se recopilan datos de la ubicación del producto, dando un segui-

miento a todo el proceso logístico de entrega al cliente. Por tanto, toda la cadena de valor puede mapear cada producto a lo largo de su ciclo de vida. Gracias a los datos generados, se pueden realizar análisis valiosos y mejorar la eficiencia de los modelos de optimización”, describió el Country Manager de Teradata Chile-Perú.

VENTAJAS DEL BI APLICADA A LA LOGÍSTICA

El Business Intelligence puede ser muy útil en la logística, dado que puede dar visibilidad y transparencia a toda la cadena de

suministro, permitiendo así la simulación de escenarios, las mejoras en cualquier indicador de servicio o calidad, logrando así la diferenciación con los competidores.



Jaime Miranda
Académico
Universidad de Chile

“Particularmente, el BI permite mejorar el rendimiento empresarial al transformar los datos de la empresa en información relevante para alimentar los procesos de toma

de decisión. Hoy en día las empresas tienen como parte de sus desafíos el manejo de mayores volúmenes de información y, por tanto, las empresas que apliquen BI harán más fácil esta tarea logrando ser más competitivas. Es así como, con la incorporación de herramientas de BI, es posible "ordenar" los activos de datos y tener de forma estructurada y de calidad diferentes reportes de gestión”, afirmó el académico de la Univer-

sidad de Chile. Según el representante de Teradata, esta herramienta es muy efectiva y por lo general, no posee ninguna desventaja: “En la medida que haya una mayor disponibilidad de datos, se podrá realizar un análisis mucho más fino y generar mayores oportunidades de negocios. Es así como con BI es posible encontrar respuestas adecuadas a las preguntas de negocios como: ¿cuál es el camino más óptimo para poder despachar un producto?, ¿cuál es el stock disponible? a fin de tomar mejores decisiones”.

LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS NO ES COMPLEJA: TODOS PUEDEN UTILIZARLA

Una de las barreras más recurrentes para la implementación de tecnologías analíticas es la complejidad de las mismas o la per-

cepción de ella. No obstante, la tecnología y las plataformas asociadas a la Inteligencia de Negocios son de fácil interacción y uso. En este plano, quizás lo más complejo es reunir los volúmenes de datos necesarios para iniciar la analítica. En esta línea, cabe destacar que dicha data debe ser oportuna, real y de calidad, para ser analizados y procesados en orden a contribuir a la operación de la compañía. Respecto del costo de estas herramientas, Matías Gil explicó que “en la actualidad, gracias a la gran penetración y proliferación de los dispositivos móviles, el costo de acceso a la información es mucho menor y es más factible poder mapear todo el ciclo de vida de un producto en una cadena logística. Por ejemplo, podemos tener una logística del movimiento de un cliente dentro de una tienda y ese input permite mejorar el modelo de optimización de cómo la compañía debe distribuir sus productos.



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.



LA GAMA MÁS AMPLIA DE PALLETS PLÁSTICOS,

Ingeniería al servicio del cliente

Carga Rack
hasta 1250 Kg.



Carga Rack
hasta 1500 Kg.



Únicos con inyección a baja presión

Invierta en Pallets



Piense en Nosotros

- ✓ No gaste, asesórese bien
- ✓ Mayor vida útil
- ✓ Mayor seguridad



PALLETS

distribuye en exclusiva



www.revistalogisticas.com



Naval Sabharwal, Head of Advanced Solutions Group, Transportation and Logistics

Kusha Garg – Supply Chain Solutions Consultant - Advanced Solutions Group, Transportation and Logistics

Publicado en: Enero 2014

72

SOLUCIONANDO EL DILEMA AMISTOSO ENTRE ANALÍTICA Y LOGÍSTICA II PARTE

Los "Trabajadores en Analítica" son fundamentales para la función logística y así poder mantenerse delante de la manada y proporcionar el centro de una ventaja competitiva. Este documento reúne un enfoque sobre cómo los líderes en logística pueden construir un exitoso plan de análisis para crear una organización analítica que contenga la plataforma para formar trabajadores analíticos. A continuación presentamos la segunda parte y final de este estudio, el que también podrán revisar en nuestro sitio web.

4. ELABORANDO UN "PLAN MAESTRO"

El plan debe estar enfocado en estos tres elementos esenciales: **1. Datos:** Un plan para recopilar e integrar datos es esencial. Las empresas están enterradas en información la que frecuentemente es distribuida horizontalmente a través de las unidades de negocios

o verticalmente por función. Complicando las cosas nuevamente: la información crítica a menudo reside fuera de las empresas o en formatos Excel poco estructurados, correos, registros, etc. Podría haber datos no capturados o capturados en forma intermitente pero que es crítica para un análisis avanzado. Teniendo esta información disponible necesita verse como la creación de un capital para toda la vida y requiere de una inversión. Esta inversión produciría un valor agregado mayor que ninguna otra inversión. Esto podría requerir de una reorganización de la arquitectura de datos con el tiempo: tales como desplazarse de reponedores complicados (separando las transacciones de los reportes), necesidades de datos externos, e implementando un gobierno-de-datos estándar que sistemáticamente mantenga una exactitud. En el corto plazo, una solución más fácil podría ser factible para algunas empresas o recontractar el problema a un especialista de datos los cuales usan software basados-en-la-nube o de unificar suficientes datos como para atacar las oportunidades de analítica iniciales.

2. Modelos Analíticos: La sola recolección de datos no genera valor. Los modelos de analítica avanzados son necesarios para que permitan optimizar el



RESULTADOS QUE MARCAN — — LA DIFERENCIA OPERACIONES DE CLASE MUNDIAL

Los innovadores sistemas de alerta temprana de errores desarrollados por Logística S.A., logran un cambio cultural en la organización que permiten un manejo de inventarios sin errores y por consiguiente, pedidos perfectos. Esta precisión, medida a través del IRA - inventory record accuracy - nos ha posicionado en un nivel de excelencia (sobre un 95 %, con tolerancia de 0%) que no muchas empresas en el mundo pueden exhibir.



LOGISTICA S.A. 

manejo-de-datos (por ejemplo, el tiempo de vueltas de un vehículo o modelando la optimización de redes, reduciendo el tiempo de ocio) y/o predicciones (por ejemplo el instante del impacto de demoras con el retorno, al igual que el tiempo de despacho). El plan debe identificar – lo siguiente: ■ **¿Que modelos crearan un valor de negocio adicional? ■ ¿Que será necesario para utilizarlos? ■ ¿Cómo evitar inconsistencias y proliferación innecesaria mientras la analítica está ampliándose?**

Estos modelos necesitan estar unidos para resolver los grandes problemas de optimización a través de las funciones y las unidades de negocios. Un Plan de hecho requiere, crear una serie de modelos que puedan cubrir una larga lista de variables y luego implementar sistemas que hagan un seguimiento de ellos. Los modelos robustos pueden construirse pero es importante de resistir la tentación de la perfección analítica, demasiadas variables crearan complejidad mientras que es mejor construir un modelo para poder aplicar y mantener.

El Plan Maestro integrado se enfoca en tres elementos esenciales – Datos, Modelos Analíticos & Herramientas. El habilitador crítico para el éxito del plan maestro es “La Capacidad Organizativa” teniendo la mezcla correcta de recursos especializados para implementar la solución analítica. Al Ensamblar estos bloques de construcción, las empresas pueden formular un plan de datos integrado.

3. Herramientas: La entrega del modelo debe ser sorprendentemente rica, pero solo será valiosa si los gestores y, en muchos casos, si la fuerza laboral los entiende y los usa. Salidas que son demasiado complicadas pueden ser abrumadoras e incluso no de fiar. La necesidad del momento puede ser herramientas intuitivas que integran los datos en los procesos del día-a-día y traducen la salida de los modelos en acción de negocios tangibles (por ejemplo, una clara visión para la programación de los vehículos, información granular de la pérdida debido al tiempo de espera, o una manera para los gerentes comerciales de tomar

decisiones a-tiempo en el lugar preciso). Muchas empresas fallan de completar este paso en su pensar y al planificar—solo para encontrar que los gestores y empleados operacionales no utilizan los nuevos modelos, cuya efectividad y por consiguiente su utilización falla.

También hay un habilitador crítico que empuja hacia los datos, modelos, y herramientas que es la “la capacidad de organización”. Así como algunos planes estratégicos fallan porque las organizaciones carecen de la habilidad para implementarlos, también tanto los datos como los planes de analítica pueden desilusionar cuando las organizaciones no tienen a las personas ni las habilidades precisas. Las compañías necesitan un mapa del camino para formar un talentoso equipo de tamaño y mezcla correctos. Y los mejores planes avanzarán, delineando como la organización puede nutrir (internamente o mediante socios) con especialistas en manejo de datos, modeladores de analítica, y una fuerza laboral que prospere y se esfuerce por mejores resultados de negocios en este nuevo ambiente enriquecido con datos y herramientas.

Ensamblando estos bloques de construcción, Las empresas pueden formular un plan de datos integrado. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la mayoría de las empresas de logística necesitaran planificar para una mayor integración de datos cruzados entre los sistemas internos. La razón es porque muchos de los modelos y herramientas de gran valor se irán construyendo cada vez más usando una gran variedad de fuentes de datos. Generalmente, estas fuentes incluirán datos internos de los clientes, transacciones, y operaciones, al igual que información externa de socios a través de la cadena de valor y avanzando, desde sensores embebidos en objetos físicos (Internet de cosas)

5. DESAFÍOS CLAVE EN LA PLANIFICACIÓN

Cada plan necesita manejar ciertos desafíos comunes. Como se manifestó anterior-

mente al establecer la prioridad de invertir, nivelando la velocidad y el costo, y asegurándose de la aceptación de la línea frontal, son las áreas donde los desafíos deberán enfrentarse. Todo esto es parte y parcela de muchos planes estratégicos también, pero hay diferencias importantes en los planes para datos y analítica avanzada.

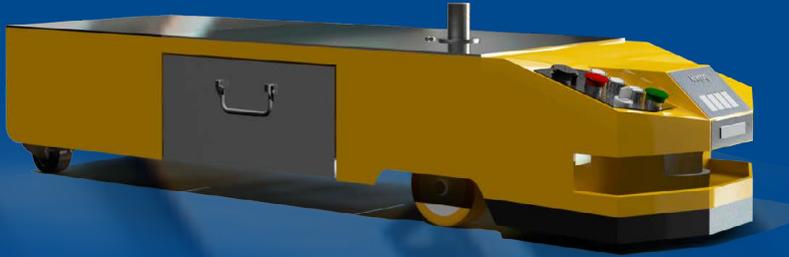
Las empresas se enfrentan con algunos de los desafíos clave relacionados con las prioridades de inversión, nivelando la velocidad de alineación a los objetivos del negocio y la aceptación de la línea frontal de liderazgo. Estos desafíos deben ser manejados mientras se está creando el plan maestro para construir soluciones analíticas

A. Haciendo coincidir las prioridades de inversión con la estrategia de negocios: Mientras las empresas desarrollan sus planes de integración de datos, un dilema común es el de cómo integrar sus datos digamos cruzados, transacciones cruzadas de operaciones internas y socios externos y las interacciones de los clientes. Integrar toda esta información puede otorgar potentes ideas, pero el costo de una nueva arquitectura de datos y del desarrollo de muchos posibles modelos y herramientas puede ser inmenso—y conlleva a tener que escoger.

