

REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]



LOGÍSTICA DE SAN VALENTÍN

CUPIDO NO TIENE EXCUSAS



LOGISTEC
EDICIÓN
87

PUNTO DE VISTA: ECONOMÍA PARA EL 2015
VISITA TÉCNICA: CENTRO DE DISTRIBUCIÓN MOVISTAR
SUPPLY CHAIN: SUSTENTABILIDAD
FREIGHT MANAGEMENT: CABOTAJE AÉREO

FEB | MAR 2015
CIRCULA INSERTO
SDI - AISL

alog chile



CONFIANZA

Cultivamos la confianza, somos fiables, respetamos nuestros compromisos y cumplimos nuestra palabra.

expect more.



GEODIS
Wilson

MISIÓN | VISIÓN | VALORES

www.geodiswilson.cl - Tel.: 22450 3600 - info@cl.geodiswilson.cl

COMIENZA UN NUEVO AÑO *CON NUEVOS PROYECTOS*

En **MI ESPACIO**
cuidamos tu mercadería
como si fuese nuestra.

Arrienda tu **mini bodega MI ESPACIO**
desde **\$35.294*** mensuales.

- Seguridad las 24 hrs.
- Una empresa **AGUNSA**
- Más de 50 años de experiencia en logística.



*Precio + IVA.

CONTÁCTANOS A:

✉ miespacio@agunsa.cl

☎ Fono (56) 2 24602222



¡¡¡TODOS A TRABAJAR!!!

Para comenzar este 2015, editorialmente, hemos querido ahondar en el estado de desarrollo logístico actual en el que se encuentra nuestro país, tomando para ello, el punto de vista de expertos y proveedores, clientes y analistas que ven en la logística su campo de acción, influencia o apoyo.

En esta senda, durante las últimas semanas hemos tenido la posibilidad de asistir a distintas reuniones público-privadas y sectoriales de rubros relacionados con la logística, donde hemos observado la convicción de muchos actores de la industria sobre la necesidad de trabajar en conjun-

to, entre todos los entes que componen esta cadena, para crecer y dar el salto hacia una logística moderna y propia de un país que busca transformarse en una economía del primer mundo.

A partir de ello, los artículos que presentamos en esta edición buscan aunar estas voces e invitar a nuestros lectores a reflexionar sobre el rol que cada uno juega en el anhelado desarrollo logístico chileno. Los artículos e investigaciones nos han reflejado, entre otras cosas, tareas pendientes a nivel país, tales como: la necesidad de mayor inversión en infraestructura portuaria y aeroportuaria; lograr mayor agilidad en documentaciones relacionada al comercio exterior, la capacita-

ción del personal de entidades públicas relacionadas con la logística, inversión en tecnología y la conciencia de la importancia de unirse para generar los cambios.

Reuniones, mesas de conversación, comités... Muchos son los nombres que asumen estos encuentros que sólo buscan alcanzar el consenso entre sus participantes para generar cambios positivos el desarrollo logístico país y ofrecer a si a socios o clientes –sea cual sea el caso– un servicio logístico de calidad.

La pregunta que cabe hacernos tras esta edición es ¿En qué etapa me encuentro (como empresa o profesional) de este desarrollo logístico?



PUNTO DE VISTA

Eugenio Rivera Urrutia
Economía del 2015

EN PRÁCTICA

APL LOGISTICS
ESTRELLA SOLITARIA
LOGISTICA S.A.
MINDUGAR
BODEPARK

LÍDERES

GABRIELA GARCÍA
MARÍA PILAR TORO
RAÚL SANDOVAL

LOGÍSTICA

LOGÍSTICA HUMANITARIA
EFICIENCIA LOGÍSTICA
MOVILIDAD LABORAL
PYMES

ANÁLISIS

RODRIGO GARRIDO
VLADIMIR VERGARA
EUGENIO CALDENTHEY

EVENTOS

ASOCIACIONES
LOGISNEWS

04

REVISTA
Logistec
[www.revistalogistec.com]

38

P08

UN DÍA EN
CENTRO DE DISTRIBUCIÓN MOVISTAR

40

48

50

52

42

44

46

P12

SUPPLY CHAIN
LOGÍSTICA DE SAN VALENTÍN
SUSTENTABILIDAD
FINANZAS

64

68

72

82

P26

FREIGHT MANAGEMENT
BRECHAS LOGÍSTICAS
CABOTAJE
COMERCIO EXTERIOR

74

76

80

86

88

94

P56

EQUIPAMIENTO
PRODUCTO Y PACKAGING
LOGÍSTICA + TECH





http://bit.ly/stack_logistec
BIBLIOTECA DIGITAL



http://bit.ly/logisticos_red
LINKEDIN



http://bit.ly/twitter_logistec
TWITTER



http://bit.ly/logistec_biblioteca
BIBLIOTECA PDF

MANTENTE INFORMADO, CONECTADO Y ACTUALIZADO!

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO



www.geodiswilson.cl | C2



www.spitec.cl | C3



www.rezepka.cl | C4



www.agunsa.cl | 1



www.tnt.cl | 5



www.emotrans.com | 7



www.ert.cl | 11



www.bsfc.cl | 13



www.cosenza.cl | 15



www.sdigroup.cl | 17



www.aplogistics.com | 19



www.arrimaq.com | 23



www.diplomadosusach.cl | 25



www.bodenorflexcenter.cl | 27



www.mecalux.cl | 33



www.finning.cl | 35



www.logisticasa.cl | 37



www.altanet-sa.com | 43



www.ar-storage.cl | 45



www.centralbodegas.cl | 47



www.purplu.com | 54



www.bodepark.cl | 57



www.tw.cl | 63



www.estrellasolitaria.cl | 65



www.mindugar.com | 69



www.servylog.cl | 77



www.artilec.cl | 79



www.borealtech.com | 85



www.sologistik.cl | 93



www.sdigroup.cl | Inserto

AÑO 12 EDICION 87
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
maria victoria.moya@revistalogistec.com

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Eugenio Caldentey | Rodrigo Garrido | Sergio Flores
Oscar Cruz | Manuel San Juan | Gonzalo Davagnino

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

ECONOMÍA DEL 2015: LOS DESAFÍOS PARA EL GOBIERNO Y LOS EMPRESARIOS

El año 2014 constituirá un hito en la historia del país. Demandas ciudadanas de larga data, lograron transformarse en una realidad. La aprobación de la reforma tributaria hará posible que el sistema impositivo contribuya a una mejor distribución del ingreso y entregará recursos al Estado para abordar dos de los grandes problemas del desarrollo económico nacional, la baja calidad de los recursos humanos y el bajo gasto en investigación y desarrollo que realiza el país.

El inicio de la reforma educacional constituye un paso adicional para asegurar que los niños del país, recibirán una educación cuya calidad no dependerá del bolsillo de las familias, contribuyendo así a crear una sociedad más igualitaria, condición fundamental para acercarnos efectivamente al desarrollo. El fin del binominal, por su parte, contribuirá a abordar la alta desafección ciudadana que caracteriza al sistema

político y, que constituye una amenaza latente sobre la estabilidad económica y la paz social del país. La propia voluntad reformista de la Administración es un aporte a la estabilidad política, al evidenciar que los compromisos asumidos en la campaña electoral no constituyen letra muerta, sino que buscan ser cumplidos, con todos los recursos legales posibles.

Es bajo esta mirada de largo plazo que debe ser analizado el año recién pasado. La desaceleración económica iniciada en el 2013 fue más profunda de lo esperado. Si bien en ella incidieron factores internacionales (que afectaron también a los países latinoamericanos) y coyunturales también incidieron factores estructurales que se vienen arrastrando hace ya tiempo. Destaca entre ellos la excesiva dependencia del cobre, el estancamiento congénito de la productividad, la dificultad de incorporar a la PYME al proceso de modernización y los problemas ya mencionados de la desigualdad (que resta dinamismo a la demanda interna), la baja calidad de los recursos humanos y el irrisorio gasto en investigación científica y desarrollo.

En este contexto, y más allá de las implicancias sociales, es que se debe entender que las reformas reali-



SOMOS LA RED

De personas que conecta tu negocio con el resto del mundo.

Servicio al Cliente:
(2) 2360 5100
www.tnt.cl

TNT
THE PEOPLE NETWORK

zadas por el actual gobierno buscan crear condiciones para generar un nuevo ciclo de crecimiento.

La economía y política internacional el año 2015 aparecen marcadas por el signo de una ligera recuperación económica pero en un contexto de marcada incertidumbre. El FMI espera un crecimiento de la economía global de 3,5% y 3,7% para los años 2015 y 2016 respectivamente (levemente superior al 3,3% de 2013 y 2014); un 2,4% para Estados Unidos, significativamente superior al 1,8% alcanzado en el año recién pasado; un 1,2% para la zona euro (0,8 en el 2014). Para China la última estimación del FMI es de un 6,8% (mientras que en octubre del 2014 las expectativas de la institución eran de un 7,1% para el 2015). La zona euro contribuye de manera importante a generar incertidumbre. Aunque parecen avanzar la negociaciones entre Grecia y la Unión Europea no resulta en absoluto descartable que se produzca Grexit (como se denomina la eventual salida de Grecia del euro) lo que según los especialistas produciría una situación difícil en la Unión.

La buena noticia ha sido sin duda la fuerte caída del precio del petróleo. Los especialistas en este mercado coinciden que la baja no es un fenómeno transitorio pues deriva de un duro enfrentamiento entre Arabia Saudita y los productores de Estados Unidos que vienen desarrollando importantes innovaciones en este ámbito productivo. La contrapartida de esta evolución ha sido naturalmente la caída del precio del cobre. Su fuerte efecto sobre la economía nacional está asociado a la alta exposición de la economía chilena frente a la economía china (expresión del problema estructural anotado y referido a la alta dependencia que tiene el país del cobre). Cochilco ha reducido sus expectativas respecto del precio del cobre para el 2015 a US\$ 2,85 la libra, aún cuando otros especialistas auguran que el mineral podría alcanzar un precio promedio de US\$ 2,5 en el año indicado.

Este es probablemente el factor que genera mayor incertidumbre respecto del comportamiento de la economía nacional. Como se

sabe, el precio de referencia del cobre con que se elaboró el presupuesto del 2015 fue de US\$ 3,06 dólares la libra lo que augura un incremento del déficit fiscal para el presente año e ingresos por exportaciones del mineral menores, aun cuando cabe indicar que se espera un incremento de la producción de 4,5% que debería aminorar el impacto de la caída de los precios sobre el valor de las exportaciones.

En este contexto, cuáles son las expectativas de crecimiento de la economía nacional para el presente año. La expectativa oficial sigue en 3,6%. El IMACEC de diciembre del año pasado de 2,9% ha generado un ligero mejoramiento de las expectativas; sustentado además, en otras señales positivas. La devaluación de la moneda en el último año está dando un fuerte impulso a las exportaciones y lo seguirá dando a lo largo del presente año. El carácter anti cíclico del Presupuesto Público del 2015, expresado en un aumento global de casi 10% y un crecimiento del 27% de la inversión pública, tendrá un impacto positivo en los niveles de actividad. Es cierto que la ejecución efectiva de esta inversión no está asegurada, pues es probable que no todos los proyectos estén listos para ejecutar. No obstante, el Gobierno demostró en su primer año una alta capacidad de ejecución del Presupuesto.

La persistencia de una inflación subyacente superior al 5% anual ha introducido algunas interrogantes respecto de la posibilidad de que el Banco Central redujera la tasa de política monetaria a un 2,5% en el primer semestre del presente año. No obstante, no cabe todavía descartar al menos una reducción de 0,25 puntos lo que ayudaría a un mejor desempeño. Los pronósticos sectoriales dan, también, un espacio al optimismo.

En el sector eléctrico se observan señales positivas respecto de la inversión; la minería espera un crecimiento de 4,5%; la industria debería crecer entre 1 y 2% (lo que se compara favorablemente respecto del 0,3% que mostró el crecimiento el 2014); el agro espera un 3% aun cuando espera a marzo para actualizar sus pronósticos; la banca está esperando un crecimiento nominal de

8% y el comercio tiene expectativas de un crecimiento de entre 4 y 5%. El sector de la construcción aparece como uno de los más débiles esperando un crecimiento de solo 0,6%. En todo caso, el crecimiento económico de los próximos años estará asociado en buena medida a la forma en que el Gobierno y los empresarios enfrenten los desafíos que tienen por delante.

¿CUÁLES SON LOS DESAFÍOS PRINCIPALES QUE ENFRENTA EL GOBIERNO EN EL PRESENTE AÑO?

No es viable en el largo plazo que el país siga tan dependiente del cobre. Se requiere generar nuevos motores que dinamicen su crecimiento. La estabilidad macroeconómica es indispensable pero ella sola no garantiza un crecimiento dinámico. El Japón de los últimos 25 años es una prueba palpable de ello. En este contexto es relevante la opinión de Mariana Mazzucato, de la Universidad de Sussex que sostiene que las inversiones de empresarios privados están limitadas por regla general, no por la cantidad de ahorro disponible, sino por la falta de coraje y una actitud de "business as usual".

La profesora Mazzucato, sostiene que la experiencia histórica deja en evidencia que las innovaciones más radicales y revolucionarias que impulsaron el capitalismo – desde el ferrocarril, pasando por el Internet hasta el actual desarrollo de la nanotecnología y la investigación farmacéutica – provinieron de las inversiones más tempranas, más intensivas en capital y más emprendedoras del Estado. Mazzucato justifica con claridad las razones por las cuales en el campo de la innovación el Estado juega un papel emprendedor insustituible. Chile también presenta experiencias relevantes en este campo, como son la creación de la industria de concesiones, la industria salmonera y la forestal. En este contexto, resultan insuficientes las iniciativas para generar nuevos motores de la economía nacional. Las reformas en marcha son cruciales; no obstante se requie-

“LAS REFORMAS EN MARCHA SON CRUCIALES; NO OBSTANTE SE REQUIERE DAR UN SALTO CUALITATIVO EN INFRAESTRUCTURA Y DESARROLLAR POLÍTICAS AUDACES Y MASIVAS QUE VÍA UNA FUERTE INVERSIÓN EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA CREEN NUEVAS AÉREAS QUE PUEDAN COMPETIR EN LA ECONOMÍA INTERNACIONAL. ESTE ES PROBABLEMENTE EL PRINCIPAL DESAFÍO QUE ENFRENTA EL GOBIERNO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.”

re dar un salto cualitativo en infraestructura y desarrollar políticas audaces y masivas que vía una fuerte inversión en ciencia y tecnología creen nuevas aéreas que puedan competir en la economía internacional. Este es probablemente el principal desafío que enfrenta el gobierno en los próximos años.

¿CUÁLES SON, POR SU PARTE, LOS DESAFÍOS PRINCIPALES QUE ENFRENTA EL EMPRESARIADO?

El empresariado enfrenta una situación de deslegitimación frente a la opinión pública que no puede ser ignorada. Los problemas relacionados con La Polar, el caso Cascadas, el caso Penta con sus graves aristas políticas, el caso de Juan Bilbao en los Estados Unidos, los problemas de colusión que han afectado a sectores como las farmacias y los productos avícolas han dejado de aparecer como problema aislados y plantean preguntas importantes respecto de su relación con problemas sistémicos que tiene como consecuencia el desdibujamiento de la frontera entre lo que constituye una habilidad empresarial y la actividad delictual.

Quizás más importante que lo anterior es que el empresariado debe aceptar y adecuarse a las nuevas condiciones que enmarcan la actividad económica. Las reformas en marcha constituyen una puesta al día del país respecto de las situaciones que pre-

dominan en los países desarrollados. Estas condiciones de mayor justicia, de mejor financiamiento del Estado para hacer frente a la demanda creciente de bienes públicos lejos de perjudicar la actividad empresarial la favorecen al permitirle enfrentar de mejor forma la competencia internacional.

Los países del norte de Europa son un testimonio claro de esta afirmación. Es indispensable que los empresarios tomen notas de las nuevas condiciones y se propongan desarrollar sus viejos y potenciales nuevos negocios en las nuevas condiciones de manera que se transformen en protagonistas relevantes del desarrollo nacional. Depende tanto de los empresarios particulares como de las asociaciones empresariales abordar estos desafíos. **LGT**



Eugenio Rivera Urrutia

Doctor en Ciencias Económicas y Sociales por la Freie Universität de Berlín. Ha sido presidente de la Comisión Preventiva Central Antimonopolios de Chile, Jefe de la División de Regulación del Ministerio de Economía y consultor de la CEPAL, BID, FAO, Banco Mundial y del PNUD y el IDRC y asesor de varios gobiernos en América Latina. Fue profesor del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) de México. Colabora como Investigador en Fundación Chile 21, Barómetro de Política y Equidad y trabaja como consultor independiente.

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



8

CD MOVISTAR: EXCELENCIA OPERATIVA QUE APUNTA A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Son las 10:00 horas y llegamos al Centro de Distribución (CD) Movistar, ubicado en el sector logístico norte de la capital. Aquí nos espera una comitiva encabezada por Marcelo Hidalgo Gerente de Logística y Ricardo Del Solar Subgerente de Distribución y Servicios, Susan Valera, Jefe de Operaciones y Logística Reversa Móvil y Mauricio Moreno, Jefe de Distribución Masivo, todos de Movistar.