Planificadores en una de las empresas de logística optó por modelos que usan los datos de una sala de ventas para predecir las necesidades de distribución y trabajo en los Centros de Distribución y así mantener los precios bajos. En contraste, otra empresa de tecnología seleccionó modelos para usar la información del cliente y así lograr un mayor margen y crear nuevos servicios para sus clientes.

Eso, abreviadamente, es el desafío-prioridad-inversión: ambos enfoques son asertivos y fueron, de hecho, acertados para las necesidades comerciales de las empresas en cuestión. En un mundo de inseguridad y escasos recursos, como escoger entre estas (u otras) posibilidades

B. No hay como sustituir los serios compromisos del equipo sénior para establecer ta-



Simplicidad y eficiencia
para el rendimiento operacional



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



las prioridades. En una empresa, crearon mapas de calor desde fuentes potenciales de creación de valor a través de una serie de actividades operacionales mediante el sistema comercial de la empresa – y las ventajas que los datos y la analítica avanzada, el modelado, entrenamiento, y más podría traer como consecuencia. El mapa le da al liderazgo sénior una base de hechos sólida que informa debate y soporta hábiles trueques. El resultado de estas discusiones no es un plan completo pero ayuda a moldear uno.

O considerar como una empresa grande de logística formó un equipo constituido por el CIO, VP-Ventas, y las cabezas de las unidades de negocios para resolver un problema de ventas o marketing. Había descontento con los resultados de las campañas-marketing-directo—los costos eran altos, y las ventas de las nuevas ofertas desilusionantes. Descubrieron que la raíz del problema, era un enfoque de marketing equivocado. Cada unidad de negocio estaba enviando múltiples ofertas a través de la completa base de datos de clientes, sin fijarse en su perfil o preferencias. Aquellos en necesidad de servicios de 3PL, estaban recibiendo ofertas de una variedad de servicios de transportistas. El equipo sénior decidió que para resolver el problema se requeriría de recaudar datos en una bodega de las empresas cruzadas con datos de negocios, historias, perfiles, y más. Esta base de datos central le permitirá optimizar sus campañas de marketing enfocándose en personas con productos y servicios que pudieran interesarle, por consiguiente, subiendo la tasa de rentabilidad y las ganancias mediante estas campañas.

C. Alinear la integración de los datos con sus objetivos de negocios: El proceso de crear un plan robusto generalmente es necesario para destacar las oportunidades de inversión como éstas y así estimular el compromiso de un manejo óptimo el cual se merecen dada la magnitud.

D. Nivelando la velocidad, costo y aceptación: Un impulso natural en la creación de una base de datos y estrategia analítica es la de cambiar rápidamente al modo de acción. Cuando las prioridades de inversión

se establecen, no es difícil encontrar un software y vendedores de analítica quienes hayan desarrollado aplicaciones y modelos algorítmicos para manejarlos. Estos paquetes (cubiertas, precios, costos, utilizaciones, mano de obra, itinerarios etc.) pueden bajar el costo y es más fácil y rápido de instalar que los modelos construidos internamente. Pero a menudo carecen de vínculos con los objetivos y los casos reales de negocios. Modelos de negocio específicos de la empresa, la estrategia y los servicios son facilitadores de gran alcance (o enemigos) de los esfuerzos exitosos de datos. Es por eso que es crucial para darle la planificación de una segunda dimensión, que busca el equilibrio entre la necesidad de la accesibilidad y la rapidez con la realidad empresarial (incluidos los riesgos que son fáciles de obviar y sensibilidades de la organización)

6. CONSTRUIR CALIDAD HUMANA: 'TRABAJADORES' ES MÁS IMPORTANTE QUE LOS 'DATOS'

La planificación para la creación de este tipo de herramientas favorables a los trabajadores es sólo el comienzo. También es importante centrarse en las nuevas habilidades de organización necesarias para una implementación efectiva. Demasiadas empresas creen que la mayoría de sus datos y de análisis de inversiones debe estar en datos y modelos. Pero a menos que desarrollen las habilidades y la formación de la fuerza laboral, muchos de los cuales no tienen una sólida formación analítica, esas inversiones no van a rendir. Una buena regla general para efectos de planificación es mantener > 33% del presupuesto de analítica para el desarrollo y el entrenamiento.

Empresas pueden mirar el ROI de las soluciones Analíticas basadas en la creación efectiva de "Trabajadores Analíticos" teniendo un negocio sólido y perspicacia analítica. Esta inversión debería desplazarse creando un "bi-modelo" de gestores que puedan a la vez entender el negocio bien y tengan el su-

ficiente conocimiento de cómo usar los datos y herramientas para mejorar, decisiones analíticamente preparadas. Cuando existe este conjunto de habilidades, los gerentes, por supuesto, quieren dibujar en ella. Las empresas también pueden tener que crear incentivos que empujan a los jugadores clave del negocio con fortalezas analíticas en roles de liderazgo de datos y luego fomentaran la polinización cruzada de ideas entre los departamentos. Una empresa de flete parcial, por ejemplo, encontró focos de talento analítico atrapados en unidades de silos y unió a estos empleados en un eje centralizado que contrata sus servicios en toda la organización.

7. CONCLUSIÓN

Cuando un Plan está en su lugar, la Ejecución se vuelve más fácil: la integración de datos, iniciar proyectos piloto, y la creación de nuevas herramientas y esfuerzos de capacitación se producen en el contexto de una visión clara para impulsar el valor-negocio---visión que es poco probable que tenga problemas de financiamiento o de oposición de la organización. Con el tiempo, por supuesto, el plan inicial se ajustará. De hecho, uno de los beneficios clave de datos y análisis es que se puede aprender cosas acerca de su negocio que usted simplemente no podía ver antes.

Al igual que la planificación estratégica, que con el tiempo se ha transformado en muchas organizaciones de procesos formales, anuales, "por el libro" en uno más dinámico que se produce continuamente e involucra un conjunto más amplio de componentes, de planes de datos y de análisis también son demasiado importantes para ser dejados en un estante. Pero ese es un problema de mañana; en este momento, esos planes ni siquiera se han creado. Tan pronto como los ejecutivos de logística cambien eso más pronto harán que los datos sean una verdadera fuente de ventaja competitiva para sus organizaciones. **LGT**

STAR RACKS

Soluciones del Almacenaje

- > Racks Selectivos
- > Racks Penetrables Drive - In
- > Sistema Push - Back
- > Racks Dinámico
- > Racks para Picking
- > Picking Dinámico
- > Atillos
- > Bodegas Automáticas para Pallets y Cajas
- > Sistema de Transporte para Pallets y Cajas
- > Sistema Autoportante



El mejor sistema flexible y sustentable para un protección óptima ante impactos



Altamente tecnológico, extremadamente resistente al impacto y respetuoso con el medio ambiente.

Ventajas:

- > Resistencia al óxido y la corrosión
- > Resistencia química
- > Variados colores
- > Memoria activa
- > Comprimible y flexible
- > Limitación de daños a vehículos y piezas rodantes
- > Extremadamente seguro y resistente
- > Fácil uso, montaje y mantenimiento
- > Vida extremadamente larga
- > Impacto ecológico limitado



Metalsistem

Destaca por su ligereza unidas a las características estructurales de alto nivel (100% ensamblado sin la consideración de pernería). Las estructuras son completamente ensamblables y compatibles entre ellas, han sido estudiadas y realizadas con el fin de resolver los problemas de almacenaje ligero, ofreciendo al mismo tiempo la posibilidad de fabricar estructuras con pasarela.

Metalsistem es un producto altamente técnico, apto para resolver las verdaderas exigencias del mercado: rapidez de montaje, estabilidad, coste y carga.

La forma y disposición de los nervios de refuerzo permiten unas increíbles prestaciones y capacidad con un menor empleo de materias primas.



OPORTUNIDAD

CORREDOR BIOCEÁNICO ACONCAGUA: UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS CHILENOS



Gabriel Pérez
Consultor División Recursos
Naturales e Infraestructura
CEPAL



Ricardo Sánchez
Jefe Unidad de Servicios e
Infraestructura
CEPAL



Rodrigo San Martín
Director Comercial
TNT

En el 2008 se dio a conocer el “Corredor Bioceánico Aconcagua”, un proyecto que prometía unir Los Andes y Mendoza con un moderno sistema ferroviario y un túnel de baja altura que permitiría un tráfico expedito los 365 días del año. Sin embargo, pese a los potenciales beneficios de este túnel, recién en mayo pasado la Presidenta Michelle Bachelet se comprometió con su par argentina en acelerar este proyecto.

Todos los años, entre mayo y octubre, vemos la misma imagen en los noticieros chilenos: automóviles, buses y camiones varados en el paso Los Libertadores sin poder pasar la frontera. Y es que debido al clima

de alta montaña, el túnel Cristo Redentor se ve obligado a cerrar entre 45 y 60 días al año, lo que perjudica el turismo, el comercio y claramente la planificación logística. Un tema complejo si consideramos que este Paso concentra hoy casi el 70% de la carga que circula por tierra entre Chile y Argentina. Según Gabriel Pérez Salas, de la División de Recursos Naturales e Infraestructura de la CEPAL, “el tema logístico se dificulta bastante, sobre todo porque al estar cerrado el paso por tantos días, impide hacer cualquier pronóstico de la fecha de entrega del producto. Hoy un concepto clave para la logística, junto con reducir los inventarios, es la trazabilidad de los procesos y la

certeza sobre los tiempos que conlleva cada etapa, lo cual se ve dificultado ante estas inclemencias climáticas que otorgan una gran incertidumbre a los operadores logísticos". "A juicio de los transportistas que recorren la ruta, la cantidad de días que el paso permanece cerrado al tránsito, se van incrementando, es decir, hoy tenemos más días el paso cerrado que décadas atrás pese a los avances tecnológicos y el mayor equipamiento disponible, lo que incide en ineficiencias operativas, que aumentan los costos y las externalidades negativas que terminan reduciendo la calidad del servicio ofrecido", agregó el experto de Cepal.

El sueño del tren Trasandino nació en el año 1972 de la mano de los hermanos chilenos Juan y Mateo Clark y se concluyó recién en 1910. Sin embargo, pese a que era muy interesante el proyecto y pretendía ser de utilidad para ambos países, lo cierto es que operó con varias interrupciones desde 1910 hasta 1984, fecha en que dejó de funcionar. Desde la apertura del túnel Cristo Redentor y el cierre del Trasandino, el tráfico internacional -a través de la carretera que corre paralela a la vía- se ha incrementado a tal punto que ha superado su capacidad estimada inicialmente en 5 millones de toneladas al año. Esto significa que la necesidad de transporte sigue existiendo a pesar de que la carretera está sujeta a las mismas dificultades que enfrentaba el ferrocarril y que son: la gran altitud del paso fronterizo, grandes pendientes y curvas cerradas que impiden alcanzar velocidades importantes además de la acumulación de nieve durante el invierno que provoca el cierre del paso.

Por tal motivo, desde hace años diversas iniciativas han buscado la reposición del Trasandino con el fin de reforzar la capacidad de transporte sobre el paso fronterizo. En este contexto es que nace la idea del "Corredor Bioceánico del Aconcagua".

Para Ricardo J. Sánchez, Jefe Unidad de Servicios de Infraestructura de CEPAL: "Ha habido muchas mejoras en las carreteras, los cobertizos y se ha generado integración para los trámites. Sin embargo, si uno mira la estructura de conexión, la verdad es que

es la misma que hace 50 años, las mejoras aunque han sido importantes han sido insuficientes comparado con el constante crecimiento del tráfico. Por lo que, no va a haber una solución de fondo hasta que no exista un proyecto que permita un cruce de baja altura".