Tras un caluroso recibimiento, durante el cual los ejecutivos destacaron -entre otros aspectos- las propiedades estructurales del recinto -que supera los 5 mil Mt2- y que

se divide en 2 naves de aproximadamente 2800 mt2 cada una, damos inicio al recorrido durante el cual conoceremos de cerca la operación logística de almacenamiento y distribución de equipos móviles en la principal compañía de telefonía del país.

11:00 Horas. Antes de iniciar el recorrido nos equipamos con los respectivos aditamentos de seguridad exigidos por normativa. Tras ello, llegamos a nuestra primera parada: el área de Recepción de Mercaderías donde Susan Valera, Jefe de Operaciones y Logística Reversa Móvil será nuestra guía. En este sector se reciben todos los envíos provenientes de

distintos orígenes; puertos, aeropuertos, proveedores locales de equipos, proveedores de servicios de recuperación de equipos, explica la ejecutiva, agregando que: "Todo el proceso tiene su génesis en las necesidades de equipamiento de la compañía y que luego el área de Comercio Exterior cristaliza. Cada necesidad se plasma en una orden de compra con las diferentes características de los productos: cantidad, modelo y color; para soportar una demanda según la información de mercadeo que trabajamos en conjunto con el área Marketing".

Ubicados en el patio de descarga, asistimos al proceso de recepción de un embarque.



Ricardo del Solar
Subgerente de
Distribución y Servicios

Una vez que se realiza el desarme del pallet se procede a la cuadratura física de lo que ha llegado, versus lo que el área de Comercio Exterior ha informado. Se contrastan ambos documentos y se verifica la cantidad de productos.

Según explica la ejecutiva, el proceso de entrada es de vital importancia debido a que durante su ejecución se realizan un sinnúmero de verificaciones, validaciones y controles para establecer que todo concuerde con las especificaciones de la orden de compra. No obstante, existe dentro de este macro proceso, un procedimiento que es clave de éxito “para asegurar los estándares de calidad de servicio que queremos entregar como compañía a nuestros clientes”, explicó la ejecutiva. Nos referimos a proceso de Control de Calidad que pasamos a revisar a continuación.

CONTROL PARA LA EFICIENCIA

11:20 Horas. Según nos comentó Susana Valera el proceso de control de calidad trabaja bajo normas internacionales de muestreo y estadística que nos permiten alcanzar los mayores estándares de rigurosidad en el chequeo de los equipos. “Este procedimiento nos permite asegurar que nuestros equipos funcionen en perfectas condiciones en las manos del cliente”, explicó la profesional.

El área de control de calidad, es un recinto cerrado y su acceso es controlado; “y en él se desarrolla un proceso de verificación de alta complejidad, porque se trabaja equipo por equipo, revisando los parámetros,

ACTUALMENTE, EXISTEN EN CHILE MÁS DE 18 MILLONES DE CELULARES ACTIVOS, QUE TIENE COMO LÍDER INDISCUTIDO A LA COMPAÑÍA DE CAPITALES ESPAÑOLES: MOVISTAR QUE -ACTUALMENTE - O POSEE EL 40 % DE LA CUOTA DE MERCADO DE TELEFONÍA CELULAR. NO OBSTANTE, LA LOGÍSTICA DE SERVICIO ASOCIADA AL PRODUCTO, QUE ESTA COMPAÑÍA DESARROLLA ES DESCONOCIDA PARA MUCHOS, POR ELLO ACCEDIMOS CON GUSTO A LA INVITACIÓN REALIZADA PARA CONOCERLA

versión de software, los accesorios, la cosmética; es decir, se verifica que el aparato contenga las condiciones de compra que se negociaron con los fabricantes del producto”, explicó Valera.

El proceso es realmente detallado e impresiona la capacidad de los operarios que realizan esta acción, no sólo por el nivel de concentración que involucra, sino también, por la rapidez que requiere.

“Nuestras operarias están capacitadas para revisar hasta 10 equipos simultáneamente. Mediante un SIM Card de prueba, ellas verifican que el aparato sea capaz de realizar llamadas, de navegar por Internet, de sacar fotografías y que, en general, todas las funcionalidades del teléfono operen”, señaló Valera.

El proceso de Control de Calidad interactúa con varias áreas al interior de la compañía, tales como, Homologación de Terminales, Redes y Servicio Valor Agregado, entre otros, lo que les permite trabajar de forma alineada y coordinada para obtener un producto de alta calidad, considerando que “uno de los principales objetivos es generar valor agregado en la cadena de abastecimiento, aumentando la satisfacción del cliente cuando utiliza uno de nuestros móviles”, explicó la ejecutiva.

11:30 Horas. Nos dirigimos a la Línea de Recepción, donde las operarias manipulan las cajas másters del embarque que recién se recibió. Luego, se procede al registro individual de cada móvil en el sistema informático que controla el CD. A medida que cada producto es

escaneado, otras operarias lo reciben en el extremo opuesto de la cinta para disponerlos en pallet.

Todo este proceso tiene una interesante particularidad: El registro serie a serie del producto. Sobre esto, Susana Valera explicó que cada teléfono móvil incorpora un código único e intransferible; que es una suerte de huella digital del aparato que lo identifica y permite realizar una trazabilidad completa del mismo. “A nivel logístico, un almacenamiento de este tipo es muy complejo y segmentado, pero para ello nos apoyamos en el uso de alta tecnología que nos permite monitorear y controlar que está sucediendo con cada dispositivo”, enfatizó. Mientras se realiza el escaneo serie a serie del producto registrado y se prepara el pallet para su almacenamiento, Valera nos comenta que: el embalaje primario y secundario de los productos; es un factor importante en torno a la seguridad de la carga.

“En el CD recibimos diversas marcas de teléfonos celulares del mercado y cada uno de los fabricantes tiene diferentes packaging, por lo cual cada uno de ellos tiene una forma y tiempo diferente de tratamiento. Lo anterior tiene directa relación con la rapidez y eficiencia del proceso de ingreso, lo que nos desafía día a día a controlar y gestionar la alta variabilidad que existe al customizar las necesidades de cada fabricante”, explicó Valera.

12:00 Horas. Una vez que los productos han sido registrados en el sistema informático, se almacenan según los protocolos de seguridad establecidos en la primera nave del recinto.

“En esta etapa, los equipos almacenados se encuentran en estado ‘original’ es decir, no han sido sometidos a ningún proceso productivo a la espera de que se trasladen a las líneas de producción de acuerdo a las especificaciones comerciales y como resultado se obtendrán equipos para distintos segmentos de clientes; pre o post pago”, explicó Susan Valera.

En esta misma nave, se ubican las líneas de producción. Es aquí donde los equipos se procesan y configuran para luego ser almacenados en la Bodega de Productos Terminados. Respecto de este proceso, la Jefe de Operaciones y Logística Reversa Móvil señaló que “las líneas están distribuidas de manera tal que se logra eficiencia en el abastecimiento de los equipos a las mismas, aumentado la productividad en cada una de ellas”.

Pero, ¿cómo se desarrolla un proceso productivo al interior del CD? A este respecto, la ejecutiva explicó que la producción de los celulares de Prepago, por ejemplo, es más compleja, ya que requieren de un tratamiento físico y sistémico muy diferente a los aparatos de post pago “Durante este proceso de empaque se integra la folletería y configuración específica para cada producto en particular y una vez que esté listo se traslada a la línea de termo sellado. Una vez que pasa este último proceso queda disponible para su almacenamiento a la espera de ser distribuido a los canales de venta.

DISTRIBUCIÓN COSTUMIZADA

12:30 Horas. Tras conocer in situ las etapas de recepción y producción de los equipos, nos dirigimos a la Bodega de Productos Terminados donde nos espera Ricardo del Solar.

Sobre este proceso, el Subgerente comentó que “una vez que los productos llegan a esta nave, los equipos quedan a disposición del sistema para ser despachados a los diferentes canales de venta de la compañía. Actualmente, contamos con una cantidad de canales de venta importante y muy diversi-



“DURANTE ESTE PROCESO DE EMPAQUE SE INTEGRA LA FOLLETERÍA Y CONFIGURACIÓN ESPECÍFICA PARA CADA PRODUCTO EN PARTICULAR Y UNA VEZ QUE ESTÉ LISTO SE TRASLADA A LA LÍNEA DE TERMO SELLADO. UNA VEZ QUE PASA ESTE ÚLTIMO PROCESO QUEDA DISPONIBLE PARA SU ALMACENAMIENTO A LA ESPERA DE SER DISTRIBUIDO A LOS CANALES DE VENTA.

ficada. Tenemos canales personas, masivos, empresas, sucursales propias, distribuidores mayoristas y minoristas, por sólo nombrar algunos”.

Según lo descrito por el ejecutivo, a la complejidad de distribuir a diferentes canales de venta se suma el hecho de que cada canal (y cliente asociado) define sus propias estrategias de marketing, ofertas y promociones, lo que incide en la producción del CD. “No hay que olvidar que Movistar posee el 40 % de la cuota de mercado de telefonía celular, por lo tanto, la diversidad de clientes que tiene en ese rango es importante; desde personas que tienen un teléfono pre pago, hasta grandes corporaciones, retailers y minoristas, todos los cuales tienen distintas necesidades que debemos atender”, enfatizó.

Mientras Del Solar nos explica otros por menores operativos, nos dirigimos al sector de preparación de pedidos. En el patio que se ubica frente al muelle de carga, nos encontramos con tres pallets listos para ser despachados, cada uno de los cuales se di-

rigen a diferentes tiendas del sector retail. “Una de las fortalezas que tenemos como compañía es que nos preocupamos no sólo de nuestros procesos internos, sino también de favorecer y simplificar los procesos de nuestros clientes. Por ello, como parte de nuestro proceso de producción y despacho, generamos un etiquetado específico para cada cliente, el que se diseña según sus requerimientos de almacenamiento”, explicó el Subgerente.

En esta tónica, vemos que uno de los pallets dispuestos para el despacho está compuesto por cajas máster termo-selladas que en un costado presentan una etiqueta o código de barras de gran tamaño. “El cliente al cual despacharemos este pedido requiere esta presentación dado que su CD maneja los pedidos mediante un sorter”, dijo el ejecutivo.

En tanto, otro de los pallets que observamos se integra por cajas máster de menor tamaño, con una etiqueta de menor tamaño al costado y sin cubierta. En este caso, la parte superior del empaque primario de los

productos está a la vista y en ella se observa la etiqueta unitaria del producto. "Gracias a esta modalidad, nuestro cliente tiene acceso rápido a la información sin tener que abrir o vaciar la caja máster", dijo Del Solar. 13:00 Horas. La última parte de nuestro recorrido nos lleva al Área de Logística de Reversa donde se reciben las devoluciones de equipos de los distintos canales de venta que maneja la compañía.



Según nos comenta Susan Valera, "esta es un área fundamental, ya que es el proceso que cierra el ciclo de la cadena de abastecimiento, generando cada vez mayor valor agregado para la compañía. El gran desa-

fío que ha tenido la logística en los últimos tiempos es establecer cómo, a través de la devolución, generamos valor y es aquí donde la mejora continua se convierte en un factor diferenciador al establecer políticas que aseguren la calidad de la devolución y que ésta se gestione de forma eficiente y oportuna, considerando que los productos llegan en diversas condiciones o formatos". Ahora bien, respecto a este proceso, la ejecutiva explicó que en esta etapa, se registran las series de los equipos, el canal de origen, el modelo, la marca, etc. y dependiendo de las condiciones en que llegó (abierto o sellado) se verá el flujo que sigue el aparato. "Si el equipo retorna sellado, se reinyecta al stock comercial disponible para la venta y aquí el tiempo es un factor clave, ya que la oportunidad de venta es la que determina el valor del equipo en el mercado.

Por lo otro lado, Si el equipo regresa abierto pasa por un proceso de clasificación, donde se evalúa qué se recuperará y qué equipos continuarán el proceso final. Lo importante

es que aquellos aparatos que se decide recuperar pasan por un proceso de reacondicionamiento, tras el cual es reinjetado a la venta en canales no-tradicionales", explicó Susan Valera.

Lo que hemos construido como Logística Reversa es el resultado de una muy buena coordinación, planificación y trabajo en equipo con el mundo comercial y los canales de venta, enfatizó la ejecutiva.

13:30 Horas. Nos vamos con la convicción de que hemos presenciado una operación impecable, que tiene como principal objetivo abastecer a un mercado cada vez más demandante de productos de vanguardia y alta calidad; todo ello en base a una operación en la cual se conjugan armoniosamente protocolos de seguridad, producción, almacenamiento y despacho de alto nivel y complejidad que apunta a ofrecer un servicio de calidad mundial y sin precedentes en el país. **LGT**



info@eit.cl / www.eit.cl



FUERTE RESPALDO

QUE GENERA RELACIONES DE CONFIANZA








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

LOGÍSTICA DE SAN VALENTÍN: CUPIDO NO TIENE EXCUSAS

¿HA PENSADO LO QUE SIGNIFICA PARA EL COMERCIO REGULAR SATISFACER UNA DEMANDA TAN CRÍTICA CÓMO LA QUE SE MANIFIESTA EL 14 DE FEBRERO? FLORISTAS, CHOCOLATEROS Y EL INCIPIENTE COMERCIO ONLINE SABEN QUE UNA EFICIENTE PERFORMANCE LOGÍSTICA LES PERMITIRÁ SOBRELLEVAR LAS PROBLEMÁTICAS DE ESTA FECHA: EL ABASTECIMIENTO INTERNO Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS CIENTOS DE PEDIDOS QUE SE ORIGINAN EN LAS SEMANAS PREVIAS Y QUE SE EFECTÚAN EN EL DÍA DEL AMOR

Santiago, 14 de febrero: El amor flota en el aire. Una breve caminata por la ciudad y parece que estamos sumergidos en una de esas películas románticas de fin de semana. Hay parejas por todos lados, las mujeres huelen las rosas y comparten chocolates con sus novios, esposos o ena-

morados. Los más detallistas, añaden al lujo de las flores y chocolates finos, una cena íntima o un viaje relámpago a algún destino romántico. No importa cual sea el presente, lo importante es que exista el detalle. ¡Es el día de San Valentín, señores!; cupido no puede fallarnos y la logística nuevamente viene al rescate del comercio y de los cien-

tos de enamorados que esperan sorprender a su pareja este día.

Y es que San Valentín representa un gran evento para los minoristas y, por cierto, para el comercio electrónico. De hecho, este último canal se alza como una importante plataforma para la comercialización de los más variados obsequios; desde los más tradicionales (flores y chocolates); hasta la compra de servicios y programas (eventos; cenas o viajes) especialmente diseñados para dos.

No obstante, la hegemonía de las ventas de San Valentín la sigue teniendo la tienda física. Salvo algunas excepciones, como el retail electrónico, que sólo ofrecen el servicio online.

Para conocer más sobre la oferta que el comercio formal y virtual pone a disposición de los enamorados nos adentramos en la operación de tres destacados comercios que ofrecen los más tradicionales y emergentes obsequios para el día de San Valentín, los que a su vez han innovado y puesto a disposición de sus clientes diferentes canales de venta para que cupido no tenga excusas.

CHOCOLATES, EL PLACER DE LOS ENAMORADOS

Un clásico de esta fecha es el chocolate. Este infalible regalo es ampliamente cotizado en las más importantes celebraciones del año, tales como: El Día de la Madre y la Pascua de Resurrección, siendo el día de San Valentín una de las fechas de mayor demanda. A este respecto, María José Correa, Directora de Marketing de La Fete declaró que: "La campaña de San Valentín es uno de los hitos más importantes del año, teniendo en cuenta el aumento de ventas que para este año se proyecta sobre el 35% (incremento de 2014), y representa más o menos un 80% de las ventas respecto de un día normal".

Según lo descrito por la ejecutiva, el macro de las ventas para este evento se efectúa durante los días 12 y 13 de febrero, siendo





Cynthia ama viajar
y tomar fotografías

Cynthia Perisic Ivandic
Gerente General Alog Chile



CONOCIENDO A NUESTROS CLIENTES

▶ www.bsf.cl
Chile | Perú | Colombia

BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO
Desarrollando Espacios de Confianza

la venta directa en tienda aquella que concentra el mayor impacto (cerca del 98%). En tanto, la preparación de esta campaña inicia mucho antes, con la preparación de los insumos (packaging y paquetería) que realizarán el producto.


“Para esta fecha diseñamos una campaña de marketing especial que pone mucho énfasis en la presentación del producto. Si bien nuestro interés es entregar un chocolate diferente para cada ocasión entendemos que en San Valentín los clientes quieren algo más. Por ello, sin perder el foco de calidad le damos un valor adicional con un envoltorio o empaque especial, con gráficas relacionadas al amor. En esta lógica, destacan dos cajas especiales de 200 y 420 gramos que –sin lugar a dudas- es la que más se vende en este día”, explicó Correa.

Ahora bien, en lo que se refiere a los niveles de stock necesarios para satisfacer la demanda en este evento, la ejecutiva señaló que “este se incrementa de forma proporcional a la venta (35%), mientras que la planificación de la demanda de insumos, que serán requeridos para poner a disposición de las tiendas y de la venta online los productos ofertados, comienza al menos


considerando la vida útil de nuestro producto que alcanza los tres meses”, comentó la ejecutiva.

Considerando el amplio rango territorial de distribución que poseen, Correa explicó que “lo primero es abastecer a nuestras tiendas de regiones extremas para lo cual contamos con operadores logísticos a los cuales confiamos la distribución a estas zonas. Es importante añadir que ellos conocen y respetan las condiciones de transporte que requiere un producto como el nuestro, no sólo en torno a la mantención de la cadena de frío, sino también a la manipulación del mismo. Ellos saben que este producto es sensible, que no se puede apilar, ni apretar o tirar al interior de los vehículos de despacho, por ejemplo”.


Siempre en torno a la distribución, la ejecutiva contó que para las regiones de la zona centro (Metropolitana, V Y VI) la distribución es propia, mientras que, a medida que las distancias y la demanda se incrementan, se recurre a la tercerización ya sea terrestre o aérea. “Nuestra fábrica está en Santiago, en la comuna de Quilicura donde también se encuentra nuestra bodega. Desde ahí se despacha a todo Chile. Ahora bien, en




María José Correa
Directora de Marketing
LaFete



Cristián Ureta
CEO de Lan Cargo



Ángela Nancole
Diseñadora Floral
Toulouse



Carla Oviedo
Responsable Ventas Online
Florerías Toulouse

das o al cliente final es la mantención de la cadena de frío y la manipulación de los mismos. “Para ello, tanto el envasado como el empaque debe estar muy bien logrado y, los vehículos de despacho como las tiendas deben contar con sistemas de temperatura adecuados para la conservación de nuestros productos”.

ROSAS ROJAS, PARA EL AMOR APASIONADO

Otro de los regalos más cotizados y que nunca pasan de moda el día de los enamorados son las flores. No obstante, tanto en Chile como en el resto del mundo, este negocio es ampliamente influenciado por la acción de Colombia y Ecuador, considerados los principales productores/exportadores de flores a nivel mundial. En este contexto, Cristián Ureta, CEO de Lan Cargo señaló que si bien países Latinoamericanos como Perú, Costa Rica y Guatemala tam-

“PARA LA CAMPAÑA 2015, SE COMENZÓ A TRABAJAR EL PACKAGING EN NOVIEMBRE DE 2014, MIENTRAS QUE LA PRODUCCIÓN MISMA SE INICIÓ A MEDIADOS DE ENERO PARA SER DESPACHADO A NUESTROS PUNTOS DE VENTA LA ÚLTIMA SEMANA DE ESE MES. TODO ELLO CONSIDERANDO LA VIDA ÚTIL DE NUESTRO PRODUCTO QUE ALCANZA LOS TRES MESES”

tres meses antes. “Para la campaña 2015, por ejemplo, se comenzó a trabajar el tema de packaging (envoltorios, gráficas y empaques) en noviembre de 2014, mientras que la producción misma se inició a mediados de enero para ser despachado a nuestros puntos de venta (30 tiendas a nivel nacional desde Antofagasta hasta Puerto Natales) la última semana de ese mes. Todo ello con-

nuestras tiendas más lejanas, como la de Puerto Natales, se despacha por vía aérea por un tema de costos y tiempo. Una vez que la carga llega a destino es retirada y trasladada a nuestra tienda”.

Finalmente, la ejecutiva destacó que los aspectos más críticos a la hora de efectuar la distribución de sus productos, ya sea a tien-

bién cuentan con producción de flores para esta temporada, los principales actores son Colombia y Ecuador que exportan más de 29 mil toneladas de flores frescas a más de 90 países, sólo en San Valentín.

“Para ambos países, la floricultura es fundamental en su economía, convirtiéndose este producto perecible en su primera exportación agrícola no tradicional”, explicó el ejecutivo. De hecho, en el año 2014, LAN CARGO y sus filiales transportaron más de 121.000 toneladas de flores provenientes de estos dos países, alcanzando una participación de mercado aproximada de un 26%. Ahora bien, las principales variedades transportadas y comercializadas en esta temporada son: las rosas rojas (más del 60%, triplicando su producción para esta temporada), de hecho es tal la magnitud de la demanda de este producto que, según los datos proporcionados por Lan Cargo: los más de 200 millones de tallos transportados podrían cubrir toda la población femenina de Estados Unidos, que alcanza 160 millones de

mujeres. Aterrizando las cifras al mercado nacional, Alejandra Vallejo, Gerente de Logística de Valle Flor, comentó que “la venta de flores en esta época se incrementa en un 300 por ciento comparado con una semana formal de verano. Por ello, incrementamos nuestros stock en un 400%”.

Según Vallejo, “en general el verano no es una fecha tan buena para el comercio de flores, salvo por el día de San Valentín. Sólo en esta semana tengo un aumento del triple de las importaciones y un incremento del 400% en la producción nacional”.

En torno a la logística, Vallejo explicó que es bastante compleja y depende de múltiples factores su adecuada operación. “Hay que pensar que una helada o un brusco cambio climático afecta el desarrollo de los ejemplares, lo que puede resultar desastroso a la hora de disponibilizar el producto a nuestros clientes”. Desde la dimensión productora, Vallejo destacó que: “En diciembre empezamos a preparar el cultivo

de la flores, específicamente las rosas para que estén disponibles y poder cumplir con las fechas que nuestros clientes requieren”, explicó.

En el caso de las importaciones, la ejecutiva dijo que: “importamos directamente desde Colombia y Ecuador. La complejidad se encuentra en que ellos distribuyen a múltiples países en el mismo rango de fechas lo que complejiza la disponibilidad de cupo aéreo para el transporte del producto. Esta es la piedra de tope de este negocio. Todo el mundo quiere embarcar sus flores y por tanto los costos aumentan”.

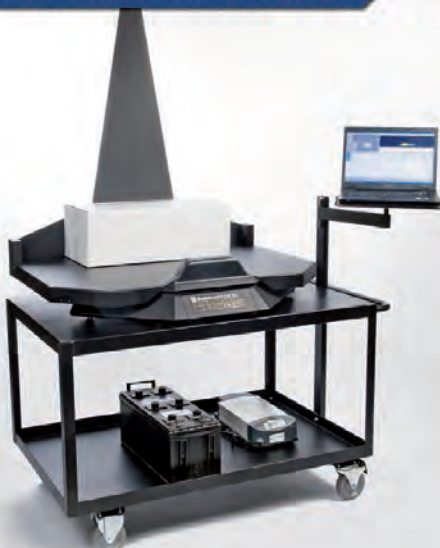
Otro factor que se suma a los ya mencionados es: “el estricto control sanitario. Si el SAG (Servicio Agrícola y Ganadero) encuentra un pequeño indicio de plaga en una muestra, es retenida la carga completa”, aseguró la ejecutiva. Finalmente, las condiciones de traslado de las flores es otro factor a considerar. “Desde su cosecha, la calidad de la flor se conserva por aproximadamente

Tu mejor socio estratégico

Soluciones Industriales, Servicios de Outsourcing especializado, Logística Integral.



Solución de Volumetría y Pesaje



Equipo de Limpieza Ultrasonido



Grupo Generador



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

GRUPO
COSENZA
SOLUCIONES INTEGRALES

10 días si se mantienen las condiciones ambientales óptimas. Por eso, nuestros agentes deben garantizar un traslado que respete las condiciones de temperatura y nosotros, al recibir la carga, debemos mantener dichas condiciones en nuestras bodegas o salas de venta”.

Sobre este último punto, Carla Oviedo, Administradora y Responsable de las Ventas Online en Florerías Toulouse, establecimiento que durante San Valentín incrementa sus ventas hasta en un 900%; coincidió con Vallejo.

RAMOS PARA TODOS

Una de las particularidades de Toulouse es la variedad de canales de venta que posee, contándose entre ellos: la venta directa en tienda, online y telefónica. “Durante la temporada de San Valentín todos los canales de venta se activan y se incrementa el tráfico de pedidos. En el caso de la venta online, nuestros clientes entran a la página, recorren nuestro catálogo de productos, escoge él o los que quieren adquirir y se procede a la compra. Ahora bien, si el cliente quiere un arreglo diferente y costumizado puede llamar a nuestra tienda y, mediante una venta asistida una de nuestras diseñadoras atiende su solicitud y le sugiere un producto de acuerdo a las flores disponibles en la temporada. Finalmente, en nuestra tienda la venta es dirigida y el cliente puede elegir entre los ramos o arreglos disponibles para la venta; o configurar un ramo a su elección”, explicó la ejecutiva.

Pero ¿qué pasa con la venta en San Valentín? Según Oviedo, “junto al día de la madre, este día es el de mayor venta en el comercio de las flores y de nuestra tienda en particular, llegando a registrarse sólo en este día la venta de un mes formal, mientras que la venta en tienda es la que concentra mayor movimiento”.

No obstante, explicó Carla Oviedo, “la plataforma de Internet ha cobrado gran importancia. Cada vez más personas compran por esta vía y en esta fecha presenta un

incremento de pedidos de hasta 10 veces, los que se concentran masivamente en los días 12 y 13 (70%) y el 14 de febrero con menor intensidad dado que en esta jornada el fuerte de la operación se concentra en el despacho”.

Según señaló, Ángela Nancole, Diseñadora Floral de Toulouse. “para esta ocasión comenzamos con la preparación del catálogo con dos días de anticipación y con los requerimientos especiales a medida que van llegando. En este proceso debemos ser muy rápidas y contar con flores de la mejor calidad, por eso los envíos desde nuestras bodegas (ubicadas en Quilicura) hasta nuestra tienda también se incrementa. En una semana regular se realizan 3 despachos, mientras que entre los dos días previos al día de los enamorados y en ese día en particular se pueden realizar hasta cuatro despachos diarios”.

Respecto de la complejidad logística que representa este incremento de la demanda, la administradora señaló que el despacho es lo más problemático. “habitualmente nuestro despacho es propio. Pero en esta ocasión, trabajamos con transporte de apoyo que nos ayude a cumplir con los requerimientos de los clientes que es lo más importante”. De lo expresado por las entrevistadas, el factor de distribución no sólo es complejo por la amplia cantidad de despachos que deben atender (emanados preferentemente de la compra online), sino también, por el costo que implican ya que se distribuyen desde arreglos florales hasta unidades. “Por ello, nuestro despacho tiene un recargo mínimo que se incrementa a partir de la distancia que debemos recorrer. No hacemos diferencia entre un ramo o arreglo más costoso y el despacho de una unidad, ya que queremos que todos tengan la posibilidad de brindar un regalo especial a su pareja”, explicó Oviedo.

PANORAMAS PARA DOS

Lestbonus, retail online que oferta productos y físicas y servicios, también preparó una

campana especial orientada a los enamorados, “principalmente porque esta celebración es la más fuerte en términos de venta para el mes de febrero”, expresó Ricardo Mesquita, Country Manager LetsBonus Chile.

Por ello, agregó el ejecutivo, “para la temporada de San Valentín hemos preparado una campana que integra productos físicos principalmente ligados a la mujer (cosméticos y perfumería) y a la pareja con servicios que denominamos “escapadas”, las que en el caso de este año en particular han tenido muy buena acogida, teniendo en cuenta que el día 14 de febrero coincidió con la temporada estival y el fin de semana. Finalmente todo está enfocado al disfrute de la pareja”.

En términos logísticos, específicamente, existen importantes hitos a considerar en esta fecha sobre todo en relación a la promesa de despacho y a la disponibilidad y calidad de los servicios ofertados. En esta línea, Mezquita explicó que: “Esta campana dura aproximadamente 2 semanas, con ofertas válidas la semana anterior con tope el 14 de febrero. No obstante, las semanas posteriores las ofertas se mantienen hasta finales de febrero”.

A partir de ello, una de los requerimientos más importantes de los clientes que acceden a la compra online es contar con el producto físico en un margen de tiempo determinado, “a partir de lo cual hemos definido entregas con un máximo de 24 horas mediante una red de distribución tercerizada”.

Otro aspecto que ha permitido el cumplimiento de la ‘promesa de compra’ es la disposición de un nuevo canal de entrega, “ya que nuestros clientes pudieron acceder a la entrega a domicilio y al retiro de los productos en nuestras oficinas comerciales. Todo lo anterior fue posible, ya que garantizamos el stock de los productos que ofertamos en nuestro Centro de Distribución, mediante una adecuada planificación”. **LGT**



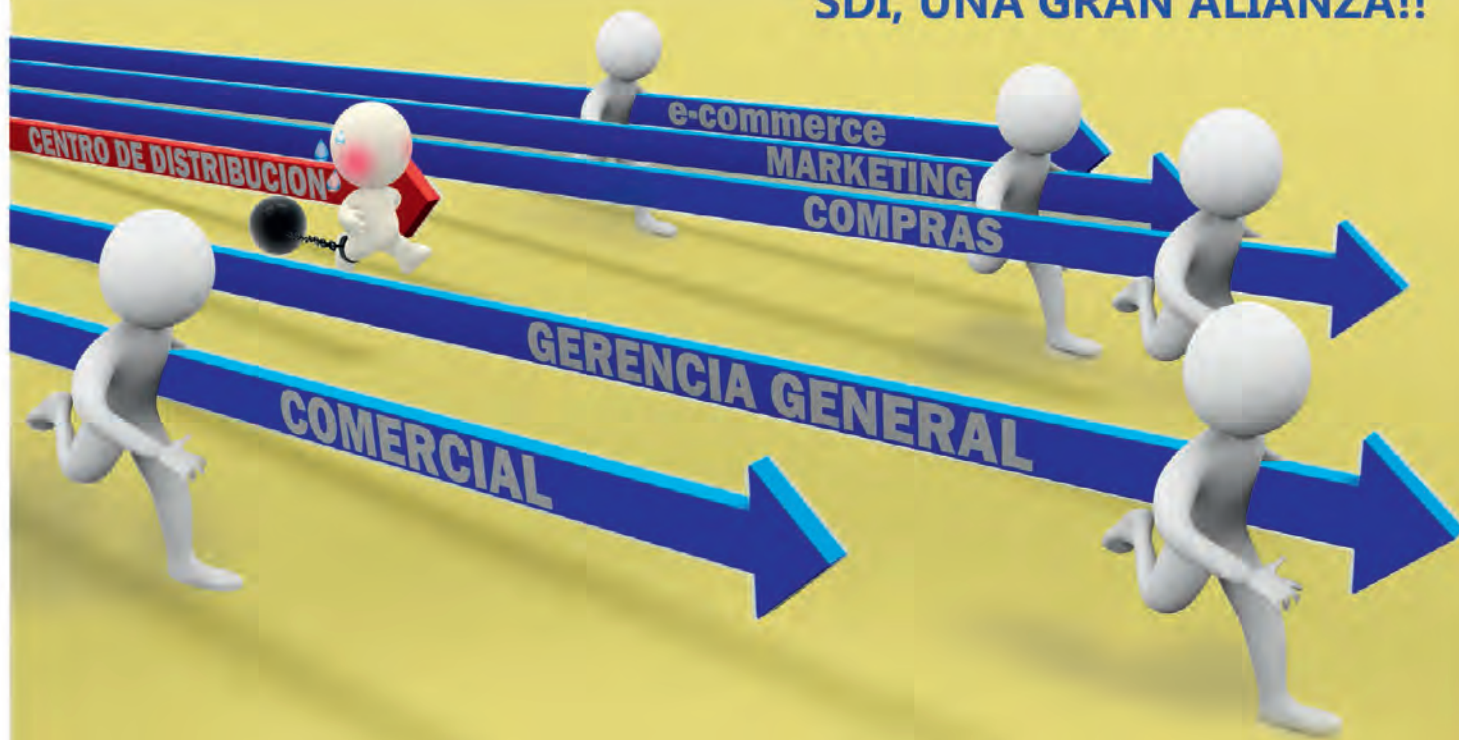
Sigue este Artículo:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.

*Cumplimos
25 Años en Chile!!!*



**LIDERES EN DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN
DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN.**

SDI, UNA GRAN ALIANZA!!



"Para que el Centro de Distribución no limite el desarrollo de la empresa"...

**Desde la consultoría inicial, diseño, implementación,
hasta la puesta en operación y constante apoyo operacional
en los Centros de Distribución.**

Algunos clientes en
Latinoamérica y el mundo:

ABCDIN	Avon	Falabella	Johnson's	Moletto	Servicios Postales	Unimarc
Abercrombie & Fitch	BCBG	Farmacias	J.C Penney	Monsoon	Nacionales S.A.	WH Smith
Aeropostale	Bertram	Guadalajara	Kaufmann	Nike	Salcobrand	Entre otros...
Agunsa	Caffarena	Farmacorp	Komatsu	Nordstrom	Soprole	
Agrosuper	Casa&Ideas	Ferouch	Komax	Paris	Sopraval	
Alifrut	Chiletabacos	Geodis Wilson	La Polar	Pescachile	STI	
Alvi	Chilexpress	GEP	Levi Strauss	PF	Suburbia	
Amphora	Cia Hering	Goldenfrost	Loehmann's	PreUnic	Telemercados	
APL Logistics	Concha y Toro	Guante	Loginsa	Prisa	Tgestiona	
Aquachile	C&A	Guess	Magazine Luisa	Primark	Tk Maxx	
Ariztia	Cueros Vélez	Head	Matalan	Promerco	TPS	
ASDA George	Dimerc	ICB	Merco	Renner	Translogic	
Austral Freezer	Ditzler	Indumotora	MK	Ripley	Target	
	Dorians	Inkafarma	MTS	Salinas & Rocha	The Gap	

CONTÁCTANOS:



CHILE: (562) 2958 8000



COLOMBIA: (571) 313 6888



BRASIL: (5511) 3109 3200



PERÚ: (511) 650 8348



MÉXICO: (5233) 3124 5144



USA: (818) 890 6002

www.sdigroup.cl
info@sdigroup.cl

SUSTENTABILIDAD: MÁS QUE UN SELLO, UNA POLÍTICA EMPRESARIAL

HACE UNAS DÉCADAS EMPRESAS Y PARTICULARES BUSCABAN FEHACIEMENTE CONSEGUIR ALGÚN SELLO O CONTAR CON ALGUNA CARACTERÍSTICA QUE LOS TRANSFORMARÁ EN UNA OPERACIÓN VERDE O SUSTENTABLE. EN UN COMIENZO LA SUSTENTABILIDAD FUE SINÓNIMO DE ECOLOGÍA Y PARA MUCHOS UNA ACCIÓN FILÁNTROPA DE PARTE DE LOS EMPRESARIOS; SIN EMBARGO, LOS AÑOS HAN DEMOSTRADO QUE UNA OPERACIÓN SUSTENTABLE TIENE RESULTADOS IMPORTANTES PARA LAS EMPRESAS Y SU ENTORNO, EN TÉRMINOS SOCIALES, DE IDENTIDAD Y TAMBIÉN ECONÓMICOS

dentro de su modelo de negocio. Las compañías siguen creando, en su gran mayoría, estrategias aisladas o en una sola dimensión (ambiental, social o económica), pero poco a poco va aumentando el número de empresas que han establecido la sustentabilidad como su plataforma de desarrollo y crecimiento.