EL SUEÑO DEL "CORREDOR BIOCEÁNICO"

Es así como en el año 2008 se da a conocer el proyecto "Corredor Bioceánico Aconcagua" propuesto por la Corporación América y las empresas: Navieras S.A. de Chile, Mitsubishi Corporation de Japón, Geodata de Italia y Contreras Hermanos de Argentina. El proyecto consiste en un moderno sistema ferroviario, con un túnel de baja altura que permita a una misma formación recorrer los sistemas ferroviarios de trocha ancha de Chile y Argentina, unificando así los puertos sobre el Atlántico con los puertos sobre el Pacífico.

La iniciativa pretende descongestionar también el Paso de los cerros de cerca de 2 mil camiones que circulan diariamente, ya que como las vías estarán en un túnel ferroviario de baja altura se podría multiplicar 10 veces la capacidad de carga sin accidentes. El Jefe de la Unidad de Infraestructura de la CEPAL, asegura que si el proyecto termina siendo

lo que promete claramente tiene una lógica interesante. Y es que "un buen proyecto debiera ser el que multiplique la capacidad de paso, por lo que debe ser más bajo y evitar la interrupción e ineficiencia actual, y el hecho de montar una cantidad de trailers en un tren y cruzarlos juntos, realizando el trámite administrativo y aduanero de una vez claramente es mucho más eficiente".

El objetivo de este proyecto es que esté operativo los 365 días del año, independiente de las condiciones climáticas, asimismo que en sólo 4 horas se pueda realizar el cruce entre Los Andes y Mendoza. Entre los beneficios del Corredor Bioceánico Aconcagua, también se cuenta la generación de fuentes de trabajo, con las actividades comerciales que se generarán en torno al proyecto, como hoteles, restaurantes, empresas de logística y de transporte, entre otras.

LA RELEVANCIA DEL PROYECTO

Para Rodrigo San Martín, profesor del Diplomado de Operaciones y Logística de Educación Ejecutiva de la Universidad de Chile y Director Comercial en TNT, "la importancia va a depender de cómo se integra con las vías de transporte actuales. Por ejemplo, hoy existe un gran flujo de camiones provenientes de Brasil que usan el paso Libertadores, será fundamental entonces que este



flujo sea integrado a este proyecto. Sin embargo, la infraestructura no sirve de mucho cuando no tenemos integración aduanera, se pueden gastar miles de millones de dólares en este proyecto, pero si la carga queda dormida esperando un permiso de importación, se pierde toda la eficiencia ganada". Para Gabriel Pérez Salas, de la División de Recursos Naturales e Infraestructura de la Cepal, en un principio se planteó la idea del corredor Bioceánico pensando en la concepción antigua de juntar los dos océanos. "Sin embargo, hoy lo que estamos investigando en Cepal y promoviendo en la región, es la importancia de la logística para el desarrollo, por lo que más que hablar de un corredor Bioceánico debiéramos hablar de un corredor logístico, incluso de una interconexión logística entre estas dos zonas. Donde los grandes beneficiarios no van a ser necesariamente los puertos de los extremos, sino que cada una de las regiones intermedias, que ahora tendrá una conectividad que les permite comercializar de forma más competitiva y generar servicios de valor agregado".

En ese sentido, según el experto de Cepal hay varios estudios que muestran que el real beneficio lo tienen las zonas intermedias. Por eso "la importancia que nosotros le damos a este proyecto tiene que ver con la logística y al desarrollo de servicios logísticos, que es donde está el verdadero valor agregado", agrega Pérez Salas.

Coincide también Ricardo J. Sánchez, de Cepal, quién señala que "uno podría reducir hasta en una tercera parte el costo logístico por el sólo hecho de mejorar la infraestructura y sus condiciones de uso. Además, sino uno mejora el tiempo y el costo de cruzar la frontera, a través de medidas de facilitación comercial y de tránsito, el proceso completo se hace más expedito, el costo logístico baja y la competitividad se incrementa.

Es por ello que si este proyecto sirve para mejorar la infraestructura y se ve acompañado por medidas de facilitación, claramente la ventaja en términos de disminución de costos logísticos, y por ende de competi-

vidad es muy importante. Sin embargo, el sueño de conexión de principio a fin, en que un producto del Atlántico termine saliendo por el Pacífico, es algo complejo debido a los 1400 kilómetros de distancia que existen entre ambos océanos y las ineficiencias logísticas que encaren la operación.

"Es por eso que la apuesta que hacemos nosotros es a los servicios logísticos, ahí se puede notar la diferencia y justificar las eventuales mayores distancias. Es en este contexto, donde esta nueva infraestructura comienza a ser interesante y se convierte en una ventaja competitiva para ambos países, pero sobre todo para Chile", concluye Gabriel Pérez Salas.

BENEFICIOS "OFICIALES"

En lo concreto, existen muchas variables indispensables que hacen al proyecto del Corredor Bioceánico Aconcagua una iniciativa ambiciosa, competitiva y necesaria para lograr la unión interoceánica, con todo el impacto que ello tendrá a nivel regional.

En este contexto, quienes desarrollan y promueven el proyecto han señalado que este traería beneficios a un área de más de 3 millones de km² y una población de 126 millones de habitantes que representa el 48% del total sudamericano, donde se genera el 70% de la actividad económica del América del Sur.

Según lo descrito, "el proyecto plantea un escenario de seguridad para los grupos humanos, de mayor confiabilidad, por su perspectiva de largo plazo; de eficiencia energética, por los ahorros que insume; y de eficiencia logística, por las proyecciones de saturación que hoy ya vemos en el paso vial Cristo Redentor". Siempre en el ámbito de los beneficios que esta iniciativa reportaría y en forma más explícita, desde la plataforma que lo desarrolla se han destacado los siguientes:

Solución a la saturación del paso: El paso Cristo Redentor con 5 millones de to-

neladas que pasan en la actualidad, está al borde de su saturación, circunstancia que podría empeorar rápidamente en los próximos años. Una obra como la del Bioceánico Aconcagua servirá para evitar la saturación vial, además de incrementar la capacidad de transporte.

Seguridad Vial: Según estadísticas de los Estados Unidos, cada mil millones de toneladas kilómetro transportadas, los decesos en ferrocarriles de carga representan un 18%. La travesía en camión es 5,5 veces más riesgosa en términos de muertes que el transporte ferroviario.

Confiabilidad: Con este beneficio nos referimos a la confianza depositada por el emisor o receptor de la carga en el medio de transporte. Saber con certeza que la mercadería enviada llegará en tiempo y forma representa una característica de gran relevancia en cualquier acuerdo comercial. Esta situación de confiabilidad se rompe en el paso actual, que no puede garantizar la logística por cuestiones climáticas: al menos 60 días anuales se pierden por condiciones del tiempo adversas. Lo que es aún más grave es que la incertidumbre de cruce se prolonga durante 5 meses, entre mayo y octubre. El proyecto del Corredor Bioceánico Aconcagua contempla 365 días anuales de transporte, sin incertidumbres.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Otra virtud del proyecto es la eficiencia energética por el uso de vías férreas en vez de vehículos. Un ejemplo de ello es el transporte de una tonelada entre Luján de Cuyo y Los Andes el que demanda un 69% menos de energía por tren que por camión en un terreno promedio. Debido a la menor altitud del túnel, menores pendientes, menores curvas y a la locomoción eléctrica, la eficiencia energética será aún mayor en el caso del Corredor Bioceánico Aconcagua.

LGT

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





82

SE BUSCAN OPERARIOS COMPROMETIDOS, RESPONSABLES Y FLEXIBLES

Se está privilegiando a hombres y mujeres que tengan la capacidad de trabajar bajo presión, y en conjunto con equipos. Del mismo modo, es muy importante que sean flexibles y tengan disponibilidad de tiempo para trabajar en diversos turnos, fines de semanas y feriados.

Debido al buen ritmo de crecimiento de los últimos años, el alza de remuneraciones y la cercanía al pleno empleo, el recurso humano se ha convertido en un elemento crítico para la logística. Cada día se hace más difícil encontrar personas que quieran trabajar en esta industria, sobre todo como operarios logísticos.

La escasez de mano de obra junto con la alta rotación que existe en este perfil laboral, complejiza bastante el panorama para los operadores logísticos. Un pro-

blema que se ve agravado en temporadas altas, sobre todo a fin de año, fecha en la cual las empresas del retail, y por ende, las empresas del sector logístico ven aumentada su operación, producto de la fuerte demanda que traen las fiestas de fin de año. No obstante, independiente de lo difícil que es conseguir operarios logísticos, las empresas los necesitan cada día más, teniendo en cuenta el fuerte crecimiento de la industria y la importante labor que realizan.

¿QUÉ PERFIL DE OPERARIO BUSCAN HOY LAS EMPRESAS?

“Hoy las empresas y los centros de distribución están buscando personas responsables, con alto nivel de compromiso y proyección laboral. Se está privilegiando a hombres y mujeres que tengan la capacidad de trabajar bajo presión, y en conjunto con equipos. La flexibilidad también es un punto relevante, ya que en algunos casos en particular cuando se presenta un fuerte peak es necesario contar con personal con disponibilidad de tiempo para trabajar en diversos turnos, fines de semanas y feriados. Las empresas

NO MÁS ARRIENDO, COMPRE AHORA SU BODEGA Y SEA PROPIETARIO

VENTA DE BODEGAS
EN CONDOMINIO MÁS OFICINAS
Y LOCALES COMERCIALES

Ubicación: Autopista Central
General Velázquez con Vespucio Sur



Avanza Park 
V e s p u c i o S u r 

Construye
 **CAMPOS**
DE CHILE
Construtora

www.avanzapark.cl
tel. 29334455

también están buscando gente calificada y preparada, y al mismo tiempo mujeres para poder realizar labores en que se necesita capacidad de detalle”, señala Roberto Celis, Director de Zona Poniente de Adecco.

Según Bernardita Venegas, Jefa de Recursos Humanos de TW Logística, debido a que el perfil del área de operaciones es de alta rotación, lo que buscan son personas comprometidas: “Buscamos personas que posean un alto nivel de compromiso, tanto en el ámbito laboral como personal, además es importante que valoren su fuente de trabajo, que encuentren motivación en las labores que realizan y sean capaces de ver los objetivos del área y percibir la cadena de valor, y finalmente que posean un cierto nivel de autonomía y proactividad”.

En tanto, para Sergio Vidal, Jefe de Operaciones de Kuehne Nagel y Relator del Instituto de Logística y Transporte de Chile, lo importante es la pasión de los operarios: “Se requiere que sean apasionados y que les guste la Industria Logística, porque en esta industria siempre existen variables que cubrir. Es por ello que se requieren personas responsables, con un alto nivel de tolerancia a los cambios y prioridades diarias. Porque en cualquier minuto puede ocurrir una contingencia, el avión se puede atrasar, el barco puede no llegar o incluso puede existir variables legales, y para esas situaciones los operarios deben estar preparados”.

“Yo siempre les digo a nuestros colaboradores y alumnos, muchachos esto tiene que gustarnos, porque si no nos gusta estamos equivocados. En este mundo de la logística hoy en día hay muchas posibilidades de desarrollo profesional y el que quiere continuar en esta industria tiene un abanico de posibilidades, pero primero tiene que gustarnos lo que estamos haciendo”, agrega Vidal.