Para que el concepto de sustentabilidad sea aplicable y visualizado es necesario que sea adaptado, a fin de ser comprendido, practicado y ejecutado por todos los componentes de una compañía. De tal forma, la sustentabilidad empresarial consiste en "adoptar estrategias de negocio para satisfacer las necesidades de la empresa y sus interesados, mientras se protege y mantiene a los recursos naturales que serán necesarios en el futuro y se favorece el desarrollo de la sociedad".

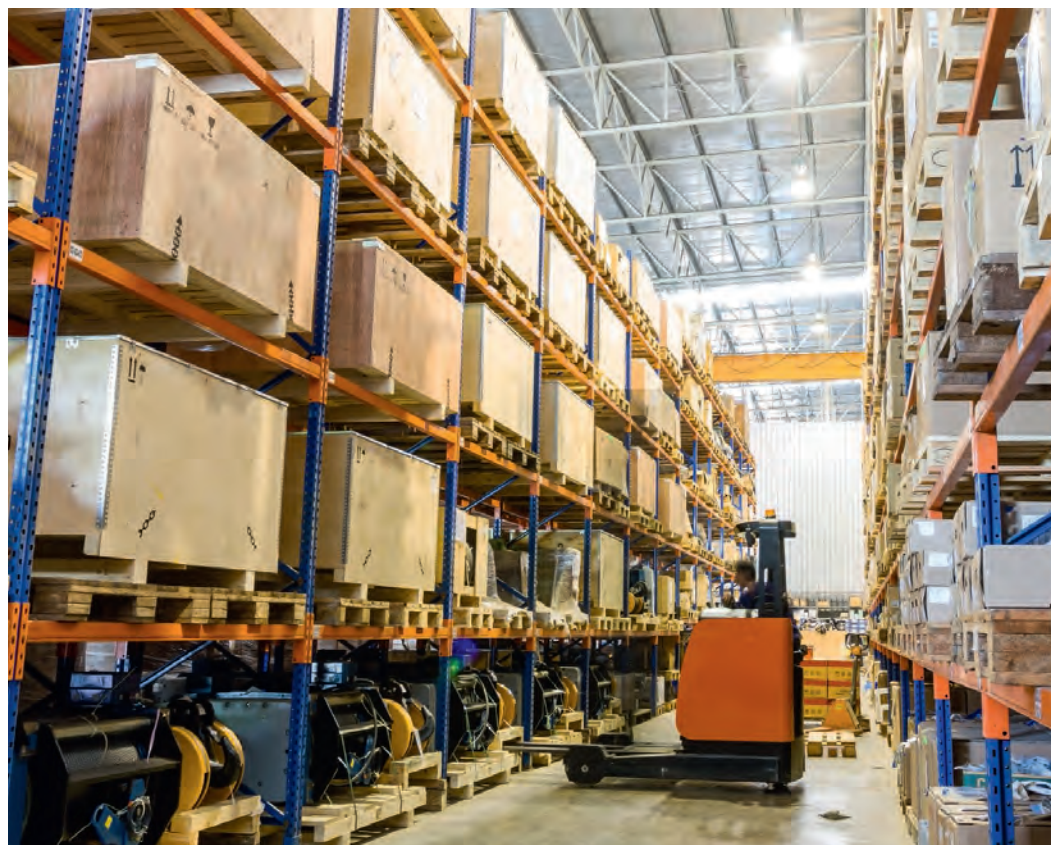
La definición anterior nos muestra que este tipo de políticas van alineados con las estrategias comerciales de las empresas y su visión de negocio. La compañía debe desa-

18 **R**econocimiento social y de sus pares, participación correcta con su entorno, disminución de gastos operacional y el compromiso de sus trabajadores son sólo algunos de los atributos que puede alcanzar una compañía sustentable y que a la larga han constituido el atractivo central que tiene esta acción empresarial.

generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades". A pesar de que el concepto de sustentabilidad tiene casi 20 años ha sido difícil para la empresa comprender la manera en que puede aplicarse

Es así como, poco a poco, las empresas han ido incorporando en sus políticas este tipo de conceptos: sustentabilidad, desarrollo verde o sostenibilidad son criterios cada vez más presentes en el desarrollo empresarial mundial. Grandes empresas en un comienzo instaron de una u otra forma a sus socios a asumir compromisos sustentables como un requisito comercial, pero hoy en día este factor es asumido como un tema de conciencia empresarial por grandes, medianas y pequeñas compañías.

El término desarrollo sustentable se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. Dicha definición se asumió en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992), donde se señala: "Satisfacer las necesidades de las





Juntos, cumplimos promesas.

Las cadenas de suministros pueden ser impredecibles, de modo que es fundamental tener un socio que no lo sea. En APL Logistics, nuestro equipo de negocios fue creado pensando en la confiabilidad y en un compromiso de orientación al cliente que prioriza sus metas y aporta a sus objetivos. Incluso en las condiciones más desafiantes, puede contar con que su equipo explore las opciones, encuentre las mejores alternativas y optimice el resultado para su empresa. En momentos cruciales, son las personas decididas y apasionadas las que marcan la diferencia.

Si busca un socio en su cadena de suministro que comprenda que las respuestas creativas no son imposibles, contáctenos hoy al mail infochile@apllogistics.com.

NUESTRA GENTE. SU BENEFICIO.

www.apllogistics.com



rollar la habilidad de incluir todas las variables económicas, ambientales y sociales, y hacerlo de una manera en la que pueda generar riqueza y valor agregado. Es así como muchas de ellas han identificado oportunidades en acciones como: innovar en los mercados con productos que favorecen la sustentabilidad, identificar prácticas, productos o servicios que le permitan generar ventajas competitivas; reducir sus costos de operación o incrementar la rentabilidad de sus productos o servicios, hacer más eficientes sus procesos u operaciones y favorecer su imagen.

El éxito de estas iniciativas están, sin duda, en la forma en que son incorporadas y asumidas por las empresas. En esta dinámica una de las claves es comprender que la sustentabilidad empresarial se traduce en un reto a la innovación, a la creatividad y a la experimentación de nuevas formas de producir y hacer negocios en el cumplimiento de los retos. Así muchas han encontrado que hoy existe una tendencia del mercado a preferir marcas comprometidas con el medio ambiente; que se producen ahorros significativos al reciclar o reducir la materia prima; la importancia de la actitud y nivel

En Chile cada vez más empresas se desarrollan y crecen en esta línea. Para conocer algunos modelos de desarrollo sustentables contamos con la opinión de tres empresas: Transportes Bolívar, Chilexpress y Puerto de Valparaíso, quienes ahondarán en sus implementaciones sustentables y como las han incorporado a su desempeño empresarial.

SUSTENTABLE EN LA PRÁCTICA

Más que comprender las definiciones o los beneficios que estas políticas puedan arrojar, la sustentabilidad basa su éxito en el compromiso que tengan las empresas y sus trabajadores con estas directrices, las cuales se basan en parte en la comprensión de sus alcances y en la materialización de ellas.

Este compromiso es clave, según Cristián González, Gerente Corporativo de Operaciones de Chilexpress, empresa distinguida por el Ministerio de Energía con el sello de eficiencia energética, quien aseguró que para ellos ser sustentables significa estar comprometidos con disminuir los impactos ambientales de las operaciones de una com-

con el premio a la mejor huella de carbono 2014, en la categoría Pyme, por su gestión en materia de medición y reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, ha puesto a este tema dentro de su Código de Conducta.

“La sustentabilidad está recogida en nuestra misión y en nuestros valores y su propósito es alinear todas nuestras acciones como ciudadanos corporativos. Este conjunto de directrices orientan y regulan diariamente nuestro quehacer como empresa de logística y transporte de carga terrestre para una operación verde, cuidadosa con las personas y el medio ambiente”, planteó Nelson Figueroa Gerente General de Transportes Bolívar.

Por su parte, para Gerardo Lazcano, Gerente (i) de Logística de Puerto Valparaíso, el plan estratégico de sostenibilidad planteado por la empresa, comienza con una visión interna para luego extenderse a los distintos concesionarios y a la comunidad logística portuaria completa. “Precisamente uno de los bastiones del PES se relaciona con el vínculo que pretende establecerse con la comunidad logística. Hay diversos compromisos que dan vida a este plan y definen sus acciones y protocolos de cumplimiento, destacando entre ellos el compromiso con la competitividad del sistema portuario de Valparaíso, que incluye el Plan de Desarrollo de Puerto Valparaíso (PDPV), el fortalecimiento del Foro Logístico Puerto Valparaíso (FOLOVAP) y la implementación de soluciones tecnológicas que mejoren la eficiencia del terminal”, sostuvo Lazcano.

Bajo el eslogan “El futuro nos mueve”, Chilexpress diseñó una estrategia cuyo pilar es el compromiso con el medio ambiente, con metas concretas al año 2020. Para llevar a cabo este objetivo, la empresa de distribución ha incorporado acciones en cuanto a eficiencia energética de su flota y de los locales con el reemplazo de energía tradicional por fuentes renovables y el reciclaje de materiales. Las iniciativas se concretan y así lo entiende Figueroa, quien comentó que desde 2010, la empresa comenzó a medir la huella de carbono, certificándose en

“DE TAL FORMA, LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL CONSISTE EN “ADOPTAR ESTRATEGIAS DE NEGOCIO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA Y SUS INTERESADOS, MIENTRAS SE PROTEGE Y MANTIENE A LOS RECURSOS NATURALES QUE SERÁN NECESARIOS EN EL FUTURO Y SE FAVORECE EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD”

de conciencia de todos sus empleados repercute en grandes ahorros económicos; el costo-beneficio de implementar soluciones ecoeficientes es indispensable para ser competitivos, o bien, el crecimiento en la imagen de la empresa como una marca ética y ambientalmente consciente lleva de la mano, en muchos casos, un incremento en las ventas.

pañía sobre su entorno; condición que para ellos se materializan en cuatro ejes: huella de carbono y contaminación atmosférica, eficiencia energética, gestión de residuos y abastecimiento responsable.

Sin embargo, todos recogen e incorporan estas políticas de distinta forma. Es así como en transportes Bolívar, empresa de transporte de carga terrestre, que fue reconocida



Gerardo Lazcano
Gerente (i) de Logística
Puerto de Valparaíso



Cristián González
Gerente Corporativo de
Operaciones
Chilexpress



Nelson Figueroa
Gerente General
Transportes Bolívar



2011 como una empresa carbono neutral en Chile y América Latina, en el rubro del transporte de carga terrestre.

BENEFICIOS

Toda implementación toma mayor fuerza cuando los resultados son visibles y la sustentabilidad no es la excepción. Cada una de las políticas asumidas espera obtener un resultado ya sea a nivel interno o externo.

Según el ejecutivo de Transportes Bolívar la sustentabilidad se ha convertido en un elemento estratégico para la organización, debido al entorno altamente competitivo como es la logística y el transporte de carga. Asimismo, en cuanto imagen empresarial, el Gerente Corporativo de Operaciones de Chilexpress, sostuvo que es probable que los clientes y el entorno en general valoren la contribución que se hace al medio ambiente, pero "la motivación no tiene que ver con un tema de imagen o con beneficios económicos, sino con una convicción profunda de que buscamos generar un impacto positivo en el entorno. Ése es el beneficio al que estamos aspirando con las distintas iniciativas que estamos impulsando". "Hemos centrado nuestros esfuerzos "verdes"

en el core del negocio, en aquellos aspectos relevantes para nuestra actividad como son la eficiencia energética, la gestión de nuestras emisiones, el tratamiento de nuestros residuos, la salud y seguridad de nuestros trabajadores y también la transparencia corporativa", añadió Figueroa. En general, los profesionales coincidieron en que los beneficios de estas estrategias apuntan fundamentalmente a áreas como: el consumo energético y de combustibles, el reciclaje, las emisiones, entre otras. Asimismo, apuntan a la importancia que tiene esta política empresarial en cuanto al valor que entrega a las empresas y que son aspectos medibles y modificables en el tiempo.

Para el Gerente de Logística (i) de Puerto Valparaíso el plan que han diseñado se compone del Compromiso con la rentabilidad, con la calidad del ambiente laboral de los trabajadores, con la calidad de vida de la ciudad y con el medio ambiente y la protección del entorno. "Es, justamente en este último pilar donde Puerto Valparaíso ha registrado sus avances más relevantes, generando alianzas y eventos en la materia. En este compromiso se consideran 5 subdimensiones que abarcan lo relacionado con el medio ambiente y el entorno de la actividad: Aire, Agua, Fauna Marina, Desarrollo Portuario y Comunidad", agregó.

Del punto de vista interno, la visión que tengan sus trabajadores de las medidas que asuman las empresas es fundamental, ya que son ellos los que en cierta medida materializan y concretan estas ideas y compromisos.

"Los trabajadores de la compañía están entusiasmados y comprometidos con esta misión. Alinear a la organización en torno a este objetivo común es clave para implementar adecuadamente esta estrategia. Para ello, realizamos capacitaciones a nuestros empleados, por ejemplo, en temas de reciclaje, conducción eficiente y construcción sustentable. También nos apoyamos de nuestra revista interna "Infoexpress", que cuenta con "páginas verdes" para comunicarnos las novedades y motivar a los trabajadores", expresó Cristián González.

Pero esta proyección interna, también tiene un símil externo. Es así como los ejecutivos coincidieron en que las buenas prácticas también logran un reconocimiento del mercado y en ocasiones de entidad privadas y públicas, lo que impulsa a seguir en la senda de la sustentabilidad.

SUSTENTABLE Y FUTURO: ESTRECHA RELACIÓN

Sin dudas, las empresas que ya ingresaron al camino de la sustentabilidad y que han comenzado a ver sus frutos, se proyectan en el tiempo y los alcances futuros que esas políticas pueden tener en sus operaciones y en sus entornos.

A este respecto, Chilexpress ha planteado ejes de desarrollo donde están, por ejemplo: Huella de Carbono & Contaminación Atmosférica, cuya meta es reducir en 30% la Huella de Carbono y reducir en 90% las emisiones de material particulado de nuestra flota de reparto al 2020; Eficiencia Energética, donde reducir o reemplazar por fuentes sustentables un 30% del consumo energético de locales y flota al 2020 e Instalar puntos de operación verde en los centros de las 10 ciudades más contaminadas de Chile al 2020; Gestión de Residuos, punto donde buscan disminuir envío de residuos a vertederos en un 90% y alcanzar un 55% de reciclaje de residuos al 2020 y el Abastecimiento Sustentable, cuyo objetivo es conseguir que el 100% de las compras de la compañía se dirijan hacia productos y empresas que utilizan insumos e implementen prácticas de negocio responsables y sustentables, hacia el año 2020.

Para Lazcano un tema relevante a considerar, a partir de la ejecución del Plan de Sustentabilidad, es que recalca "una preocupación relevante por afianzar nuestro sello de sostenibilidad, al entender que un puerto no sólo se debe encargar de movilizar carga y de atender pasajeros, sino que también ir trabajando desde el punto de vista económico, social y medioambiental. **LGT**

FINANZAS PARA LA SUPPLY CHAIN: NUEVO ESTÁNDAR PARA LOS DIRECTIVOS DE LA CADENA DE SUMINISTRO

HACE UN TIEMPO ESCUCHÉ A QUIEN POR ENTONCES ERA VICEPRESIDENTE DE SUPPLY CHAIN DE LA MULTINACIONAL QUÍMICA SOLUTIA, ROGER BLOEMEN, COMENTAR UN PAR DE IDEAS QUE ME RESULTARON CHOCANTES Y PROVOCARON MI REFLEXIÓN

La primera idea fue “nosotros, los directivos de la cadena de suministro, somos contables”. Admito que la frase me pilló desprevenido, dado que, en mis diez años de experiencia como directivo en ese ámbito, nunca me consideré un contable. Pero una reflexión posterior me hizo

ver lo que entonces no era evidente. En una cadena de suministro, el flujo de materiales, de inventarios, se va moviendo de un punto a otro, de los proveedores de los proveedores hasta los clientes y el usuario final. Estos movimientos tienen su réplica idéntica en el ámbito financiero, concretamente en el balance: existencias que pasan de una firma

a la siguiente, de materias primas a producto en curso y luego a producto terminado. Además, está la idéntica preocupación en los dos mundos de cuánto inventario tener, y el eterno objetivo de reducirlo, dado el paralelismo de costes, sean financieros (por ejemplo el coste de la deuda) como no financieros (por ejemplo el coste de obsolescencia), que erosionan la cuenta de resultados año tras año. También está la preocupación de dónde tener los inventarios, para servir mejor al cliente e incrementar la eficiencia operativa, en un caso, y para conseguir balances lean donde más nos interesa, en el otro. Por último, cabe preguntarse cómo de rápido se mueve el inventario. En el mundo operativo rige la bien conocida “ley de Little”, que en esencia nos dice que el tiempo de flujo y el inventario medios son proporcionales. Puede enunciarse así:

$$\text{INVENTARIO (EN UNIDADES)} = \text{RITMO DE PRODUCCIÓN} \times \text{TIEMPO DE FLUJO}$$

En el ámbito financiero, es bien sabido que los días de existencias (DIO, por sus siglas en inglés) se calculan dividiendo las existencias del balance por el coste de las ventas. Dicho de otro modo:

$$\text{EXISTENCIAS (EN \$)} = \text{COSTE DE LAS VENTAS (EN \$/DÍA)} \times \text{DÍAS DE EXISTENCIAS}$$

Echando un vistazo a ambas expresiones cuidadosamente, puede apreciarse que el paralelismo entre los dos mundos, operativo y contable, es total.

La segunda idea del sr. Bloemen que me resultó llamativa fue “si no entiendes el impacto de tus decisiones operativas en el triángulo, no puedes ser un profesional de la cadena de suministro”. ¿De qué triángulo estaba hablando? Se refería sencillamente al formado por los tres estados contables más importantes, a saber, el balance, la cuenta de resultados y el estado de flujos de efectivo (cash flows). En este sentido, mi experiencia es que los directivos de operaciones y de logística miden el éxito de sus decisiones en función de su impacto única-





Todas las Soluciones en un Solo Lugar

ARRIMAQ[®]
UNA EMPRESA PENTA

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



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



mente en la cuenta de resultados (antes de impuestos, por cierto), es decir, se preocupan únicamente por uno de los vértices del triángulo. Por ejemplo, un directivo de compras puede decidir comprar en un país de bajo coste, digamos en Asia, porque aspira básicamente a conseguir que su proveedor rebaje el precio de la mercancía, lo que tiene un impacto medible y contundente en el coste de las ventas y, por ende, en la bottom line de la cuenta de resultados.

Este objetivo, siendo loable, hace caso omiso de los otros dos vértices del triángulo. En concreto, ¿qué sucede en esos vértices si el proveedor está ahora a muchos miles de kilómetros de la demanda? Una consecuencia inmediata es que el tiempo de respuesta (lead-time) del nuevo proveedor crece de forma desorbitada. Esto implica aumentar los inventarios en tránsito (producto en la bodega de un barco) y de seguridad (necesario para lidiar con las fluctuaciones de demanda) de forma muy significativa. Este inventario nuevo tiene un impacto grande y real, tanto en el balance como en los flujos de efectivo. ¿Se evalúa al directivo de compras en función del impacto en el balance y los flujos de efectivo? Claramente no, y sin embargo sabemos que un exceso de inventario tiene poder para llevar a una empresa mediana incluso a la suspensión de pagos.

En el centro de esta discusión se encuentra una variable clave, las necesidades operativas de fondos (NOF), también llamadas requerimientos de capital de trabajo (WCR, por sus siglas en inglés). El nivel de NOF y sus cambios tienen un impacto capital en el balance y el estado de flujos de efectivo de cualquier empresa que posee inventarios. Entender cómo y cuánto cambian las NOF es esencial para comprender cuál es el impacto de las decisiones operativas no solo en el triángulo, sino también en el riesgo de la compañía, sus ratios financieros y, en definitiva, la creación de valor para los accionistas.

Dadas estas reflexiones, se hace patente que hay una carencia formativa importantísima para los directivos del ámbito de las operaciones, que sólo puede mitigarse me-

dante un entrenamiento adecuado. Aquellos directivos que sean capaces de manejarse con soltura en el ámbito financiero y entiendan el impacto de sus decisiones en la parte financiera de la empresa conferirán a ésta una ventaja competitiva de primer orden y se harán indispensables en sus organizaciones como impulsores del cambio para llegar a la excelencia operativa.

NOF: ENTENDIENDO EL CONCEPTO

Las denominadas "Necesidades Operativas de Fondos" (NOF), son las inversiones necesarias que la empresa debe llevar a cabo para desarrollar su actividad productiva. Sin estas estas inversiones las entidades paralizarían su actividad.

En un ejemplo práctico podemos decir que: durante la fase de almacenamiento la empresa debe de contar con un mínimo de materias primas (inversiones) en el almacén para abastecer a la fábrica y no paralizar la producción, lo mismo sucede en la tienda, donde debe de contar con los niveles óptimos de mercadería para la venta. Además, si los clientes solicitan un crédito, entonces, debemos de contar con recursos para financiarlos.

Así como la empresa concede créditos, los proveedores, acreedores y hacienda pública también financian a la empresa, a ésta financiación sin costo se le denomina financiación espontánea o pasivo corriente operativo. Por lo tanto, a todas las inversiones necesarias les descontamos la financiación espontánea para obtener las NOF netas.

NOF NETAS= EXISTENCIAS + CLIENTES - PROVEEDORES

NOF NETAS= ACTIVO CORRIENTE OPERATIVO - PASIVO CORRIENTE OPERATIVO

Podemos calcular las NOF usando el Período Medio de Maduración Financiera, para esto la empresa debe de conocer los días óptimos de maduración, por ejemplo, en el

caso de una empresa comercializadora, para calcular los días de cobro se establece la siguiente fórmula: **Días de cobro= (clientes / ventas anuales) x 365**

En este caso, imaginemos que son 37 días de cobro, y además se estima vender al año 3.490€ entonces, necesitará 354€ para financiar a sus clientes por las ventas al crédito.

SALDO DE CLIENTES= DÍAS DE COBRO X (VENTAS ANUALES / 365DÍAS)
SALDO DE CLIENTES= 37 DÍAS X (3.490€/ 365 DÍAS) = 354€

INVENTARIO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE OPERACIONES FRENTE A FINANZAS

Todo gerente de operaciones sabe que el inventario es necesario para poder satisfacer a los clientes. Para finanzas, sin embargo, el inventario es parte de las "necesidades operativas de fondos" (o working capital) y, en consecuencia, una variable que se debe minimizar.



Alejandro Serrano
 Director del Máster en
 Dirección de la Cadena de
 Suministro . ZLC

Por tanto, operaciones, siendo un área de servicios, tenderá a aumentar el stock, mientras que finanzas tenderá a bajarlo. Algo similar ocurre con las compras. Para el comprador, el precio tiende a ser la variable de mayor importancia. Para el gerente de operaciones a cargo de los inventarios, el tiempo de aprovisionamiento es clave (ya que, como hemos indicado: mayor tiempo significa más incertidumbre, lo que a su vez supone más inventario para el mismo nivel de servicio). Para el tesorero, en cambio, el objetivo es pagar lo más tarde posible,

usando a los proveedores como una fuente más de capital. Claro que, en realidad, está todo relacionado: **(A)** Si la empresa paga más tarde a sus proveedores, a la larga, éstos reflejarán sus costes de capital extra en los precios. Y si resulta que los proveedores tienen un coste de capital mayor que el de la empresa, ésta se estará financiando de la forma menos eficiente y a la larga aumentando sus costes totales.

(B) Si la firma compra barato, pero el tiempo de aprovisionamiento es alto (pongamos por caso una compañía americana que compra en China), el gerente de compras podrá jactarse de sus buenos resultados, pero el inventario subirá necesariamente (por la relación ya explicada entre tiempos de aprovisionamiento, incertidumbre e inventario). Esta subida disminuirá la rotación del inventario y aumentará las necesidades operativas de fondos, haciendo que tanto el gerente de operaciones como el de finanzas empeoren sus resultados.

(C) Si la compañía incrementa intencionalmente su nivel de inventario para ofrecer un mejor nivel de servicio a sus clientes, aumentará también la probabilidad de quedarse con demasiado stock y, por consiguiente, el riesgo del negocio, que se reflejará, antes o después, en un mayor coste de capital. Nótese que no nos referimos solamente a que aumenta el inmovilizado de la empresa, y con él el coste de mantenimiento del inventario (como los gastos de almacenaje y seguros, por ejemplo). Decimos que también aumenta el riesgo de la empresa, que se puede medir por ejemplo, para empresas que cotizan en bolsa, mediante la llamada "beta" de las acciones (este efecto de aumento de riesgo también ocurrirá en el caso (b), si la firma debe subir sus inventarios para comprar a un proveedor con mayor tiempo de aprovisionamiento).

Ahora bien, si extendemos esta lógica a toda la cadena de suministro, la conclusión es que para responder a las preguntas formuladas anteriormente es preciso un es-

tudio unificado de los flujos de materiales, financieros y de información, en todos los agentes de la cadena de suministro.

En resumen: si bien el futuro puede darnos una sociedad sin papeles, los inventarios, y la incertidumbre asociada, están aquí para quedarse. El diseño de las cadenas de suministro de éxito debe tener en cuenta los flujos y stocks físicos, financieros y de información. Para esto, es necesario cambiar la forma tradicional de ver el negocio tanto dentro de la empresa (esto es, entre operaciones y finanzas) como entre firmas (es decir, a lo largo de la cadena de suministro). Sólo un enfoque global del problema dará una ventaja competitiva a la empresa que lo adopte, en un entorno cada vez más exigente. **LGT**

ALEJANDRO SERRANO
Director del Máster en Dirección de la Cadena de Suministro en Zaragoza Logistic Center (ZLC).

¿QUÉ QUIERES SER CUANDO CREZCAS?

DIPLOMADOS ABRIL 2015
 ADMINISTRACIÓN FAE-USACH



UdeSantiago de Chile

www.diplomadosusach.cl

F Diplomados Área Finanzas

- › Gestión Financiera
- › Administración y Gestión del Riesgo
- › Evaluación de Proyectos

G Diplomados Área Gestión

- › Habilidades Gerenciales
- › Administración de Negocios
- › Emprendimiento e Innovación

NUEVO Gestión Internacional
NUEVO Gestión de Innovación

M Diplomados Área Finanzas

- › Marketing Gerencial
- › Product Management

L Diplomados Área Logística

- › Gestión Logística de Abastecimiento y Adquisiciones
- › Gestión Logística de Producción y Distribución

R Diplomados Área Recursos Humanos

- › Gestión de Recursos Humanos
- › Desarrollo de Recursos Humanos
- › Compensaciones

NUEVO Selección y Reclutamiento
NUEVO Medición y Gestión del Rendimiento Organizacional



INSCRIPCIONES ABIERTAS

HORARIO VESPERTINO

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

diplomas@usach.cl
diplomados@usach.cl

2718 0824
2718 0812

6 años

Universidad acreditada

Área de Gestión Administrativa
 Área de Gestión de Programación
 Área de Gestión de Marketing
 Área de Gestión de Planeación
 Área de Investigación y Estadística



El primer paso de la Comisión de Innovación para Puertos y su Logística es realizar un diagnóstico sobre el actual funcionamiento de los puertos marítimos en Chile. Los resultados de este análisis se publicarán en un informe a finales de abril de 2015, luego el Gobierno evaluará los proyectos a ejecutar, que en caso de ser aprobados, deberían estar listos antes de 2030, fecha límite que se han impuesto los integrantes y donde se deberían observar los resultados

BRECHAS

COMISIÓN PÚBLICA-PRIVADA DE EXPERTOS BUSCA MEJORAR LOGÍSTICA PORTUARIA Y PRODUCTIVIDAD

Con el objetivo de modernizar y mejorar el sistema portuario chileno, elevando con ello el índice de competitividad logística nacional, a fines de 2014 comenzó a operar la "Comisión de Innovación para Puertos y su Logística", entidad formada por un amplio grupo de especialistas en esta materia, provenientes del sector público y privado del país.

Inmersa en la Agenda de Innovación y Competitividad del Gobierno e impulsada principalmente por el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC); la Comisión tiene entre sus objetivos principales potenciar las exportaciones y obtener el máximo rendimiento de los acuerdos comerciales que se han logrado, tanto a nivel privado como estatal.

En esta lógica, se espera que la entidad genere una especie de 'hoja de ruta' en la cual se identifiquen las áreas a intervenir en el sector portuario y concretar un proyecto modernización con miras a 2030.

En este cometido, el consenso entre empresarios, políticos, investigadores y académicos, respecto de aquellas brechas maestras que se tornan claves a la hora de promover la competitividad; es esencial. Así lo expresó durante la presentación de esta iniciativa, Álvaro Díaz, ex subsecretario de Economía y Presidente de la Comisión de Innovación para Puertos y su Logística, señalando que: "El objetivo es desarrollar ideas y aconsejar políticas que marquen el camino para que el sistema portuario chileno obtenga un ni-

“ESTÁN AL NIVEL
QUE EXIGE LA
GESTIÓN MODERNA
DE NUESTROS
NEGOCIOS.”

René González Leppe
Gerente Centro de Distribución,
DITEC Automóviles S.A.



Centros de Distribución y
Logística de Alto Estándar



CONECTIVIDAD



FLEXIBILIDAD



SEGURIDAD



SOPORTE



SERVICIOS

www.bodenorflexcenter.cl

BODENOR
FLEXCENTER
PARQUES LOGÍSTICOS

vel de calidad mundial, en todos los aspectos, especialmente en la cadena logística, que crece de forma acelerada, por lo que se requiere de una mayor inversión en la innovación de esta área".

Otro aspecto que Díaz valoró -en esa oportunidad- fue la inclusión de organismos internacionales, privados, públicos y representantes de los trabajadores en dicha Comisión, argumentando que hay una labor donde participan un conjunto muy complejo de instituciones que incorpora hasta 21 agencias públicas, representantes de trabajadores como la OIT, agrupaciones de exportadores, empresarios y universidades, "porque el diálogo es crucial para delimitar lo que se va a desarrollar en los próximos años", indicó.

BRECHAS A SUPERAR

A fines del siglo pasado el sistema portuario experimentaba un vertiginoso crecimiento, debido a la expansión en la cantidad y alcance de los puertos nacionales. Al mismo tiempo, la consecución de múltiples Tratados de Libre Comercio (TLC) hizo que más del 90% de las exportaciones comerciales se realizaran desde la costa del país, llevando a la actividad portuaria a su época dorada.

No obstante, en un punto todo eso cambió. Hace 7 años, aproximadamente, comenzó una desaceleración económica que afectó al sistema portuario, sumiéndolo en una especie de limbo en el cual se estancaron aspectos determinantes para su desarrollo y progreso. Un ejemplo palpable de lo anterior fue la mantención de un sistema de información manual, lo que no sólo está totalmente contrapuesto al paradigma digital que impera estos días, sino que también ha tenido un efecto nefasto en la competitividad operativa.

De ahí que la Comisión busque una recuperación en el dinamismo de los puertos, en su crecimiento, todo desde una visión que incluye la innovación en torno a las mismas

empresas, a la cadena logística, los recursos humanos y las comunidades donde se emplazan los puertos. Bajo esta lógica, la entidad se divide en 3 grupos de trabajo: uno de logística que trata sobre las tendencias globales al respecto y el sistema de comercio exterior del Ministerio de Hacienda. El segundo grupo aborda el tema de los puertos y su relación con la comunidad, junto a las políticas públicas, y finalmente, la tercera área de trabajo es de recursos humanos, donde se estudiará la actual preparación de los trabajadores, su capacitación y la seguridad laboral.

Los tres grandes caminos de acción expuestos se condicen perfectamente con las denominadas: Brechas Máster que la comisión ha establecido durante sus encuentros como los puntos más importantes a considerar para la modernización del sistema portuario.

Según expresó Jorge Marshall, Presidente de la Cámara Marítimo Portuaria, durante su alocución en la tercera reunión de esta comisión, "tenemos que mirar la cadena logística completa y buscar aquellas formas en que el cliente final tenga el mejor servicio con la mejor calidad. Ese es el gran objetivo que debemos alcanzar hacia 2030. Para ello, agregó Marshall, "lo primero es identificar aquellos aspectos que se deben evaluar y mejorar y, en este ánimo los hemos dividido en 6 estándares o Brechas Maestras" que separan al actual performance portuario nacional de un futuro estándar operativo y comercial de alta gama.

Las Brechas Maestras descritas por Marshall son: Transporte. TIC (Sistemas Informáticos); Relación con la comunidad; Institucionalidad; Régimen Laboral y Capacidad Portuaria.

BRECHAS LOGÍSTICAS

Considerando lo expuesto por Marshall, y a contar de lo dicho por otros miembros de la Comisión, podemos señalar que en términos logísticos el ítem Transporte es uno



de los aspectos más complejos a considerar. Según lo expuesto por el ejecutivo, en los próximos 15 años se espera que Chile duplique los niveles de carga de mercancías en la ciudad, futuro que la actual infraestructura portuaria y carretera no es capaz de enfrentar.

En consecuencia, es importante considerar y evaluar de forma diferente los proyectos de infraestructura en este sector; dándole una forma integrada, intermodal, con todas las conexiones y sus accesos. ¡Estamos avanzando en esta dirección!, expresó el Presidente de la CMP.