SELECCIONANDO AL CANDIDATO IDEAL

Es un proceso bastante complejo el llegar hasta el perfil deseado, ya que no sólo basta con tener gente idónea para el cargo, sino

que también es importante que este perfil calce con los requerimientos de la empresa. Es por ello que luego de reclutar candidatos, se deben seleccionar adecuadamente.

“En el caso de TW contamos con un área de selección y reclutamiento. Para nosotros es un gran desafío encontrar el este tipo de perfil, ya que es muy escaso, sin embargo, las fuentes de reclutamiento que más nos han resultado son la Bolsa Nacional de Empleo y las OMIL (Oficina Municipal de Intermediación Laboral) de comunas cercanas a las empresas, y siempre son útiles los referidos de nuestros colaboradores. Luego, cuando tenemos gente reclutada, realizamos un proceso de selección, el cual consiste en entrevistas grupales (previo filtro curricular y entrevista telefónica) que dan lugar a informes psicolaborales que entregamos a las jefaturas solicitantes, para que ellos puedan entrevistar a los candidatos que han resultados aptos para el cargo”, explica Bernardita Venegas.

“Del mismo modo, tenemos un flujo de selección que revisamos en reuniones periódicas con los Jefes de Logística, instancia en la que revisamos los perfiles y los tiempos de respuesta (ya que dependiendo de nuestros clientes puede haber diferencias en el perfil requerido: personas más rápidas o personas más detallistas), y ajustamos según los requerimientos de las jefaturas solicitantes”, agrega Venegas.

En el caso de Kuehne y Nagel, los cargos de toma de decisión y de jefatura los hacen internamente a través del área de recursos humanos. En cambio, los cargos de apoyo a la primera línea, es decir los operarios de la logística, lo hacen a través de un outsourcing que su partner en la operación. Lo interesante es que todos los trabajadores, independiente si son internos o externos, tienen las mismas condiciones laborales y beneficios.

En Adecco cuentan con dos modalidades de reclutamiento. “Una de ella es realizar Assessment donde se evalúa grupalmente a los operarios, implementando casos prácticos y aplicación de pruebas. En los casos

donde el cliente lo solicita, también se realizan exámenes médicos. La segunda modalidad utilizada en Adecco son las capacitaciones pre-contrato, donde formamos a los futuros operarios a través de cursos teóricos y prácticos donde se prepara a las personas sobre normas, procedimientos y funciones a realizar. De esta manera cada vez que una empresa nos solicita personal calificado contamos con una base activa de trabajadores, muchas veces universitarios o mujeres, que están dispuestos a cubrir cargos solicitados según la necesidad de la compañía”, explica Roberto Celis.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN: PULIENDO A NUESTRO RECURSO HUMANO MÁS PRECIADO

Está claro que los operarios son una pieza clave en el trabajo de la logística, ya que son ellos quienes están presentes en la cadena de suministro y hacen la mayor parte del trabajo duro. Es por ello que no sólo basta con contratar al perfil deseado, sino que es necesario capacitarlos y formarlos constantemente para que se conviertan en nuestro mejor aliado a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes.

Es así como en Kuehne Nagel tienen como política de empresa las capacitaciones semanales. “Acá todos nuestros operarios y colaboradores pasan por estas capacitaciones, donde se les explica los procedimientos y se les forma en todo lo que necesiten saber para realizar bien su trabajo. Asimismo, las jefaturas estamos muy apegadas a la operación, de manera que nuestros colaboradores nos sientan cercanos y parte del equipo. Es así como nosotros estamos disponibles cuántas veces ellos estimen necesario, todo con el fin de focalizar un nivel de excelencia a nuestros clientes”, comenta Sergio Vidal.



Valora este Artículo:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.



SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO & MAQUINARIAS

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



Apiladores Eléctricos
con tecnología Europea

Línea Manual
Semieléctrica
Autopropulsada

Equipos Refaccionados
de diferentes modelos
y marcas europeas

info@servylog.cl
www.servylog.cl

 **Santiago**

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

Lima - Perú 

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

ALOG CHILE OBTIENE RECONOCIMIENTO DEL SAG PARA CURSO DE CAPACITACIÓN

A partir de mayo de 2014 la Asociación Logística de Chile, ALOG Chile A.G.- cuenta con el reconocimiento de parte del Servicio Agrícola y Ganadero, para dictar el curso “Manejo de Animales Vivos y Carga Perecedera por vía Aérea”. De esta forma, el curso pasa a formar parte del listado oficial de cursos de capacitación en bienestar animal reconocidos por el SAG en el marco de la ley 20.380 sobre protección de animales.



En este contexto, la Asociación Logística entra en línea con la tendencia mundial orientada hacia la mejora de las condiciones de bienestar de los animales durante el transporte, de tal forma de producir el menor estrés posible, minimizar los riesgos de lesiones y mantenerlos en un espacio confortable.

Así, el curso impartido por ALOG Chile permitirá adquirir los conocimientos sobre las disposiciones de tipo técnico para el transporte de todo tipo de animales vivos, como planear un embarque de animales vivos y saber dónde buscar más información en caso de no tener claridad sobre algún aspecto de la operación. También permitirá conocer las leyes y reglamentos que norman el transporte, y qué instituciones nacionales e internacionales como la OIE (Office International des epizooties) y citas que

regulan la actividad. Así mismo los participantes adquirirán los conocimientos básicos para planificar, manipular y despachar embarques de cargas perecibles por vía aérea, junto con conocer el marco legal y reglamentario que lo sustenta. En tanto, aquellos interesados en obtener más información sobre este curso pueden visitar la página web de la asociación.

COMPETENCIAS LABORALES

En otra línea, la Asociación Logística de Chile -ALOG Chile A.G.- ha destacado que una de sus prioridades institucionales está dada por la constante profesionalización de quienes trabajan en la industria Logística, de manera de tener un sector cada vez más capacitado para el desarrollo y la competitividad de la misma. En este sentido, la certifica-

ción de competencias laborales ha pasado a ser un elemento central de su estrategia, considerando la necesidad de reconocer la experiencia laboral que han desarrollado a lo largo de su vida aquellos trabajadores sin estudios formales.

En este contexto, ALOG Chile ha sido el organismo que ha liderado el trabajo del Organismo Sectorial de Competencias Laborales para la industria Logística, espacio de trabajo tripartito que ha permitido reunir a representantes de las empresas de la Industria Logística, del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y de los mismos trabajadores -a través de sus sindicatos- para avanzar en el diseño y construcción de un programa de formación y otros instrumentos de apoyo para el proceso de capacitación, evaluación y certificación de competencias laborales para el sector Logística, de acuerdo al Catálogo de Perfiles Ocupacionales acreditados por ChileValora.

Este trabajo ha permitido diseñar y construir los programas de formación e instrumentos de apoyo a la capacitación, evaluación y certificación de competencias laborales, considerando la realidad sectorial y los Perfiles Ocupacionales del Catálogo de ChileValora priorizados por el sector, permitiendo fijar un estándar mínimo que será exigido por Sence y ChileValora en estos procesos, respectivamente.

El pasado mes de mayo, durante el cierre de este trabajo, la Gerente General de ALOG Chile, Cynthia Perisic Ivandic, destacó que “esta es una labor de suma importancia para avanzar en la capacitación de los trabajadores de la industria, por lo cual esperamos que se materialice a nivel gubernamental de manera de avanzar no sólo en materia de certificación de competencias, sino que también en la gestión de una carrera programática de estudios para los trabajadores del sector”. **LGT**

GS1 CHILE RECIBE RECONOCIMIENTO EN ALEMANIA POR SUS 25 AÑOS DE TRAYECTORIA

El reconocimiento internacional al trabajo permanente que ha realizado GS1 Chile, se efectuó en el marco de la Asamblea General de GS1 realizada en la ciudad de Berlín, en la que asistieron más de 350 delegados de los países pertenecientes a la comunidad GS1. Chile estuvo representado por el Vicepresidente señor Eduardo Castillo y el Gerente de Administración y Gestión, Rodrigo Muñoz.

Cada año, los líderes de GS1 de todo el mundo se reúnen en la Asamblea General para conocer nuevos avances y desarrollos, discutir en relación al rol actual de GS1 dentro del mercado y los negocios, y proyectar el plan de la organización.

Como parte del programa de la Asamblea, el martes 20 de mayo, GS1 Global Office representado por el señor Miguel Ángel Lopera, Presidente y CEO de GS1 y el Presidente del Consejo Timothy Smucker, entregaron en el Plenario principal el galardón al Vicepresidente de GS1 Chile por la trayectoria de 25 años en que Chile ha pertenecido a la comunidad mundial de GS1 impulsando el desarrollo de los estándares, facilitando el quehacer del comercio de bienes y servicios.

Desde 1989 y bajo respaldo de la Cámara Nacional Comercio, Servicios y Turismo A.G, se instala EAN Chile, representante de la asociación internacional privada sin fines de lucro, que en estos 25 años ha tenido como objetivo principal desarrollar estándares de identificación que permitieran la administración eficiente de la cadena de abastecimiento. En 2005 la asociación pasa a denominarse GS1, Global Standard One.

GS1 Chile, en la misión de promover y facilitar el uso de estándares GS1 ofreciendo productos y servicios, que de manera innovadora agreguen valor a los usuarios, mejorando la seguridad, confiabilidad y trazabilidad de su cadena de abastecimiento, distribución y comercialización, ha logrado expandir la estandarización más allá del código de barra, desarrollando el Área de Soluciones con profesionales que entregan asesorías y consultorías en torno al correcto y múltiple uso de los estándares, dispositivos y equipos, así como también la implementación de un sistema de trazabilidad que permite a las empresas cumplir con las regulaciones y requerimien-

tos que la industria exige. Actualmente, GS1 Chile cuenta con más 3.850 empresas asociadas y más de 661.000 códigos registrados, otorgando un valor a los productos y servicios, lo que se convierte en confianza por parte de los consumidores.

GS1 Chile ha dirigido el desarrollo de nuevas tecnologías con los estándares globales en sectores tan diversos como el comercio, la salud, la agroindustria, la defensa, los servicios y la industria pesquera por sólo nombrar algunos y pretende, con miras a los 30 años, ser el líder y referente natural, en la masificación de los estándares GS1 en Chile que permitan a las organizaciones relacionarse en un

mundo donde la información y los productos estén disponibles en forma segura, oportuna y eficiente para usuarios y consumidores, en todo lugar y en todo momento. **LGT**

GS1 es una asociación sin fines de lucro orientada a facilitar el intercambio de bienes y servicios mediante la implementación de estándares y soluciones para mejorar la eficiencia de las cadenas de oferta y demanda a nivel mundial en todos los sectores. **LGT**

87



PROCHILE INVITA A SECTORES DE SERVICIOS A DARLE VALOR AGREGADO A LA MATRIZ EXPORTADORA

El Director de ProChile, Roberto Paiva, se reunió con 18 representantes de gremios y sectores del sector de servicios, con el fin de exhibirles las líneas estratégicas de la institución. “Mientras el país logre un mayor desarrollo, habrá más producción y exportación de servicios”, aseguró.

Los servicios se han consolidado como una de las industrias más diversas y que mayor aporte puede hacer la diversificación de la matriz exportadora de Chile. Por este motivo, el Director de ProChile, Roberto Paiva, se reunió con 18 representantes de gremios e industrias del sector para darles a conocer los lineamientos estratégicos que la institución quiere potenciar, y al mismo tiempo, conocer cuáles son los principales desafíos y obstáculos que enfrentan las empresas del sector en su proceso de internacionalización.