Otra de las propuestas que presentaría la comisión es la implementación de nueva y mejor tecnología. Bajo esta premisa, hoy el sistema portuario se encuentra a un paso de digitalizar algunas de sus actividades. No obstante, en el mediano plazo se espera terminar con el uso del papel en las exportaciones comerciales que retrasan la cadena logística y la ejecución de las operaciones.



clientes extranjeros visibilidad de la carga y que la puedan rastrear en todo momento; contar con operaciones sustentables y proteger la integridad de los trabajadores”.

En términos logísticos, agregó el experto, “Chile ha logrado una serie de éxitos en los últimos 10 años; ha impuesto un modelo de mercado exitoso y de sana competencia, sin embargo proyectamos que este modelo tiene insuficiencias en distintos ámbitos, especialmente en el de transporte y hoy no es viable. Nadie sabe que nos deparan los próximos 15 años, no obstante la tendencia nos avisa que el consumo y la logística van en ascenso”.

BRECHAS CRUZADAS

Fortalecer las exportaciones nacionales y, en especial, de las pequeñas y medianas empresas es uno de los objetivos que persigue la Comisión Portuaria. No obstante, este objetivo también es compartido por la Comisión de Minería y Desarrollo de Chile, entidad nacida a partir de la agenda de competitividad.

Tener objetivos comunes conduce inevitablemente al trabajo conjunto. En este último punto, a partir de las conclusiones expuestas por la Comisión Minera sobre la necesidad de potenciar los envíos mediante una adecuada infraestructura en puertos y la logística. En ese sentido, es tarea del gobierno definir la localización del puerto de gran escala de la zona central, de manera que se efectúen a la brevedad todos los estudios necesarios para el llamado a licitación.

El desafío de mejorar el acceso de los exportadores a los mercados internacionales es un trabajo continuo y, por lo mismo, es muy importante generar institucionalidad permanente que permita dar continuidad al trabajo. **LGT**

La relación del Puerto con la ciudad es otro aspecto relevante a la hora de evaluar, dado que a partir de este punto se evalúa el impacto que las faenas portuarias tienen en la comunidad aledaña. Procesos sustentables, minimizar el impacto negativo del transpor-

deben afrontar. No obstante, el desafío más importante tiene relación con el desarrollo y seguridad del capital humano, mediante posibilidades de capacitación –por ejemplo – o por extremar medidas de seguridad durante las faenas.

"ES PRECISO QUE SEAMOS CAPACES DE ENTREGARLES A NUESTROS CLIENTES EXTRANJEROS VISIBILIDAD DE LA CARGA Y QUE LA PUEDAN RASTREAR EN TODO MOMENTO"

te terrestre en calles o avenidas, controlar las emisiones de CO2 son sólo algunas de las estrategias que los Puertos han o estarán dispuestos a implementar. El Régimen Laboral, en tanto, es otro punto crítico para la logística portuaria sobre todo tras las repercusiones que tuvo para la actividad el paro portuario. Infraestructura, capacidad portuaria y sistemas de información digitales son sólo algunos de los desafíos que se

Siempre en torno a alcanzar la competitividad, Marshall señaló que “necesitamos fortalecer la institucionalidad. Necesitamos ser más competitivos para las empresas y toda la cadena de valor que está involucrada, de manera que bajemos los costos; que lleguemos con mejores tiempos a destinos y disminuya la variabilidad. Es preciso que seamos capaces de entregarles a nuestros

En Enero de 2012 se promulgó la Resolución Exenta N°63 por la cual se 'abrían los cielos nacionales' para las maniobras de cabotaje aéreo de líneas internacionales. No obstante, la discusión de este proyecto fue de largo aliento y apoyado ampliamente por el sector, lo cierto es que hoy no ha pasado de ser una 'buena idea'



CABOTAJE

CABOTAJE AÉREO: UN PASADO SIN PRESENTE... Y CON UN INCIERTO FUTURO

El 19 de enero de 2011, el entonces Ministro de Economía, Juan Andrés Fontaine, presentó a la opinión pública el resultado obtenido de las 10 mesas de trabajo público – privadas de distintos sectores económicos coordinadas por su cartera, en las cuales se identificaron cerca de 300 trabas y cuellos de botella que atentaban contra la competitividad del país.

El compendio era parte de programa de amplio espectro denominado: Impulso Competitivo, diseñado para remover las trabas que obstaculizan el desarrollo de la capacidad emprendedora de los chilenos y que entorpecían el potencial de crecimiento de nuestra economía; y presentaba 50 acciones a realizar para el logro de estos objetivos.

En este contexto, en el inciso cuarto del documento se describían las acciones tendientes a promover la competencia y eficiencia en transporte y logística, entre las cuales destacaba la acción 19, denominada: Más competencia en transporte aéreo de carga y pasajeros dentro de Chile, que a continuación citamos íntegramente:

El problema: "Todo vuelo proveniente del extranjero aterriza en un aeropuerto nacional sin poder realizar transporte de pasajeros o carga hacia otra ciudad chilena, quedando horas inutilizado hasta emprender vuelo hacia fuera del país, perdiéndose así capacidad instalada que pudo ser utilizada para ofrecer una opción competitiva".



La solución: “Levantar la restricción legal que prohíbe el cabotaje aéreo de pasajeros y cargas a aeronaves extranjeras con las debidas precauciones en cuanto a seguridad del servicio y tratamiento tributario. Chile será país pionero en adoptar una política unilateral de cielos y puertos abiertos, beneficiando el transporte tanto de carga como de pasajeros desde y hacia las regiones, al aumentar la competencia y así bajar los precios, salvaguardando las exigencias de seguridad necesarias tanto para extranjeros como nacionales”.

Con el problema identificado se instalaba la discusión sobre la importancia de ‘abrir los cielos’ chilenos a la acción de compañías aéreas extranjeras, discusión que el Senado ya había abordado 4 años antes tras la presentación del proyecto de ley – presentado por el senador UDI, Jaime Orpis-, que perseguía establecer el “libre cabotaje para naves aéreas de todas las nacionalidades en el territorio nacional”. Ya en dicho documento, el honorable destacaba tres fundamentos

esenciales para promover esta modalidad de transporte en todo el país: La apertura del mercado; el beneficio de los consumidores y la reciprocidad en la apertura.

El primer fundamento (Apertura del Mercado) se explicaba como una tendencia mundial “que en la práctica se traduce en una buena experiencia, pues incrementa y facilita el acceso a productos y servicios, así como también fomenta la competencia, derivando además tal cosa en mejores y más baratos productos y servicios”, citaba el documento.

En esta materia, el proyecto profundizaba en aquellos aspectos positivos derivados de la apertura del mercado, destacando que este fenómeno: Fomenta y promueve la competencia sana y leal; Atomiza la oferta, es decir, permite muchos oferentes, todos de porte relativamente similares sin que ninguno de ellos pueda influir sustancialmente en los precios de los productos y los servicios que ofrecen. Desde luego, tal cosa se traduce en la reducción de posiciones dominantes de determinados actores del mercado, las cuales podrían ser abusadas por los mismos.

El aprovechamiento de servicios ociosos se presentaba como el tercer aspecto positivo derivado de la apertura del mercado, considerando que “en la actualidad transitan por rutas con recaladas en prácticamente todos los aeropuertos del Norte y Sur de Chile aeronaves de bandera extranjera, las cuales cuentan con capacidad ociosa de bodega y asientos que perfectamente podría realizar este cabotaje, promoviendo así la competencia, y como consecuencia una baja en los precios y mejora del servicios”, explicaba el documento.

Respecto de los fundamentos restantes: Beneficio de los consumidores y Reciprocidad en la apertura, el primero estimaba que: “La existencia de más y mejores oferentes generan precios de equilibrio que variarían a la baja, fortaleciendo de tal manera el acceso de la demanda a esta oferta”. La reciprocidad en la apertura, en tanto, estipulaba que “hay quienes advierten cierta



Ana-Maria Wörner
Airfreight Manager
de Geodis Wilson Chile Ltda



Werner Knust
Gerente General
de Andes Logistics

negatividad en la apertura unilateral del cabotaje, por cuanto existen países que se verían beneficiados por ella sin que en ellos las naves de bandera chilena pudieran, a su turno, realizar una actividad comercial de la misma naturaleza. No obstante, pretender ver en la no reciprocidad una cuestión negativa, es afrontar desde un mal enfoque la competencia, (...) pues “en la medida que sean competitivas con las extranjeras y mantengan tal competitividad, no habría motivo para que las mismas se vieran afectadas mayormente”, citaba el texto.

Consecuentemente, el proyecto de ley contemplaba la posibilidad de que al abrir los cielos nacionales a empresas extranjeras, que carecieran de domicilio en el territorio de la República, sería extremadamente sencillo eludir sus responsabilidades. Para contrarrestar tal efecto, el documento contemplaba la exigencia de garantías que ofrecieran cierta liquidez de manera que se hicieran efectivas -de una manera rápida y eficaz- las eventuales responsabilidades para tales empresas.

SE ABREN LOS CIELOS

Tras las consideraciones expuestas en el Impulso Competitivo, en Enero de 2012, se publicó la Resolución Exenta N°63, por la cual Chile se transformó en el primer país de América en abrir unilateralmente su cabotaje aéreo. En esta línea, el apartado en su inciso N° 7 establecía que: “En el cabo-

taje aéreo existe libre acceso, sin exigencia de reciprocidad y con el objeto de reafirmar esta política, la Junta de Aeronáutica Civil acordó por unanimidad declarar que no se considerará la reciprocidad para determinar el eventual término, suspensión o limitación de los servicios de cabotaje que preste una empresa extranjera, y que otorgará todas las facilidades a las empresas extranjeras que soliciten realizar cabotaje en Chile, en igualdad de condiciones con las empresas nacionales.

Por tanto, la Junta de Aeronáutica Civil (JAC) acuerda: ■ Reafirmar la política aerocomercial en relación al cabotaje, que permite a una empresa extranjera el libre acceso sin reciprocidad ■ Declarar que no se considerará la reciprocidad para determinar el eventual término, suspensión o limitación de los servicios de cabotaje que preste una empresa extranjera ■ Otorgar todas las facilidades a las empresas extranjeras que soliciten realizar cabotaje en Chile, en igualdad de condiciones con las empresas nacionales”.

32

SIN ACTORES A LA VISTA

"Chile toma liderazgo en la apertura de cielo (...) para poner cada vez menos trabas al comercio. Esta industria que ha crecido fuertemente necesita seguir abriendo espacio a la competencia", con estas palabras, en enero de 2012, el entonces Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Pedro Pablo Kuczynski manifestaba optimismo frente al nuevo escenario legislativo, no obstante, tres años después, el panorama no ha tenido la transformación que todos esperaban, al menos en torno al movimiento de carga. De hecho, según cifras entregadas por la JAC, durante 2014 (Enero-Noviembre) la operación nacional de carga no contó con ningún actor internacional. En este contexto, el tráfico de mercancías en el territorio fue ampliamente liderado por Lan Airlines que para este periodo alcanzó una participación de mercado del 39,6%. (Figura 1)

¿A qué se debe esta realidad?, según Werner Knust, Gerente General de Andes

Logistics y Ana-Maria Wörner, Airfreight Manager de Geodis Wilson Chile Ltda explicaron que actualmente existen dos variables que se tornan inviables el despegue de esta iniciativa, entre las cuales destacan: La disminuida infraestructura aeroportuaria y aduanera que Chile posee; las restricciones de peso y costo que el transporte aéreo de mercancías representa versus el transporte marítimo y terrestre.

Por ello, explicó la ejecutiva, es primordial un plan de inversión gubernamental que enfrente esta problemática con una mirada a largo plazo.

En torno a las restricciones de peso y costo que el transporte aéreo de mercancías representa, la ejecutiva explicó que "el costo del transporte aéreo es más caro y restrictivo, en comparación con el transporte terres-

LÍNEAS AÉREAS	AÑO 2014 OPERACIÓN NACIONAL			ENERO - NOVIEMBRE			NOVIEMBRE		
	TONELADAS DE CARGA	PARTICIPACIÓN %	CRECIMIENTO %	TONELADAS DE CARGA	PARTICIPACIÓN %	CRECIMIENTO %	TONELADAS DE CARGA	PARTICIPACIÓN %	CRECIMIENTO %
LAN AIRLINES	9.590	39,6	-6,0	869	37,6	-4,0			
LAN EXPRESS	11.965	49,4	-15,8	1.166	50,5	3,1			
AKY AIRLINE	2.220	9,2	133,6	275	11,9	264,9			
PAL AIRLINES	261	1,1	-1,6	0		-100,0			
LAN CARGO	162	0,7	1110,7	0					
TOTAL GENERAL	24.197	100,0	7,6	2.310	100,0	6,6			

A partir de lo expuesto por los expertos, el factor: Infraestructura vendría a ser una de las mayores trabas para que el cabotaje aéreo de líneas extranjeras sea posible. En esta línea, Knust explicó que una carga que viene desde el extranjero, generalmente llega a Santiago donde –tras los trámites aduaneros de rigor- puede ser redireccionada hacia otros aeropuertos. No obstante, éstos deben contar con Aduana y lo cierto es que sólo 3 de ellos cuentan con esta entidad. "Cuando el destino es Iquique, Antofagasta o Punta Arenas, la carga puede ser redireccionada y controlada por la aduana de destino, pero tenemos que en el resto de los aeropuertos del país no hay aduana, por lo cual todos los trámites de liberación de carga se deben realizar en Santiago. Al mismo tiempo, este proceso debería ser rápido, pero se entrampa porque el trámite es burocrático”.

Sobre este punto, la ejecutiva de Geodis Wilson explicó que "actualmente no hay ningún jugador internacional que ofrezca un servicio habitual de vuelo nacional y tampoco existe la infraestructura aeroportuaria que pueda facilitar esta actividad. Tenemos 4 aeropuertos con Aduana (incluyendo Santiago) y con una infraestructura deficiente en algunos casos y sobrepasada en otros”.

tre o fluvial, debido a que la carga se transporta –generalmente- en vuelos de fuselaje angosto que tienen un máximo es de 125 kilos por bulto, en dimensiones de 1x1x1. Esto implica que no podemos usar este tipo de transporte para cualquier tipo de carga y el costo asociado sea alto. Lo cierto es que, hoy en día, existen productos requeridos con urgencia o perecibles que idealmente deberían volar, ya que su atraso o inexistencia implicarían el detrimento del producto o paradas de plantas respectivamente, no obstante, las compañías prefieren ‘camionar’ las cargas, porque es más barato y menos restrictivos en términos de peso”. Por ello, la infraestructura vuelve a ser determinante, ya que de existir terminales adecuadas para el arribo de aeronaves de carga, específicamente, las posibilidades para estas maniobras se ampliarían exponencialmente, explicó la ejecutiva.

Visualizando un futuro incierto para esta modalidad de transporte, ambos expertos coincidieron en que es importante superar la mentalidad centralista del transporte de carga en general y asumir el reto relacionado a la inversión aeroportuaria, de no ser así, la promulgación de esta legislación no pasará de ser letra muerta. **LGT**

¿Necesita una
bodega organizada
con el control total de
su stock?



Mecalux le ofrece la solución de almacenamiento que mejor se adapta a sus necesidades

Racks para pallets - Estanterías para picking - Soluciones automáticas para pallets y cajas
Software de gestión de bodegas Easy WMS - Entreplantas

Solicite más información
o un presupuesto sin compromiso
en www.mecalux.cl o llamando
al (56-2) 2827 6000





De la mano del Canal de Panamá, Centroamérica ha cumplido un importante rol en el comercio exterior. No obstante, el protagonismo de este cruce interoceánico se ve amenazado tras la puesta en marcha del construcción del Gran Canal de Nicaragua, proyecto de capitales chinos que se estima estará operativo en los próximos cinco años

COMEX

CANAL DE NICARAGUA, POTENCIARÁ A CENTROAMÉRICA COMO NODO LOGÍSTICO

El transporte marítimo es considerado la piedra angular del comercio mundial, pues el movimiento de mercancía por barco históricamente representa entre 75 y 80% del volumen del comercio internacional. De hecho, se prevé que este crecimiento del intercambio comercial vía marítima continúe a un ritmo de entre 3% y 4% anual hasta 2020, debido principalmente al desarrollo de China como centro de manufactura.

En ese tránsito, Centroamérica figura en el mapa mundial como un nodo logístico en expansión que, gracias a su posición privilegiada es capaz de abastecer a EE.UU –potencia económica mundial-, Asia y América Latina. Algunos, incluso señalan que Centroamérica se convertirá, al 2020, en el centro logístico

mundial por excelencia, concentrando en su zona un importante porcentaje del tráfico comercial intercontinental.

Ahora bien, ¿en qué razones se sustentan dichas proyecciones? Fundamentalmente radican en la relevancia del canal de Panamá para el comercio exterior, cruce interoceánico de 80 kilómetros en el que navegan especialmente buques con carga de Estados Unidos, Asia, Sudamérica y Europa. Según cifras de Banco Mundial (2013), Panamá se ubica como líder en el movimiento de carga en contenedores en América Latina y el Caribe con 25.6% del total de movimiento portuario en esa región. Además, se estima que este cruce interoceánico ha contribuido significativamente

al progreso mundial, ya que: proporciona una vía de tránsito corta y relativamente barata entre estos dos grandes océanos; ha influido considerablemente sobre los patrones del comercio mundial; ha impulsado el crecimiento en los países desarrollados y le ha dado a muchas áreas remotas del universo el impulso básico que necesitan para su expansión económica.

Más allá de los impresionantes logros de la ingeniería que el Canal de Panamá representa (y que lo ha llevado a ser considerado una de las maravillas estructurales del siglo XX), este paso interoceánico es hoy por hoy el enclave del comercio marítimo mundial. De hecho, la importancia del Canal se mide no sólo por el tráfico que recibe, sino por el tipo de mercancía que cruza por él (granos, carga en contenedores y petróleo y sus derivados principalmente). Más del 80% de los países depende del comercio que se realiza por el Canal de Panamá y Chile no está exento de esta realidad. Al margen de todo lo dicho, la importancia de Panamá en

el comercio mundial radica en que su cruce interoceánico permite la conexión comercial entre países productores y consumidores, jesa es la clave! Pero esta importancia se extrapola rápidamente a la zona geográfica donde se emplaza esta nación (Centroamérica) con el anuncio de la construcción del Canal de Nicaragua, proyecto que viene a potenciar el comercio internacional, transformándose en una alternativa de tránsito y que fue por muchas décadas un anhelo nicaragüense.

La creciente demanda del comercio marítimo internacional sustenta la importancia de este millonario proyecto, que inició obras a fines de 2014, que actuaría como un complemento y alternativa al canal de Panamá.

NICARAGUA: LA ALTERNATIVA

Desde hace más de un siglo que en Nicaragua se viene hablando de un Canal Inte-

roceánico. ¿Por qué es oportuno ahora? En pocas palabras, porque la gran demanda mundial, el comercio internacional está creciendo a un ritmo acelerado y la ruta entre Asia y el continente americano, en ambas direcciones, se está volviendo cada vez más importante para el comercio de los bienes manufacturados y los productos a granel. Con este crecimiento, incluso el Canal de Panamá ampliado alcanzará su capacidad plena, se estima, en poco más de una década.

En esta línea, según cálculos internacionales, en el período 2011-2025 el comercio marítimo global crecerá en el entorno del 40% y un paso por este territorio, para grandes buques de carga, aportaría sustanciales ahorros en días de navegación y costos financieros.

De acuerdo con un comunicado de Grupo HKND, empresa china que se adjudicó la construcción de este proyecto, con este canal los barcos tendrán un mayor ahorro



NUEVAS GRÚAS HORQUILLA CAT

Cuando lo que necesitas es mover carga, una excelente opción es hacerlo con las **Grúas Horquilla Cat**, ya que están pensadas para agilizar los tiempos, sin dejar de lado la comodidad del operario.

✓ **Financiamiento CLC** ✓ **Respaldo Finning** ✓ **Garantía CAT**

BUILT FOR IT.

LLÁMANOS
229 277 000
WWW.FINNING.CL



Promoción válida solo para Chile desde el 01 de marzo hasta el 01 de abril de 2015 o hasta agotar stock. Disponibles 8 unidades de Grúas de Bajo Tonelaje, dos de cada una de los siguientes modelos: GP20NM; GP25NM; GP30NM, 2PD6000. Por la compra de cualquiera de los equipos mencionados anteriormente, incluye kit de mantenimiento que comprende los repuestos para todos los mantenimientos hasta las 2000 hrs. No acumulable con otras ofertas o promociones vigentes. Financiamiento directo previa evaluación CLC. Crédito otorgado por Caterpillar Leasing operativo, previa evaluación crediticia. Fotografías referenciales.



de combustible. Por ejemplo, para ir de Shanghái, China a Baltimore, Estados Unidos, la nueva ruta tendría 4,000 kilómetros menos que la ruta del Canal de Suez, y 7,500 kilómetros menos que por el Cabo de Buena Esperanza. Entonces, considerando los precios actuales de combustible, para un buque portacontenedores de tamaño promedio, este paso interoceánico representaría un ahorro en viajes ida y vuelta de 500,000 dólares y un millón de dólares respectivamente. Para los buques más grandes, los ahorros serían de 110 dólares/teu y 327 dólares/teu en relación con las dos rutas alternativas, fundamentalmente gracias a un menor consumo de combustible.

Dado que existe una gran demanda para un nuevo Canal de última generación que complemente el Canal de Panamá para atender embarcaciones de gran calado, el proyecto del Canal de Nicaragua, en concesión a 50 años por el gobierno del comandante Daniel Ortega al holding chino Grupo HKND, se alza como una ventajosa alternativa, al permitir el paso de barcos más grandes que la vía panameña, con una inversión estimada en 40,000 mdd.

Por otro lado, la cantidad de tránsito que hoy se realiza por el Canal de Panamá hace presagiar una exitosa operacionalidad de concretarse el proyecto nicaragüense. Cinco años es lo que se estima duraría el faraónico proyecto transoceánico que se ha transformado en el caballito de batalla del presidente Ortega, y el consorcio chino HKND.

Estimaciones iniciales indican que el conducto tendría la capacidad de captar el trasiego de 450 a 500 millones de toneladas métricas anuales y recibir embarcaciones con más de 400 metros de largo, 59 de ancho y 22 de calado. Además, el Gran Canal Interoceánico de Nicaragua incluiría una vía acuática más ancha que el Canal de Panamá, que ahora se encuentra en ampliación, además de una contar con una vía ferroviaria, oleoductos, dos puertos de aguas profundas, zonas francas y dos aeropuertos, tanto en el litoral del Caribe como en el Pacífico. Para visualizar la magnitud del proyecto, cabe destacar que éste contem-

pla, por ejemplo, más de un millón de toneladas de explosivos, mil camiones de 300 a 400 toneladas, 1,5 millones de toneladas de acero y la construcción de una planta de electricidad. Mientras que para la ejecución de la construcción se necesitarán más de 50.000 trabajadores. En términos de capacidad, se proyecta que Nicaragua reciba a navíos de 250 mil toneladas.

Se estima el Canal de Nicaragua sea finalmente tres veces más largo que el de Panamá y dará una nueva vida a la economía nicaragüense. Sus numerosos proyectos complementarios podrían convertir a este país centroamericano, en un núcleo comercial para toda la región; un nuevo centro de transporte y logística internacional si fructifica el megaproyecto de canal interoceánico, a través de este país con posición geográfica privilegiada.

EL CARIZ POLÍTICO

Si bien, la inversión China en territorio nicaragüense tiene -en sí mismo- un objetivo comercial, hay quienes ven en esta relación un intrincado interés geopolítico, que tiene como protagonistas (y adversarios, si se quiere) a Estados Unidos y Panamá, por un lado, y a China y Nicaragua, por otro.

No es una novedad decir que Estados Unidos y China son las dos grandes potencias en la actualidad. Cada una tiene sus propios intereses y su manera de actuar con la intención de mejorar su posición en la escena internacional y, en muchos aspectos, ambos están en clara competencia que de momento no se ha tornado en conflicto.

Bajo este esquema, a nivel político ambas superpotencias intentan ganar influencia en otros países; a nivel económico intentan mantener su presencia internacional y ganar en cuotas comerciales y a nivel militar compiten en ir ganando posiciones clave a lo largo del planeta. Entonces, Nicaragua viene a romper un esquema establecido por años, posicionando a China como un actor determinante en el comercio mundial, ya no

como una potencia productora, sino también como un inversor rentable en el plano logístico/transporte a nivel global.

Lo anterior ha llevado a una encarnizada comparación entre el potencial del Canal de Nicaragua y la potencia actual del Canal de Panamá. Bajo este prisma, muchos aseguran que una vez que opere el cruce nicaragüense dejará obsoleto de inmediato al canal panameño.

¿A qué se debe esta fatídica conclusión? Las cifras hablan por sí solas: La obra de la empresa de Hong Kong tendría 200 kilómetros más de longitud que el Canal de Panamá y un 60% más de profundidad, lo que permitiría que buques de hasta 250.000 toneladas transitaran el canal, mientras Panamá –a pesar de sus proyectos de expansión- no lograría estos índices. Además, las estimaciones realizadas de cara a la viabilidad del proyecto resaltan que para 2019 el canal de Nicaragua podría absorber más de 400 millones de toneladas de mercancía, (un 3,9% del comercio mundial). En comparativa, durante 2013, el Canal de Panamá tuvo un tránsito de 320 millones de toneladas de carga, por lo que de ser correctas las estimaciones de los analistas, la competencia entre ambos trayectos interoceánicos podría incluso significar el decaimiento y eventual muerte de uno de ellos.

¿Y qué pasa con las potencias en juego? A nivel geopolítico, de abrir un canal en Nicaragua no sólo se rompería el monopolio del de Panamá, sino que China controlaría su canal, un canal bien equipado con infraestructuras complementarias y que sería un buen punto de enlace para los intereses nipones entre ambos mares. Finalmente, China cumpliría el ansiado anhelo de tener una vía limpia para transitar entre el pacífico y el atlántico.

Sea como fuere, el comienzo de las obras del denominado Gran Canal de Nicaragua a fines de 2014, responden a un nuevo modelo comercial que tiene a China como principal actor y que, por efecto cascada beneficiará ampliamente a la pequeña nación centroamericana. **LGT**

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. 



Sergio Valenzuela
Gerente de RRHH
APL Logistics CHILE S.A.

LOS PRINCIPALES PUNTOS, QUE APLL O CUALQUIER COMPAÑÍA LOGÍSTICA NO PUEDEN DESCUIDAR SON: REMUNERACIÓN JUSTA Y OPORTUNA; BUENAS INSTALACIONES SANITARIAS (BAÑOS); ALIMENTACIÓN, BUSES DE ACERCAMIENTO Y ROPA DE TRABAJO. SI ESTO NO ESTÁ CUBIERTO, CUALQUIER INICIATIVA DE RSE NO TENDRÁ ÉXITO.



38

APL LOGISTICS: EL RECURSO HUMANO ES FUNDAMENTAL PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE UNA COMPAÑÍA EXITOSA

Promover el bienestar del trabajador es clave para aumentar el valor de una organización exitosa, así lo han entendido en APL Logistics (APLL), operador logístico líder a nivel mundial con más de 1.500 empleados en Chile, quien hoy ve con satisfacción los resultados de su atractivo proyecto de RR.HH y RSE.

Para ahondar en los alcances y pormenores de la exitosa estrategia implementada Sergio Valenzuela, Gerente de Recursos Humanos de APL Chile, enfatizó que la clave está en la capacidad de “vincular exitosamente estas dos áreas (RR.HH y RSE),

generando así valor para la empresa y sus colaboradores, alineados con la estrategia del negocio y utilizando una exitosa metodología”. Es así como APLL puso -hace más de tres años- en marcha su plan estratégico que -según Valenzuela- se constituyó en la mejor forma de comenzar a insertar estas

temáticas al interior de la empresa. Este Plan se basó en disponer de cuatro áreas demarcadas y lideradas por profesionales: Capacitación y Desarrollo; Relaciones Laborales; Remuneración y Beneficios, y Reclutamiento y Selección. Cada área y los proyectos que de ellas emanan tienen al trabajador como el “motor y corazón de la compañía”. Los principales puntos, que APLL o cualquier compañía logística no pueden descuidar son: Remuneración justa y oportuna; buenas instalaciones sanitarias (baños); alimentación, buses de acercamiento y ropa de trabajo. Si esto no está cubierto, cualquier iniciativa de RSE no tendrá éxito.

“A finales de 2012 la Gerencia de RR.HH. se consolidó en Chile y en otras regiones globales en donde APLL está presente, mejoró sus procesos, logró la confianza de las áreas comerciales y de operaciones, generó ahorros significativos con la implementación de proyectos LEAN; pero sobretodo mejoró el bienestar de sus trabajadores”, detalló el ejecutivo.



ESTRECHA RELACION

Tras la primera etapa de elaboración y puesta en marcha del Plan Estratégico, las energías se enfocaron en la elaboración del Plan de RSE; área que está estrechamente ligada a Recursos Humanos y cuyos éxitos dependen mutuamente.

“Nos concentramos en nuestros colaboradores, enfocándonos en cuatro pilares: Salud y Calidad de Vida, Educación, Inclusión Laboral y Medioambiente”, señaló el Gerente de RR.HH. Sin embargo, los proyectos de RSE al interior de una empresa muchas veces se ven enfrentados a la falta de presupuesto. Para contrarrestar esta situación APL Logistics puso en marcha como primera iniciativa, junto con la Gerencia de LEAN, el reciclaje de todo material de desecho que produce la empresa, el cual se vende a una empresa externa y los recursos son usados para financiar otros programas de RSE.

El desarrollo de este tipo de iniciativas no se detuvo y en noviembre de 2014 comenzó un levantamiento de las necesidades directas de los trabajadores. La importancia de estas iniciativas es primordial, en especial en la industria logística donde hay historias de vida complejas, por lo cual “una gestión de Recursos Humanos moderna puede significar una ayuda importante y un factor clave cuando se busca enfrentar la movilidad de los trabajadores, disminuir la rotación y fortalecer la pertenencia”, dijo el Gerente.

MÁS PROGRAMAS, MÁS BENEFICIOS

Poco a poco comenzaron a entrelazarse las estrategias de Recursos Humanos con la RSE, gracias al trabajo de los líderes de áreas, cuya visión general del panorama al interior de la compañía los ha llevado a proponer proyectos complementarios que apuntan a satisfacer necesidades y ser una ayuda a los colaboradores. En esta línea, el área de Remuneración y Beneficios desarrolló proyectos deportivos como por ejemplo

se formó el equipo de fútbol femenino de APL, compra de implementos deportivos, arriendo de gimnasio, etc.

En la línea, de las Relaciones Laborales; su líder es responsable de dictar charlas informativas a los colaboradores sobre legislación laboral, beneficios estatales y desarrollar actividades en conjunto con el sindicato en la línea de calidad de vida, que complementa con la formación del primer grupo de folclórico de APL Logistics.

El área de Desarrollo Organizacional y Capacitación, en tanto, se enfocó en el pilar Educación y entre sus proyectos está promover entre los trabajadores que lo necesiten, la finalización de su educación básica y media. En este proyecto también se ha incluido al personal externo de aseo y de servicios subcontratados. Otra iniciativa interesante es el Preuniversitario APLL, donde anualmente se convoca a cerca de 20 alumnos, entre trabajadores e hijos, quienes a contar de junio hasta diciembre, durante todos los sábados reciben instrucción de primer nivel para rendir su PSU. Durante estas actividades se entrega, además, colación, útiles escolares y material de estudio, buses de acercamiento, etc. Las clases se dictan en las salas de capacitación dentro de las instalaciones de APLL.

En otra arista, y dado que esta industria enfrenta dos importantes problemáticas: La alta rotación y la falta de personal, surgió desde el área de Reclutamiento y Selección, el proyecto basado en la inclusión laboral. “Somos una de las pocas empresas logísticas que tiene dentro de uno de sus centros de distribución, seis colaboradores sordomudos trabajando por más de un año y medio, lo que no solo ha servido para disminuir la rotación o aumentar la pertenencia, sino que nos ha permitido descubrir que personas con capacidades distintas son tremendamente productivos, responsables y un ejemplo para la compañía que esperamos se repita en otras gerencias, durante el año 2015”, enfatizó el Gerente de RR.HH.

No obstante, la profesionalización del Departamento de RR.HH. se ha materializado además en la preparación conocimiento

y elaboración de estrategias tendientes a enfrentar distintos aspectos propios de la administración del Recurso Humano, tales como:

Prevención de Riesgo: Cambiamos de mutualidad e internalizamos el área de prevención para que fueran expertos APLL y así desde 2012 al 2014 la tasa de accidentabilidad bajo de 14,5 a 3,2. Antes esta área era vista como un auditor del cumplimiento de normas, sin embargo hoy nuestros profesionales de prevención, trabajan colaborativamente con los gerentes de operaciones.

Respecto a las compensaciones: tenemos la convicción que si bien debe existir un Plan de Incentivos mínimo para que las personas puedan generar sus ingresos necesarios, este debe ir acompañado de compensaciones no monetarias. En la medida que se sube en la escala jerárquica, el plan de incentivo monetario pierde valor en el colaborador para la decisión de salida.

Plan de selección y calificación de mano de obra: El mejor trabajador de la compañía es el mejor seleccionado en el inicio. En el proceso de RR.HH para mejorar la calidad y productividad hay que poner foco en la selección de personal a todo nivel y por eso profesionalizamos el área de selección”, destacó el Gerente de RR.HH.

“En general el 2015 debemos seguir presentando programas e incentivos para fortalecer la pertenencia en APLL y disminuir la rotación”, enfatizó Valenzuela.

Finalmente para APLL, empresa que sigue y seguirá consolidándose en Chile y en el mundo como líder y referente de la industria logística, se hace imprescindible que su gerencia de recursos humanos mantenga los proyectos en curso y adicione otros nuevos, sin dejar de mirar la estrategia y el negocio y no olvidar que su función se resumen en; “generar valor para compañía y mejorar la vida de sus colaboradores”. **LGT**



Jorge Leiva
Gerente Comercial
Estrella Solitaria

“NUESTRO SERVICIO NOS PERMITE AYUDAR AL CLIENTE DESDE EL INICIO DE SUS PROYECTOS Y ASÍ LEVANTAR LAS NECESIDADES QUE TIENEN HASTA PODER OFRECERLES UNA PROPUESTA COMPLETA PARA QUE OPTIMICEN SUS ESPACIOS. NUESTRA GRAN META CON NUESTROS CLIENTES ES QUE SUS M2 RINDAN EN M3, ES DECIR, EL MENOR ESPACIO SEA OPTIMIZADO Y LE SAQUEN EL MAYOR PROVECHO POSIBLE”



**STAR
RACKS**

ESTRELLA SOLITARIA: CALIDAD Y SERVICIO, UN SELLO QUE LOS DISTINGUE

Lograr una diferenciación por servicio en un mercado altamente competitivo no es fácil y requiere una política de empresa estricta, orientada al cumplimiento de los objetivos. Esto bien lo saben en Estrella Solitaria, empresa que se ha planteado como finalidad diferenciarse en este competitivo mercado de la mano del servicio entregado a sus clientes. “Somos comprometidos, responsables y garantizamos un producto y servicio de excelencia”, expresó su Gerente Comercial.