“ProChile posee instrumentos para apoyar la inserción de las empresas de servicios en los mercados internacionales y los pondrá a su disposición, buscando ser cada vez más efectivo en esta tarea. Para esto se requiere un estrecho trabajo de colaboración público- privado”, señaló el Director de ProChile. “La gracia que tiene esta industria es que está asociada al desarrollo del país. Mientras el país logre un mayor desarrollo, habrá más producción y exportación de servicios”, agregó. Los focos de la administración 2014 – 2018 de ProChile estarán puestos en fortalecer sus relaciones con América Latina, ser más inclusivos en los sectores que componen la oferta exportadora nacional, promover la asociatividad en los diferentes gremios exportadores, fomentar con mayor fuerza a las regiones a que aumenten sus envíos al exterior y ofrecer una producción con un mayor valor agregado. Todo esto tiene como fin convertir a Chile en un mercado líder en la producción de servicios, contribuyendo así a la diversificación de la estructura exportadora del país.

REACCIONES DE LOS SECTORES PRESENTES

Editorial, servicios audiovisuales, de animación, de música, arquitectura, construcción, ingeniería y educación, entre otros, fueron algunos de los sectores presentes en la reunión. En su mayoría, los repre-



sentantes de gremios concordaron en que se debe trabajar de forma asociada para poder posicionar el nombre de Chile en el exterior, exhibiendo en ferias y eventos internacionales una oferta exportable complementaria. Al mismo tiempo, concordaron en que América Latina ha sido hasta el minuto el mercado natural para potenciar sus envíos. De hecho, el 58 % de las exportaciones del sector se concentran en esta región.

Juan Pablo Lastra, Presidente de la Asociación Gremial de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos -VG Chile-, señaló que si bien la industria de los videojuegos es aún muy pequeña, ha progresado mucho en los últimos años: creció un 12% en 2013, mientras que en 2014 tienen expectativas de hacerlo entre un 12% y 20%. Sin embargo, rescató que falta

involucrar más a las empresas de regiones en el rubro, ya que de sus 25 asociados, 22 están ubicados en Santiago.

En tanto, El Director Ejecutivo de la Asociación de Emprendedores de Chile -ASECH-, Cristián López, aprovechó la ocasión para destacar que el 80% de los socios de la entidad que dirige se dedican a los servicios, muchos de los cuales han podido sacar adelante sus proyectos con fondos de ProChile, como Calder Solar, Pegas con Sentido, Clean Energy y Neuroinnovation, entre otros. El Director de ProChile, Roberto Paiva, animó a los diferentes gremios a ocupar las 54 Oficinas Comerciales que la institución dispone al servicio de todos los chilenos en el mundo para poder prospectar mercados e internacionalizar su oferta. **LGT**

CRECIMIENTO DE LA CARGA EN PAUSA

La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) ha publicado datos que muestran los mercados de carga aérea subieron un 5,9% en comparación con hace un año y la capacidad creció un 3,4%. Mientras que esto marca una mejora significativa en los volúmenes con respecto a marzo de 2013, gran parte del crecimiento se produjo en el último trimestre de 2013 (por encima del crecimiento del volumen habitual de fin de año). Desde el comienzo del año, los volúmenes de carga aérea han sido básicamente plana. Esta meseta de los volúmenes es consistente con la reciente pausa en la mejora de la confianza empresarial y del comercio mundial.

Las condiciones de negocio en los EE.UU. y Europa, sin embargo, proporcionan una razón para ser cautelosamente optimista para la reanudación del crecimiento en los próximos meses. El aumento de los pedidos de exportación, en particular, espera que de un impulso positivo a los mercados estadounidenses y europeos. Pero esto es equilibrada contra el impacto de una desaceleración en el sector manufacturero chino, que está ahora en su cuarto mes. Esto ya ha afectado las exportaciones de los países emergentes de Asia, que se contrajeron en febrero.

"Los mercados de carga tuvieron un impulso en el último trimestre de 2013, pero ahora se han estabilizado. Se trata de una industria competitiva con creciente capacidad persiguiendo la débil demanda. El ciclo económico con el tiempo se moverá hacia arriba. Pero la industria de carga aérea también tiene que mejorar su propuesta de valor si se trata de atraer a un crecimiento que los mercados mejoren. La modernización de los procesos de carga aérea y la infraestructura ofrece el potencial de reducir los tiempos de envío de extremo a extremo por hasta 48 horas. No podemos dejar de caer en el mercado nos impiden esta ganancia competitiva crítica", dijo Tony Tyler, Director General y CEO de IATA.

En los 40 años transcurridos desde la introducción del 747 carguero, el tiempo de extremo a extremo el envío de bienes por vía aérea se ha mantenido sin cambios. Durante este período, los innovadores han creado una nueva propuesta de valor para los cargadores y los consumidores sobre la base de un modelo de extremo a extremo, la aceleración de las entregas a través de la integración de los componentes de las líneas aéreas y terrestres de mercancías, desafiando el modelo de negocio actual para muchos participantes. En el Simposio Mundial de Carga en marzo, Director Global de Carga de IATA, Des Vertannes, desafió a la industria a reducir el tiempo de

extremo a extremo de envíos de carga aérea a las 48 horas en el año 2020, para mejorar la competitividad y el valor de la carga aérea.

Cabe indicar que los Volúmenes de carga aérea de América Latina se mantuvieron estables. El comercio de la región se deterioró a principios de 2014, lo que podría explicar la desaceleración, mientras que la capacidad aumentó un 2,3%, lo que debilita el factor de carga. **LGT**



BODENOR FLEXCENTER EL PRIMER CENTRO DE DISTRIBUCION MODALIDAD ARRIENDO CON CATEGORIA LEED GOLD EN CHILE

Ubicado en calle Lo Boza 441 en la comuna de Pudahuel, el complejo logístico Bodenor Flexcenter también se distingue por sus instalaciones de primer nivel, amplios espacios de maniobra y excelente conectividad.

El pasado 28 de mayo, en la explanada principal del parque logístico Bodenor Flexcenter, ubicado en Lo Boza, la plana mayor de BFC dio a conocer la obtención de la certificación LEED GOLD para el recinto ubicado en la comuna de Pudahuel.

SUSTENTABILIDAD CERTIFICADA

Descrita como un sistema de certificación para edificios sostenibles, la distinción LEED se basa en la incorporación al proyecto inmobiliario o a las instalaciones existente, aspectos relacionados con la eficiencia energética; el uso de energías alternativas; la mejora de la calidad ambiental interior; la eficiencia en el consumo de agua; el desarrollo sostenible de los espacios libres y con la selección de materiales.



Carlos Vargas, Fernando Arancibia, Giancarlo Fantoni, Fabio Duque, Alvaro Arratia y Hugo Salvo



Giancarlo Fantoni descubre placa de Certificación LEED Gold

Durante el evento, que contó con la presencia de los clientes APL y Cellstar que -actualmente- habitan los 40 mil m2 del recinto, Giancarlo Fantoni Gerente General, descubrió una placa alusiva a la distinción obtenida por la compañía y que posiciona al complejo logístico de Lo Boza como el primer Centro de Distribución en modalidad de arriendo con categoría LEED GOLD en Chile



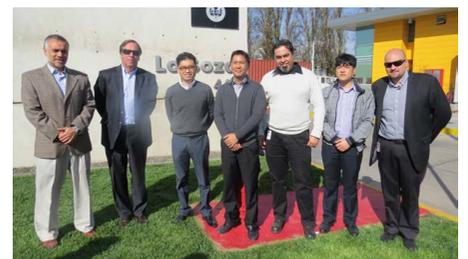
Hugo Salvo y Gonzalo Picó

La certificación, de uso voluntario, tiene como objetivo avanzar en la utilización de estrategias que permitan una mejora global en el impacto medioambiental de la industria de la construcción. En este contexto, actualmente existen 3 niveles de certificación a nivel mundial: plata (LEED Silver), oro (LEED Gold) y platino (LEED Platinum). De ahí que, preocupados por el bienestar de sus clientes, BFC avanzara un paso más allá, distinguiéndose de la competencia hasta posicionarse como la única compañía que ofrece arriendo de Centros de Distribución y Bodegas de Clase Mundial en Chile.

Durante el evento, también se dio a conocer el estado y avance del nuevo proyecto inmobiliario- logístico de BFC, denominado: "Parque Logístico". Este complejo dispone de 65 hectáreas, en el sector de Enea y cuenta con ingreso directo desde las principales autopistas de la Región Metropolitana. Con ello, BFC sigue evaluando las mejores alternativas para el funcionamiento sustentable y para entregar a su selecta cartera de Clientes el mejor servicio.



De izquierda a derecha) Fernando Arancibia, Rodrigo Valdés, Alvaro Arratia y Fabio Duque



KUEHNE+NAGEL Y AEROSAN WORKSHOP PHARMA: ¡UN ÉXITO!

Kuehne + Nagel junto con Aerosan realizó la segunda edición del taller Workshop Pharma, con el cual pretenden fomentar la aplicación de la Norma 147, relacionada con las buenas prácticas de almacenaje y distribución de los productos farmacéuticos.



Gonzalo García, Sub Gerente General de Aerosan; María Eugenia Schiappacasse, Logistics Manager Pharma; Claudio Carrasco, National Key Account Manager for Pharma & Life Science Industry; Ricardo Gruebler, Regional Key Account Manager, todos de Kuehne + Nagel.

sición dentro de la industria respecto de su competencia. Se generaron debates, preguntas y se analizó cómo se adecua esta nueva práctica a la realidad chilena. Asimismo, se presentaron dos soluciones para controlar la temperatura de los productos.

Una es Envirotainers, proveedores asociados a KUEHNE + NAGEL que ayudan a mantener la temperatura durante los traslados en aviones. Luego el Grupo KLM (Air France, Martin Air, KLM) explicó cómo hacen el manejo de los productos pharma. Ambos servicios son ofrecidos por Kuehne + Nagel.



A mediados del año pasado, el mercado farmacéutico se vio alterado por la Norma 147, relacionada con la aplicación de las buenas prácticas de almacenaje y distribución. Kuehne + Nagel respondió ante esta modificación realizando un taller con diversos representantes del rubro en abril de 2013 y llevando a cabo su segunda versión recientemente. “La idea no es vender nuestros servicios, sino discutir, crear debate y generar contacto con la gente que está interesada en nuestros productos”, comenta Claudio Carrasco / Sci ZV-KP, National Key Account Manager for Pharma & Life Science Industry.

El resultado? Un completo éxito. Este año esperaban cerca de 30 personas, sin embargo llegaron más de 100 representantes de más de 25 compañías, entre ellos diversas aerolíneas y la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). A este respecto, Carrasco declaró que esta nueva normativa no se había instaurado fuertemente en Latinoamérica, creciendo el interés por parte del mercado. “Esta era una oportunidad para mostrar nuestro punto de vista, presentar las herramientas que tenemos para ayudar a cumplir con la nueva norma y ayudar a entender el impacto en los actuales procesos, agregó. Mediante este taller, Kuehne + Nagel ha marcado una po-

E-COMMERCE DAY SANTIAGO 2014

En la sexta versión del evento más importante de América Latina en Comercio Electrónico y Negocios por Internet, Revista Logistec tuvo una destacada participación como media partner del evento.



Además, se intercambiaron experiencias contadas por sus protagonistas, se debatieron nuevas tendencias en múltiples sesiones plenarias y simultáneas en forma de paneles y casos de negocios con invitados especiales.

En el discurso de apertura de la jornada, el presidente de la Cámara de Comercio de Santiago, Peter Hill, señaló que además de la evolución que ha experimentado el comercio electrónico, las tendencias que marcan la pauta de las nuevas áreas de desarrollo del sector son los nuevos modelos de negocios basados en la conectividad móvil y su rápida absorción entre los consumidores, las compras sociales, la madurez de tecnologías que facilitan y enriquecen la experiencia del cliente, y contribuyen a mejorar las tasas de conversión. Al mismo tiempo, Hill destacó que “también nos hemos hecho cargo de los grandes desafíos; entre ellos, la seguridad y confianza en las transacciones online, las cadenas de distribución y la calidad de la logística, así como la presión sobre la excelencia en el servicio que impone un consumidor cada vez más exigente”.

El pasado 9 de Mayo se celebró la sexta versión del “eCommerce Day, Santiago 2014”, evento organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, evento que congregó a más de mil ejecutivos y empresarios del rubro.

En dicha jornada, los asistentes pudieron conocer las últimas tendencias y casos de éxitos sobre el uso e impacto del comercio electrónico en Chile y Latinoamérica. Al mismo tiempo, los participantes tuvieron la posibilidad de interactuar con nuevos y consolidados emprendedores del comer-

cio electrónico, anticipar escenarios de negocio y generar nuevas ideas para sus respectivas empresas, pymes o emprendimientos.

El evento, que en esta oportunidad contó con Revista Logistec como media partner, celebró distintas conferencias de alto nivel y talleres temáticos con más de 50 reconocidos expertos, los cuales analizaron temáticas actuales y las últimas tendencias sobre la economía digital, en áreas tan variadas como: la implementación de estrategias de venta online, el diseño y puesta en marcha de un negocio digital y la logística aplicada al comercio electrónico.



Media Partner: Revista Logistec

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



APLOG A.G.: NUEVA ASOCIACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA LOGÍSTICA

El pasado 30 de Mayo se constituyó la Asociación de Profesionales en Logística, Operaciones y Cadena de Suministros APLOG A.G, conglomerado que espera convertirse en un organismo de referencia para la industria logística latinoamericana, mediante el estudio y la difusión del conocimiento e intereses de sus asociados respecto del desarrollo de la logística y la cadena de suministro.

Según el manifiesto suscrito por la entidad, que reúne a 25 destacados profesionales del área logística nacional, su acción se enfoca al logro de diferentes objetivos organizacionales, entre los cuales destacan: • **Aportar al conocimiento y difusión de las buenas prácticas logísticas** • **Mejorar los procesos logísticos e implementar nuevas tecnologías, con el propósito de aumentar la competitividad de nuestras exportaciones, potenciando el crecimiento y productividad nacional, acercándonos a parámetros y países de la OCDE**. • **Concientizar e involucrar a estamentos públicos y privados, en planes de capacitación del área Logística con la finalidad de obtener profesionales y técnicos orientados en las competencias y desafíos que requiere la cadena de suministros.**

Además, la asociación brindará asesoramientos, capacitaciones, certificación y benchmarking de procesos logísticos a empresas del área productiva y servicios.

RAMIRO URENDA DEJA LA GERENCIA GENERAL CORPORATIVA DE DERCO Y SERÁ REEMPLAZADO POR ALFONSO MÁRQUEZ DE LA PLATA

Luego de cumplir más de 13 años en la conducción de Derco, Ramiro Urenda dejará el cargo el 1 de agosto para integrarse al directorio de la empresa a partir de esa fecha.



En su reemplazo, asumirá Alfonso Márquez de la Plata Cortés, ingeniero comercial de la Universidad Católica, quien tiene una amplia experiencia en gestión empresarial y se desempeñó como gerente general de AquaChile hasta marzo de este año.

El presidente del directorio de Derco, Juan Pablo del Río, destacó el importante aporte de Ramiro Urenda. "Quiero agradecer el compromiso demostrado siempre por Ramiro, quien asumirá un rol activo en el directorio, desde el cual seguirá entregando su valioso aporte. Este es un plan de sucesión, muy pensado y madurado, que venimos trabajando con él desde hace un año y medio", señaló.

Respecto de su nuevo cargo, Alfonso Márquez de la Plata, recalzó que "me incorporo a un equipo que ha liderado la innovación en la industria y buscaré seguir potenciando cada una de las operaciones, procurando generar valor para trabajadores, clientes, distribuidores, concesionarios y accionistas, en base a la excelencia, el trabajo en equipo y la orientación al cliente, que son los pilares en los que Derco ha basado su crecimiento".

AR RACKING IMPLANTA SU SOLUCIÓN DE ALMACENAJE EN LAS NUEVAS INSTALACIONES DE LG ESPAÑA EN GUADALAJARA

AR Racking, especialista en soluciones de almacenaje, realizó el montaje de los nuevos almacenes de LG España en la localidad de Azuqueca de Henares, Guadalajara.



El proyecto se enmarcó en el contexto de crecimiento de LG - España en todas sus áreas de negocio y en su apuesta por ofrecer un servicio de excelencia a sus clientes. De ahí que LG apostara por disponer de almacenes propios en la localidad de Azuqueca de Henares, Guadalajara.

En esta línea, AR Racking realizó para LG la instalación de más de 3.000m² de superficie de almacenaje con un sistema de paletización convencional, que ocupa aproximadamente un tercio del espacio de la superficie total de las instalaciones. El sistema empleado permite el acceso inmediato a todas las referencias almacenadas y es muy versátil, ya que se adapta a todo tipo de unidad de carga o carretilla elevadora. Es también muy ágil para montar, sustituir elementos o ampliar componentes a futuro.

Además, durante la puesta en marcha del proyecto, Ar Racking contó con la colaboración de Francisco Olivas, de Comercial Aspro. En su desarrollo, el equipo de AR Racking aportó su especialización en el ámbito de las soluciones de almacenaje para cargas pesadas y su experiencia en la personalización de sistemas a medida de las necesidades de cada cliente, cumpliendo con todos los plazos y requisitos previamente establecidos.

BUSINESS ARCHITECTS FIRMA ALIANZA CON EL CPSCCL - CENTRO DE PROFESIONALES DE SUPPLY CHAIN Y LOGÍSTICA DE CHILE

En una grata reunión Business Architects y el CPSCCL (Centro de Profesionales de Supply Chain y Logística de Chile) han firmado un acuerdo de trabajo conjunto para potenciar la actividad profesional de la logística y de otorgamiento de beneficios en asuntos de capacitación profesional para todos los miembros del Centro Profesional.

Los Directores Ejecutivos Santiago Pino (CPSCCL) y Alvaro Albornoz (BA) (en la foto), consideran que esta alianza puede potenciar e impulsar el desarrollo de la disciplina y por extensión a todos aquellos profesionales que vibran con la profesión, particularmente a todos los miembros del CPSCCL.

Business Architects a través de sus unidad de capacitación y de su Escuela de Negocios, IDEC, ofrecerán al CPSCCL un conjunto de seminarios, cursos y diplomados de especialidad, lo mejor del mundo de la academia y de la experiencia en la gestión de negocios y de operaciones. Como asimismo se espera que muchos profesionales se unan a esta red académica para transferir conocimiento a los asociados.

Asistieron a esta reunión de trabajo Macarena Moreno G, Gerente de Business Architects Capacitación y los profesores Rodolfo Torres-Rabello, Claudio Aravena y Juan Pablo Quiero

CULMINA CONSTRUCCIÓN DE CENTRO DE BODEGAJE CASAS VIEJAS



A fines de junio pasado, Central Bodegas culminó la construcción de su nuevo centro de bodegaje, Casas Viejas, proyecto que inició en el año 2011 y que cuenta con galpones de arquitectura moderna, aislación térmica, iluminación natural y artificial; y amplios patios de maniobras entre las características que más destacan. Con la apertura de Casas Viejas, ubicado a escasos metros de la carretera Vespucio Sur y muy

cercano a la Ruta 68, Central Bodegas dispone de 8.475 m2 más de espacio de almacenamiento logístico para arriendo.

Respecto del reto que significó el desarrollo y la culminación de este proyecto, Jaime Silva, Gerente de Proyectos de Central Bodegas, señaló que: "Poco a poco fuimos incorporando mejoras para hacer de nuestro producto una herramienta competitiva y de calidad. Para ello mejoramos el procedimiento constructivo de pavimentos y probamos el uso de fibra de acero para reforzar el hormigón. También hemos invertido en cercos eléctricos, control automatizado de rondas y turnos, sistema de apoyo de alarmas (botón de pánico) y una serie de medidas que apuntan a dar soluciones a las necesidades de nuestros clientes".

Con la culminación de esta obra, Central Bodegas apunta ahora a la configuración de un nuevo recinto logístico: El Centro de Bodegaje Milagro de Nos, que se ubicará en la comuna de San Bernardo, muy cerca de la Ruta 5. Este nuevo centro aportará 38.000 m2 más para Central Bodegas, los cuales se sumarán a los 85.000 m2 construidos con los que ya cuenta. No deje de visitarnos en www.centralbodegas.cl

CYGNUS ANUNCIA LANZAMIENTO DE MÓDULO TMS



CYGNUS Suite, el software para optimización de la Cadena de Abastecimiento y Comercio Electrónico, incorpora el módulo CYGNUS TMS (Transportation Management System), orientado a la gestión y optimización de Transportes.

El nuevo módulo de CYGNUS Suite será liberado en el segundo semestre de 2014 y es totalmente compatible e integrable con CYGNUS WMS (módulo de Gestión de Almacenaje) y CYGNUS 3PL (módulo específico para Operadores Logísticos), siendo capaz de operar 'stand alone' o integradamente con dichos sistemas, así como con sistemas de ruteo automático.

El nuevo módulo brinda amplios beneficios robusteciendo la Cadena de Abastecimiento al otorgar visibilidad y trazabilidad hasta los destinatarios finales. Entre otras ventajas, reduce los costos de transporte y mejora el servicio al cliente. Dentro de la funcionalidad disponible se destaca la confirmación en tiempo real de entregas realizadas.

CYGNUS TMS fue diseñado para poder satisfacer las necesidades de los diferentes usuarios involucrados en las operaciones de transporte por lo que es desarrollado en HTML/5, lo cual permite soportar diversos dispositivos desde PCs hasta teléfonos celulares. Al mismo tiempo, CYGNUS TMS permite gestionar, planificar y operar el transporte propio y tercerizado, teniendo en cuenta diferentes variables que analiza para optimizar el proceso, tales como: fechas de entrega, transportes, tipos de vehículos, destinos, rutas, servicios de transporte, y tarifas.

EMO-TRANS SE DESPLIEGA EN EUROPA



Con el fin de expandir sus operaciones de transporte de carga marítimo y aéreo hacia Europa occidental el grupo EMO TRANS decidió abrir oficinas propias en Francia, Bélgica y Holanda.

Hasta ahora, la prestigiosa compañía alemana, que posee una red de servicio en más de 250 localidades, en 120 países del mundo, entre ellos Chile. Poseía oficinas propias (sin concesión) sólo en Alemania, su casa fundadora, lo

que limitaba las posibilidades de desarrollar potenciales negocios. De ahí que los directivos decidieran extender su presencia en el viejo continente y dar un nuevo y renovado impulso a dichos proyectos comerciales.

Respecto de este nuevo desafío que el Grupo Emo-Trans ha puesto en marcha, Manuel Espina Ortiz, Gerente General de Emo-Trans Chile, señaló que "con la apertura de estas nuevas oficinas, también se abre la oportunidad de generar servicios de consolidaciones, distribución y almacenaje en estas y otras ubicaciones geográficas. De hecho, para nosotros estos mercados son muy interesantes y unos de los principales destinos de nuestros productos clásicos de exportación".

LENGO PRESENTA NUEVOS PRODUCTOS Y RATIFICA LIDERAZGO

Una destacada participación tuvo Lengno durante la última versión de la Feria Interpack 2014. A este respecto, el Gerente General de Lengno comentó que "pudimos confirmar el liderazgo en la industria de pallets de nuestro representado Cabka-IPS".



En el mes de mayo, durante su visita a Dusseldorf, el Gerente pudo apreciar que, a pesar de existir una amplia gama de proveedores, sus pallets de Inyección a Baja Presión (de la línea de Alto Tráfico) siguen siendo el producto más innovador del rubro. Estos ya han sido usados en diversas industrias con resultados que proyectan la durabilidad de los pallets por sobre los 7 años".

¿Cuál es su principal cliente?, nada menos que DPB, quien maneja más de 800 mil unidades en la logística de la industria bebestible. Por otra parte, considerando requerimientos de clientes que necesitan pallets industriales de superficie lisa más económicos, nos comenta que ha incluido una nueva línea de pallets blancos industriales lisos. Estos están disponibles desde julio en otros colores también y en medidas de 1 x 1.2m. Y 0.8 x 1.2m.

Con esto, Lengno S.A. sigue teniendo la oferta más amplia del mercado en pallets plásticos, consciente que los clientes necesitan cada día productos más específicos de acuerdo a sus diversas necesidades.

GEODIS WILSON GANA EL PREMIO “AIRFREIGHT FORWARDER OF THE YEAR 2014”



Shangai- China. Geodis Wilson fue galardonado por tercera vez como “Transitario de Carga Aérea del Año” en la prestigiosa premiación del rubro aéreo que organiza la publicación líder mundial, Air Cargo Week - ACW.

El reconocimiento fue otorgado en la cena de gala de ACW que se celebró el 18 de junio en Shanghai, siendo recibidos por los altos ejecutivos de Geodis Wilson: Henk Venema, Global Director Product Air, Eric Martin-Neuville, COO and Simon Yam, Managing Director - Greater China.

Este premio se concede por medio de los votos que emiten los usuarios del servicio de carga aérea en todo el mundo, los cuales debían considerar en su elección tres ejes específicos: Cobertura Global de la compañía, el enfoque de servicio al cliente y el rendimiento y el compromiso con el desarrollo de nuevas tecnologías.

Tras la premiación, los ejecutivos agradecieron el galardón que resulta sumamente significativo para Geodis Wilson, ya que afirma el liderazgo de la compañía en el rubro del transporte internacional y la logística. En tanto, durante la elección Geodis Wilson se impuso a tres importantes finalistas: DHL Global Forwarding, Kuehne + Nagel y Panalpina.

ANDRÉS MOLINA, NUEVO GERENTE COMERCIAL PARA SLI MAQUINARIAS

En Mayo pasado, Andrés Molina, asumió la Gerencia Comercial de SLI Maquinarias, nueva división de negocios dedicada al arriendo y venta de equipos para Warehouse; y servicios de postventa.

Con una extensa carrera ligada al área comercial y una experiencia de 15 años en el rubro de maquinarias, Andrés Molina llega a delinear las estrategias para penetrar los mercados logístico ligado a la pequeña empresa, sector que en su opinión está bastante olvidado por la mayoría de las compañías ligadas a la venta y arriendo de maquinarias.

Con este nuevo impulso, destacó Molina “esperamos contribuir al desarrollo y crecimiento que ha tenido este rubro en la diferentes empresas que operan en Chile”.

En torno a su oferta, en tanto, el Gerente detalló que “SLI Maquinarias contará con una amplia oferta de equipos desde la línea manual hasta la Auto-propulsada, todos equipados para cumplir con las necesidad de la industria en Chile aportando a la operación: versatilidad, seguridad y optimización de espacio, ya que nuestra línea de equipos mezcla capacidad de carga y espacio reducido de giro”.

“Con este nuevo desarrollo SLI SERVYLOG amplía su gama de productos para seguir satisfaciendo las necesidades del rubro logístico”, finalizó Andrés Molina.



SK RENTAL INCORPORA PERFORADORAS ATLAS COPCO

A partir del mes de abril, SK Rental integró a su flota de maquinaria los equipos Jumbos Atlas Copco, Modelo M2D, estos se utilizan principalmente en la minería subterránea en labores de avance y producción, gracias a que pueden realizar perforaciones de distinto diámetro en túneles y galerías de variadas secciones para determinados diagramas de disparo.



El modelo M2D es un equipo de última generación, que cuenta con altos estándares de seguridad, con el objeto de estar a la vanguardia de los requerimientos que exigen los trabajos en obras mineras, con cabinas cerradas y presurizadas, además de FOPS y ROPS. Adicionalmente, cuentan con un sistema de barrido semi húmedo dependiente de redes y sistema de engrase automático.

Esto, sumado al servicio de post arriendo que entrega SK Rental y que incluye el monitoreo permanente del equipo por un técnico especializado, garantiza a nuestros clientes un correcto funcionamiento en faena.

Con más de 15 años de experiencia, SK Rental, perteneciente al grupo Sigdo Koppers, cuenta con una amplia cobertura en todo Chile y un destacado equipo de profesionales que realizan rigurosos procesos de renovación y mantención a las máquinas, para asegurar a sus clientes un óptimo rendimiento. La empresa también cuenta con filiales en Perú, Brasil y Colombia.

PROTEKTO NUEVA TECNOLOGÍA EN MONITOREO Y TRAZABILIDAD DE LA CARGA

La empresa multinacional Protekto Américas de origen Colombiano, ingresó a Chile con la idea de brindar toda su experiencia en los escoltas Electrónicos, protagonistas de los nuevos estándares de seguridad mundial para containers, camiones, vans y todo tipo de vehículos comerciales.

Al mismo tiempo, la empresa presentó a su Director Comercial, Luis Fernando Arango, quien cuenta con una amplia trayectoria en el campo de la logística en Sudamérica, con experiencia en mercados como Colombia, Perú y Chile.

Respecto de la oferta presentada por Protekto Américas, Arango señaló que: “Estos escoltas electrónicos llamados Escoltek son muchísimo más que un GPS, ya que informan la temperatura, el lugar, el estado de la carga, la ruta y todos los cambios, imprevistos y detalles durante el recorrido. Todo ello, da certeza de cada movimiento de la carga, sin importar el lugar del mundo en el que se encuentren”.

Estos dispositivos cuentan con 4 líneas especializadas: Escoltek Contenedores, Escoltek Furgones, Escoltek Slim, Escoltek Ultima milla. Estos escoltas electrónicos se aferran especialmente a cada vehículo y resisten las más duras pruebas durante las 24 horas los 365 días del año.



4^{ta}

Feria Internacional de la INDUSTRIA ALIMENTARIA

3 al 5 de
septiembre
Espacio Riesco
Santiago de Chile

No te quedes fuera

Reserva tu stand y participa en el
encuentro internacional más importante
de la industria alimentaria que se realiza en el país

Más de 300 expositores en 13.000 mts² de exposición.



90%

de los espacios
vendidos.

Alta convocatoria
internacional.

ESPACIO
Food & SERVICE 2014

Un menú de oportunidades

Alimentación.
Vinos, bebidas y licores.
Servicios y tecnología asociada a la industria:
Empaque, embalaje, logística, transportes, bodegaje.
Capacitación, diseño, arquitectura, calidad y seguridad.
Equipamientos, maquinaria, mobiliario y menaje para cocina.
Restaurantes, casinos, hoteles, panaderías.
Supermercados, heladerías, pastelerías, entre otros.
Soporte informático y servicios asociados a la industria.
Clínicas y hospitales.
Planta de producción, cook and chill.
Ropa industrial.
Productos químicos.

Auspician



Patrocinan



Media Partners:



Organiza y Produce:



ESPACIO RIESCO.

www.espaciofoodservice.cl
ventas@espaciofoodservice.cl
(562) 2470 4460 / (562) 2470 4422



Bodendor Flexcenter

Da la bienvenida en parque logístico
al nuevo centro de distribución de

 **Marubeni**



Es parte de nuestra selecta cartera de clientes.
Bodendor Flexcenter el Parque Logístico, más moderno de Chile.



Arriendo de Centros de Distribución y Bodegas de Clase Mundial.

 2 530 8000 | www.bodendorflexcenter.cl

No.
60

SDI...

GROUP • AISL

Today

JUL
2014

ABCDIN se reordena
para "vestirse" con **Dijon**

**SDI Group asesora a
Dimak en distribución**
de alimentos

**InkaFarma evalúa
positivamente su
nuevo CD**



Fue diseñado e implementado por SDI Group

InkaFarma evalúa positivamente funcionamiento de su nuevo CD



EDITORIAL

Este ejemplar de nuestro boletín muestra cómo estamos involucrados en una variedad de rubros y geografías diferentes, siempre muy enfocados en optimizar las operaciones logísticas para permitir a nuestros clientes alcanzar sus objetivos comerciales, utilizando para esto las mejores herramientas y tecnologías disponibles.

Es así como presentamos proyectos en distintas etapas de su desarrollo, en los rubros farmacéutico, alimentos, vestuario, electrodomésticos y línea blanca. En todos los casos, el objetivo es lograr una logística que responda hoy y en el tiempo a las demandas de sus respectivos mercados, de tal forma de entregar a cada uno de nuestros clientes una solución muy particular, eficiente y efectiva, que les permita materializar sus estrategias de negocio sin que la logística sea un impedimento, si no que, por el contrario, opere como un elemento que les permita diferenciarse.

Patricio Berstein K.
Gerente General

InkaFarma es la cadena de farmacias líder en el Perú, con más del 50% de participación de mercado y cientos de "boticas" en todo el país, donde sus más de 9.000 colaboradores tienen en mente la misión de "llevar, con calidez y optimismo, salud, bienestar y ahorro" a todas las comunidades del Perú, en productos farmacéuticos, de perfumería y tocador.

Para acompañar su expansión y buenos resultados, hace un par de años la cadena encargó a SDI Group una consultoría para diseñar e implementar un nuevo centro de distribución, con altos niveles de automatización, a través del ruteo automático de cajas, clasificación de piezas pequeñas y sistema Pick-to-Light, con un foco en el picking intensivo de la operación.

Con el CD totalmente operativo, Christian Higa, gerente de Logística y Operaciones de InkaFarma, asegura hoy que el proyecto ha significado *"una decisión estratégica para la empresa y un habilitador para continuar su crecimiento, asegurando un mejor reabastecimiento a las tiendas, es decir, cantidad correcta en el tiempo correcto"*.

¿En qué consistió a grandes rasgos el proyecto desarrollado por SDI Group para InkaFarma?

El proyecto con SDI Group fue un proyecto de largo aliento, que partió con el diseño de lo que en ese momento sería el futuro corazón del abastecimiento de InkaFarma, y se fue ejecutando hasta la implementación del nuevo centro de distribución. Todo este proceso incluyó el dimensionamiento de la operación y asesoramiento en la selección de la tecnología.

¿Qué prestaciones específicas para la industria farmacéutica ofrece este centro de distribución?

Entre muchas otras ventajas, este nuevo centro de distribución nos permite manejar una variedad importante de referencias y distribuirlas con exactitud y rapidez, siendo esto una necesidad fundamental de la industria farmacéutica.

¿Ahora que está plenamente operativo el proyecto, cuál es la evaluación general que hacen ustedes?

Luego de implementado el proyecto y de haber estabilizado la operación, diría que esta inversión fue la decisión correcta, en el momento apropiado para la empresa. Hoy contamos con un centro de distribución con tecnología de avanzada que aumenta la confianza de nuestros consumidores y renueva nuestro compromiso de seguir llevando salud, bienestar y ahorro a todas las comunidades del Perú, con la mayor eficiencia logística.

¿Cómo cambió la operación, es decir, en qué aspectos se han notado las mejoras tecnológicas y operacionales?

Como estaba planificado, nuestra operación y forma de trabajo cambió de manera importante a fin de adecuarse a la nueva tecnología y asegurar el éxito del proyecto. Podemos mencionar una mayor automatización y menos toques manuales, planificación más eficiente de los recursos y finalmente mayor velocidad en la preparación de pedidos.

¿Qué proyecciones tiene este centro de distribución para el futuro desarrollo o expansión de InkaFarma?

El centro de distribución será un habilitador importante en el crecimiento y expansión de InkaFarma. Nuestra labor no termina, pues estamos enfocados en seguir incrementando la eficiencia y adelantarnos a las necesidades de la empresa de modo que podamos anticipar los requerimientos y atender la demanda de nuestros consumidores de forma oportuna, y de esta manera seguir siendo premiados con su preferencia como líderes del sector.

¿Cómo fue el trabajo conjunto con SDI Group durante todo el desarrollo del proyecto?

Excelente. Un trabajo en equipo, con mucho profesionalismo y compromiso de ambas partes.



Christian Higa, gerente de Logística y Operaciones de InkaFarma



InkaFarma
Botica - Perfumería

SDI Group presentará propuesta integral

ABCDIN rediseña su operación considerando particularidades de Dijon

Hace exactamente doce meses el retailer de electrodomésticos y línea blanca ABCDIN coronó los éxitos comerciales de los últimos cinco años con la adquisición de Dijon, una de las tiendas de vestuario más tradicionales de Chile.

La operación significó potenciar en forma importante su posición en el negocio retail, pero a la vez impuso desafíos relevantes a nivel comercial y, especialmente, en la operación logística.

Frente a este escenario, los ejecutivos de ABCDIN decidieron convocar a SDI Group para una consultoría, con el fin de definir el diseño más apropiado para su operación logística, considerando el crecimiento mostrado por la firma y la nueva línea de negocios desarrollada a partir de la compra de Dijon.

Según explican Agustín Martínez, gerente de Logística, Call Center & E-Commere, y Nicolás Anich, gerente de Operaciones y Distribución, el desafío central para esta nueva etapa de la compañía es hacer eficiente una operación que actualmente se encuentra dividida en tres bodegas, una para la reposición a tiendas ABCDIN, otra para despacho a domicilio de productos big ticket y la tercera correspondiente a la operación de vestuario de Dijon.

"Adicionalmente a este desafío que tenemos por la dispersión física de las bodegas, también necesitamos consolidar una operación más eficiente que integre todo lo que sucede en ellas", explican.

Ambos ejecutivos destacan que durante los últimos 6 a 7 años, de la mano de un nuevo equipo directivo, la empresa ha mostrado

gran dinamismo y ha priorizado los temas comerciales. "Esto ha generado altas exigencias al área logística, la encargada de llegar con el producto apropiado en forma oportuna a los clientes. Considerando esta situación y los planes de desarrollo futuro, ahora se ha decidido realizar una actualización de los procesos del área logística, de tal forma de poder responder a las expectativas".

Si bien SDI Group ya había realizado hace algunos años una consultoría para ABCDIN, Martínez y Anich indican que con la incorporación de Dijon la situación cambió radicalmente y "además los datos que entregamos en aquella ocasión fueron demasiado conservadores".

Actualmente, los consultores de SDI Group trabajan en el levantamiento

de flujos y datos de recepción, despacho e inventario de cada uno de los centros, que abarcan una superficie total cercana a los 50 mil mt².

"SDI Group nos tiene que recomendar de acuerdo a nuestra situación actual y objetivos la mejor operación que debemos tener. Si eso implica tener un centro de operación único, así será. Con la solución óptima en las manos, tendremos que sentarnos a nivel directivo para definir un plan de ejecución, probablemente en etapas. Y luego vendrá el tema del WMS para administrar la operación diseñada", explican.



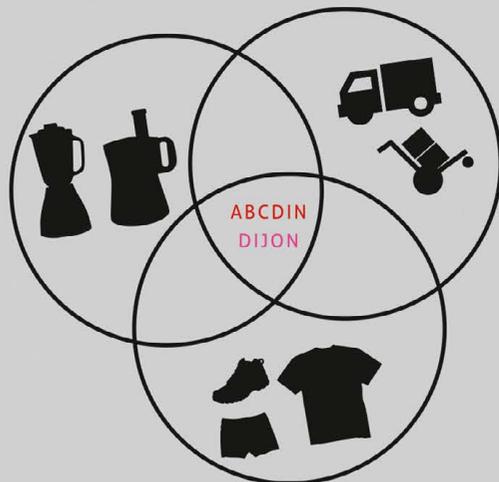
Agustín Martínez, gerente de Logística, Call Center & E-Commere, y Nicolás Anich, gerente de Operaciones y

¿Cuál es la complejidad particular a resolver en este proyecto?

Tenemos una diferencia respecto de los grandes retailers, porque nosotros manejamos electrodomésticos para una cadena y vestuario para otra cadena, y no podemos optimizar en una misma rampla productos de big ticket con ropa, como lo harían ellos. Entonces, llevamos un mix para ABCDIN y otro mix para Dijon, y eso nos produce una complejidad adicional. Además, nosotros tenemos más de 140 tiendas, cerca del triple de las que tienen algunos retailers grandes, por lo tanto la rotación que se nos exige por metro cuadrado es mucho mayor.

¿Por qué escogieron a SDI Group para resolver estos desafíos?

Como ya se había hecho una consultoría anteriormente, SDI Group tiene camino avanzado, dado su conocimiento de la empresa. Además, dentro de nuestra experiencia, hemos visto que SDI Group ha estado detrás de los grandes cambios de las cadenas de retail de Chile. En todo caso, tenemos una mirada integral de este proyecto, y por eso paralelamente a la consultoría estamos trabajando intensamente en un tema no menor, como es la formación del equipo que va a formar parte del nuevo centro de distribución, para lo cual desarrollamos un plan de recursos humanos con la finalidad de conformar el equipo apropiado, sobre la base de selección, preparación e incentivos.



Dimak busca fortalecer distribución de alimentos en zona sur

Creada en 1991, Dimak se ha convertido en una de las principales distribuidoras de alimentos y licores en Chile, aunque su operación está acotada a la zona sur del país, específicamente entre El Maule y Aysén.

Junto con el aumento de la demanda y la sofisticación del mercado, los desafíos logísticos han crecido en forma importante, lo que ha motivado a los ejecutivos de la firma a solicitar una consultoría a SDI Group para proponer una solución integral para sus centros de distribución.

Según explica Rodrigo Nahum, jefe de Logística de Distribución de Dimak, la empresa cuenta actualmente con dos centros de distribución, que realizan la operación de recepción, almacenamiento y pickeo de rutas, repartos y transportes de transferencia. "Dado el mercado objetivo de la distribuidora, que apunta principalmente al segmento tradicional con distribución en productos secos,

la operación tiene la complejidad de resolver la preparación de un número significativo de rutas con una amplia cantidad de SKU", indica.

¿Cuáles son los desafíos que el o los centros de distribución enfrentarán a futuro, de acuerdo a los planes de desarrollo de la compañía?

El principal desafío es desarrollar una operación más eficiente, tanto en su logística interna como externa, dado un entorno de alta competencia y un mercado cada vez más exigente. Este desafío de eficiencia debe considerarse adicionalmente orientarse al cliente, incrementando el nivel de servicio y mejorando los tiempos de llegada. Para esto es clave disminuir la variabilidad en cada una de las etapas de nuestros procesos.

¿A eso apunta el proyecto de consultoría que están desarrollando con SDI Group?

El proyecto tiene por objetivo determinar la dimensión, layout, y tecnologías que se



Rodrigo Nahum,
jefe de Logística de
Distribución de Dimak



aplicarán en un centro de distribución que permita abastecer el nivel de demanda presente y futuro. Por lo tanto, los outputs de esta asesoría debieran proveernos de una solución que permita alcanzar los desafíos que se describieron, con soluciones óptimas y con tecnologías de clase mundial.

¿Cuáles son las metas y plazos trazados por Dimak para este proyecto?

Hay varias etapas en este proyecto. Una fase de diseño, una de ingeniería y una de implementación. La fase de inicio de la implementación está presupuestada para inicios de 2015.

¿Por qué escogieron a SDI Group para esta consultoría?

Por una razón muy sencilla: siempre buscamos desarrollar nuestros proyectos con empresas líderes y con experiencia, de tal forma de garantizar el éxito.

Columna técnica de SDI Group

Modelos de simulación y toma de decisiones

Un estudio realizado por el MIT evidenció que las empresas exitosas son ocho veces más propensas a usar herramientas analíticas en vez de apoyarse únicamente en la experiencia para tomar sus decisiones en operaciones logísticas y de producción.

En los últimos diez años nuestros consultores han logrado desarrollar modelos de simulación exitosos, con la finalidad de mejorar los procesos de diferentes empresas.

En un proyecto de este tipo el equipo cliente-consultor construye un modelo que representa la operación actual, con sus lógicas de funcionamiento, datos característicos, y las relaciones entre los diferentes procesos y recursos. Con este paso de validación se tiene certeza sobre la precisión del modelo computacional, versus la realidad. De esta forma, el sistema generado será similar al real y permitirá hacer pruebas, ajustes, mejoras y cambios en tiempo récord.

Adicionalmente, **los modelos de simulación permiten mejorar el entendimiento de la operación, disminuir los costos asociados a la experimentación con la operación real**, mitigar los riesgos de error al intervenir en el sistema real, y analizar con mayor detalle resultados operativos y financieros de futuras inversiones.

En todo caso, **es importante la experiencia del consultor, en términos de poder identificar a priori los proyectos donde la simulación tendrá un valor agregado** relevante de acuerdo al impacto, retorno de la inversión y beneficios esperados.

A la hora de encontrar beneficios claves de la simulación, resaltan la identificación de cuellos de botella, la definición de planes de contingencia y la visualización en 3D.

IDENTIFICACIÓN DE CUELLOS DE BOTELLA

Al diseñar una nueva operación o validar modificaciones a una operación existente, la simulación ayuda a identificar y entender los nuevos cuellos de botella, de manera de considerar este aspecto al momento del diseño o rediseño, para evitar sorpresas en la implementación.

DEFINICIÓN DE PLANES DE CONTINGENCIA

Los modelos de simulación pueden probar cualquier escenario y conjunto de indicadores, incluyendo cambios externos a la operación (como un incremento de la demanda), con el fin de poner en marcha planes de contingencia ante estas situaciones.

VISUALIZACIÓN EN 3D

La simulación de eventos discretos permite representar en 3D la operación deseada, y esto facilita el consenso y la comunicación sobre las decisiones, lo que resulta extremadamente útil por ejemplo al momento de presentar un proyecto de inversión o de capacitar al personal.