En un mercado competitivo como el mundo del rack y las estructuras de almacenamiento, Estrella Solitaria se ha posicionado con fuerza en la industria de la mano de su calidad de servicio; cualidades que le han permitido marcar diferencias.

Entablar una relación comercial de largo plazo, basada en la satisfacción del cliente, los tiempos de respuestas, y la calidad de los productos ofrecidos han sido el factor que ha guiado el actuar de la empresa, con la clara intención de lograr un sello diferenciador en la industria; en este caso una

diferenciación por servicio. Para alcanzar este nivel, Estrella Solitaria ha ampliado su equipo de profesionales para dar respuestas a los distintos requerimientos de sus clientes con propuestas integrales y de calidad; acción que, a juicio de Jorge Leiva, Gerente Comercial de la empresa, “ya han dado resultado”.

“Nuestro servicio nos permite ayudar al cliente desde el inicio de sus proyectos y así levantar las necesidades que tienen hasta poder ofrecerles una propuesta completa para que optimicen sus espacios. Nuestra gran meta con nuestros clientes es que sus m2 rindan en m3, es decir, el menor espacio sea optimizado y le saquen el mayor provecho posible”, explicó Leiva. La política de negocio de Estrella Solitaria los ha convertido en un excelente socio para sus clientes. “Para nosotros no es negocio ofrecer los precios más elevados del mercado, ni que el cliente una vez que termina el proyecto sienta que no lo aconsejamos. Nuestro objetivo son las relaciones de largo plazo y esto



Conecta>



implementación de éste y una variedad de productos y alternativas a disposición que buscan complementar y hacer eficiente y rentable el proyecto.

“Apuntamos a conocer a nuestros clientes y ellos nos conozcan para que puedan entregar su confianza en Estrella Solitaria. Sabemos que los tipos de proyectos que realizan nuestros clientes son importantes, grandes y con una fuerte inversión para las compañías, por lo que requieren el compromiso de nuestra parte de hacer bien el trabajo”, expresó Leiva. Esta dinámica ha llevado a Estrella Solitaria a privilegiar la participación en los proyectos desde un comienzo, logrando como resultado proyectos específicos y a la medida de las necesidades de cada uno de los clientes. “Nos sentimos más cómodos cuando comenzamos a participar en etapas temprana, porque siempre podremos ofertarle lo mejor al cliente en términos de ingeniería y lo más eficiente para su operación. En otras palabras, una consultoría completa, un verdadero traje a la medida de cada cliente”, enfatizó el ejecutivo.

de Estrella Solitaria a preparar una propuesta de valor que diera respuestas a las necesidades de crecimiento que tenía la compañía y a su modalidad de operación.

Fue así como en 30 días, Estrella Solitaria ejecutó el proyecto, instalando en la nueva bodega de materias primas para la elaboración de cigarrillos que cuenta con todos los accesorios acordados. Rack selectivos de doble profundidad, Barreras Boplan, Rackbull (protecciones para bastidores), TB400 (barreras anti impacto) conformaron este exitoso proyecto. “Fue un proyecto difícil en términos de servicio, porque es un cliente muy exigente, pero a la vez tenía muy claro lo que estaba comprando y cuando vieron que lo que entregamos era lo que acordamos, que los plazos se cumplían y que las cosas se ejecutaban bien; el cliente estaba conforme con el diseño, la ingeniería y los productos implementados”, sostuvo el Gerente Comercial.

VISIÓN DEL CLIENTE

Las características del proyecto presentado por Estrella Solitaria -mezcla perfecta entre precio y calidad- fueron la clave para que BAT decidiera realizar su proyecto junto a esta empresa nacional. A este respecto, Felipe Reyes, Project Engineer de British American Tobacco, comentó que para la implementación de la nueva bodega “buscábamos un producto que tuviera la mejor relación entre precio y calidad y, además, de un servicio de instalación y post venta que responda ante las necesidades del cliente de compromisos y plazos”.

Si bien, Reyes reconoció que en una primera instancia el precio del proyecto fue determinante para la toma de decisión, con el correr de la obra de montaje la calidad del servicio ofrecido por Estrella Solitaria fue primordial para estrechar esta relación comercial. “Una vez iniciada las obras de montaje nos dimos cuenta que era (Estrella Solitaria) una empresa seria que cumplía sus compromisos y ofrecía productos de buena calidad”, recalzó. **LGT**

lo logramos asesorando a nuestro cliente, orientándolo como socio estratégicos y desarrollando los proyectos en conjunto con él”. En esta línea, el ejecutivo agregó que: “Los clientes de esta industria agradecen el valor agregado de nuestra oferta. En muchas oportunidades desconocen información técnica y es nuestro deber como especialistas resolver sus necesidades y explicarlas. Hay actores en este mercado que son de ocasión, hay otros que tienen problemas financieros, otros con problemas en los tiempos de entrega y otros con problemas de servicio; todos finalmente quedan en evidencia en algún punto. Nosotros no somos perfectos, pero somos comprometidos, responsables y garantizamos un servicio de excelencia”, recalzó el Gerente Comercial.

La calidad de servicio ha sido el sello que Estrella Solitaria ha entablado como un rasgo diferenciador dentro de este mercado. Sus clientes han recibido no sólo un producto de calidad, sino un servicio integral que va desde la asesoría para el proyecto, la

La modalidad operacional, la capacidad ingenieril y los distintos productos fueron puestos a disposición de British American Tobacco Chile (BAT); cliente que desarrolló junto a Estrella Solitaria la implementación de su nueva bodega en la planta de Casablanca, a fines de 2014. Con casi 4 mil nuevas posiciones, este proyecto significó un desafío para la compañía del punto de vista de las demandas en términos ingenieriles de British American. Sin embargo, estas exigencias llevaron a Estrella Solitaria a presentar un proyecto completo y de calidad, sustentado en una propuesta diferenciada del mercado, enfocándose en las soluciones disponibles y no en el precio de la oferta.

RESPUESTAS CLARAS ANTE LAS EXIGENCIAS

Tal como comentó el Gerente Comercial, las exigencias de British American Tobacco en este importante proyecto, llevaron al equipo

COMUNICACIÓN



Gabriela García
Supply Chain Manager DPP
& DCA - División L'Oréal
Productos Profesionales
& Cosmética Activa -
Licenciada en Comercio
Internacional/MBA
Dirección de Empresas
Logísticas.

¿ES SUPPLY CHAIN UN ESLABÓN ESTRATÉGICO CONOCIDO POR TODOS EN SU COMPAÑÍA? ANTES DE RESPONDER ESTA INCÓGNITA ES NECESARIO ENTENDER QUE TODA EMPRESA, CON EL OBJETIVO DE SER MÁS RENTABLE, O AL MENOS MANTENER UNA DIGNA RENTABILIDAD, HA PASADO POR VARIAS FASES DE REAJUSTES A PARTIR DE INVERSIONES QUE BUSCAN PROCESOS MÁS EFICIENTES, NO OBSTANTE, ANTES DE INVERTIR ES CONVENIENTE EVALUAR AQUELLO EN LO QUE NOS ESTAMOS INVOLUCRANDO.

REDUCIR GASTOS DE FUNCIONAMIENTO, SUPLIENDOS CON TECNOLOGÍAS RENOVABLES (QUE AYUDAN EN CIERTA FORMA A ELEVAR EL GRADO DE COMPROMISO SUSTENTABLE CON EL MEDIO AMBIENTE)

Buscar economías de escala que permitan reducir los gastos de producción en forma significativa (en un mercado donde la proliferación de marcas "propias" crece año con año por un consumidor menos fiel y que busca productos con una buena relación calidad-

precio); reducir su plantilla automatizando varios procesos; reducir sus niveles de stocks u optimizar los gastos de distribución asignándole un costo por unidad, etc. Son algunas de los tipos de inversión y reajustes que las compañías emprenden para ser más rentables.

Todas estas opciones de "ahorro" llevan consigo una fuerte inversión ya sea en infraestructura, IT o formación. Si lo llevamos a su empresa y en específico al área

de Supply Chain, ¿cuánto considera usted que ha invertido su empresa en estos últimos 5 años? ¿Qué tan relevante es esta área para su compañía? En el organigrama, ¿de quién depende Supply Chain, del

Director Financiero o del Director General? De los planes de formación dedicados a Supply, ¿considera que son realmente competitivos y cubren las necesidades específicas de su cadena de suministro? Es de suma importancia tener en nuestro radar las respuestas a estas preguntas o al menos tener un plan a corto o medio plazo. La evolución que ha tenido Supply Chain en los últimos 20 años ha sido notable. Si hacemos una vista atrás de todo lo que ha cambiado en nuestra área, nos damos cuenta de lo especializados que nos hemos vuelto y que, ahora más que nunca, buscamos empresas para subcontratar los servicios que no están relacionados con nuestro negocio, lo que nos permite enfocarnos más en la estrategia de la compañía y su core business.

Es importante que cada uno de nosotros que trabajamos en esta área hagamos una buena reflexión al respecto, ver hoy día dónde estamos, a dónde vamos, cuántos somos y con qué herramientas logremos nuestro objetivo. Lo excepcional de esto, en mi experiencia, es que si todos en la compañía están en línea e inviertes en una buena formación de los equipos, los beneficios pueden verse reflejados en un corto plazo y el grado de compromiso de los colaboradores crece exponencialmente.

Como parte de la Supply Chain, tenemos la obligación de vivir la estrategia del negocio en todos sus niveles y así poder traducir las necesidades de nuestro entorno en algo tangible y eficiente, y no solo porque de su buen funcionamiento depende mucho la satisfacción de nuestros clientes finales, sino porque también, se pueden obtener ahorros importantes que pueden financiar otros proyectos estratégicos de largo plazo que la compañía tenga en mente. **LGT**

"SI TODOS EN LA COMPAÑÍA ESTÁN EN LÍNEA E INVIERTE EN UNA BUENA FORMACIÓN DE LOS EQUIPOS, LOS BENEFICIOS PUEDEN VERSE REFLEJADOS EN UN CORTO PLAZO Y EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS COLABORADORES CRECE EXPONENCIALMENTE"



Altanet

LOGÍSTICA WMS



LAS PRESTACIONES DE UN CLASE MUNDIAL A UN MÍNIMO COSTO MENSUAL

- MULTIPLES FUNCIONALIDADES, RECOGIDAS EN MAS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA.
- FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN.
- SOPORTE PERMANENTE.
- OPERANDO EN MÁS DE UNA VEINTENA DE CLIENTES Y 200.000 M2 DE BODEGAS.
- FÁCILMENTE INTEGRABLE CON CUALQUIER SISTEMA ERP
- ACCESO 100% WEB DESDE CUALQUIER PARTE DEL MUNDO.
- POSIBILIDAD DE UTILIZAR DATACENTER DE ALTANET SIN COSTO.

PLANIFICACIÓN



María Pilar Toro Contreras
Subgerente de Logística y Distribución en Empresas Guante & Gacel - Magister en Supply Chain Management - Escuela Superior de Comercio - Goup. Sup. de Co. Montpellier, Francia.

COMÚNMENTE LAS ORGANIZACIONES DECIDEN CONTRATAR ASESORÍAS Y DESTINAR RECURSOS NO MENORES A LA HORA DE EVALUAR Y DISEÑAR PROYECTOS DE MEJORA EN EL ÁREA LOGÍSTICA Y, CUANDO HABLAMOS DE PROYECTOS QUE SOPORTARÁN LOS FLUJOS DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS TERMINADOS Y DE INFORMACIÓN EN EL MEDIANO Y LARGO PLAZO, ESTO TIENE MUCHO SENTIDO.

LA IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL PLAN DE TRASLADO

El tiempo y dinero invertido en etapas como análisis de la situación actual, dimensionamiento de flujos extrapolado, diseño de la solución, ingeniería de detalles, licitaciones, etc. se justifica plenamente. Pero hay una etapa en los proyectos que no siempre es considerada como estratégica y puede determinar el éxito o fracaso en la continuidad de la operación:

El "Plan de Traslado", es decir la etapa de transición entre la antigua forma de operar y la nueva, sin detener las actividades logísticas, sin generar complicaciones

al resto de las áreas de la empresa y, principalmente, sin que se vea afectado el nivel de servicio para los clientes.

Un plan de traslado improvisado puede asesinar o dejar agonizando el mejor de los proyectos ya que cualquier interrupción de la operación o deterioro en el nivel de

servicio será asociado al proyecto global. Así, cuando hablamos de mejoras que implican cambios en la infraestructura y en los sistemas, es vital contar con un equipo implementador que esté involucrado desde el diseño del proyecto, con integrantes de todos los niveles (ingenieros de proyecto, jefes operativos supervisores y operarios). Este equipo debe entender claramente los beneficios del cambio y sus riesgos; debe tener un fuerte entrenamiento previo a la implementación y estar altamente motivado.

Además, debe existir un organigrama del equipo que realizará el plan de traslado y una descripción documentada de las funciones de cada integrante, con las fechas claves y los riesgos que implique cada actividad. Es importante asignar el tiempo necesario para la realización de pruebas con la mayor cantidad de escenarios posibles. La idea es acotar al máximo los imprevistos ya sea internos de la compañía o externos. Los integrantes de este equipo tienen que ser personas metódicas que respeten el plan definido, pero también deben ser proactivos y lo suficientemente flexibles en la toma de decisiones frente a imprevistos.

Paralelo a este equipo logístico que llevará a cabo el traslado, debe existir otro equipo interdisciplinario, con dedicación exclusiva desde el inicio del proyecto. Son claves en esta etapa uno o más preventivas de riesgos que conozcan a fondo el proyecto y exijan y controlen las medidas necesarias para llevar a cabo cada actividad de manera segura. También es clave un equipo de soporte de sistemas que participe desde la elección de la tecnología requerida (software y hardware) hasta la estabilización de los flujos de información.

El diseño del plan de traslado debe ser el resultado del análisis de muchas estrategias distintas. Desde las más conservadoras hasta las más osadas. Evaluando el costo beneficio de cada una y el nivel de riesgo para la operación. Si es posible un cambio o implementación por etapas (partir por un grupo de productos o por algunos procesos) siempre será menos traumático que una estrategia Big Bang en la que se realizan todos los cambios al mismo tiempo, sin posibilidad de volver atrás y con alta probabilidad de afectar la operación. **LGT**

"ES IMPORTANTE ASIGNAR EL TIEMPO NECESARIO PARA LA REALIZACIÓN DE PRUEBAS CON LA MAYOR CANTIDAD DE ESCENARIOS POSIBLES"

¿QUE NECESITA ALMACENAR? TENEMOS EL SISTEMA PERFECTO PARA SU BODEGA




EXPERTOS EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE PARA BODEGAS

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



(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



CAMBIO



Raúl Sandoval
Gerente de Logística de
Yolito Centro Ferretero

MUCHAS VECES LAS EMPRESAS DE TAMAÑO PEQUEÑO O MEDIANO, QUE REPRESENTAN ENTRE EL 60% Y EL 70% DE LOS PUESTOS DE TRABAJO EN NUESTRO PAÍS, SE DAN CUENTA QUE HACER EL ESFUERZO DE DEJAR ATRÁS EL "VIEJO SISTEMA COMPUTACIONAL", POR UN MODERNO ERP O SOLUCIÓN QUE INCORPORA BUENAS PRÁCTICAS, DE ESAS QUE DEFINIMOS COMO WORLDCLASS, SE CONSTITUYE EN UNA NECESIDAD PARA SOBREVIVIR EN MERCADOS CADA VEZ MÁS COMPETITIVOS.

EL CAMBIO DE SISTEMA, MÁS ALLÁ DE LA HERRAMIENTA

La aspiración de los ejecutivos es que este nuevo sistema constituya la plataforma para incorporar nuevas herramientas tecnológicas con el fin de aumentar la productividad, eficiencia en el nivel de servicio, un mejor control de gasto y una mayor rentabilidad.

Sin embargo, todo lo anterior a veces se transforma en un proceso traumático más allá de lo esperado y de lo deseado, con períodos de implementación lentos, costosos y con un desgaste anímico para todos

"LA MAGNITUD DE LOS CAMBIOS ES TAN AMPLIA Y PROFUNDA QUE CUALQUIER ETAPA CON UNA PLANIFICACIÓN O IMPLEMENTACIÓN ERRÓNEA PUEDE TRANSFORMARSE EN UN DOLOR DE CABEZA COSTOSO E INCLUSO FATAL"

los miembros de la organización, debido a que se ven envueltos en la vorágine de cartas Gantt, reuniones de coordinación, reingeniería de procesos, reformulación de maestros de artículos, de maestros de proveedores y por supuesto de maestro de clientes, levantamientos de nuevas funciones y descripciones de cargos, jornadas de capacitación para los usuarios claves, etc.

Todo lo anterior pierde sentido, sino se va más allá de la mirada obvia del negocio. A diferencias de las grandes compañías que cuentan con áreas especializadas, con recursos profesionales, económicos y tecnológicos para la elaboración de proyectos; en las empresas pequeñas y medianas generalmente son los propios

dueños y/o gerentes que además de continuar con las tareas y contingencias habituales del negocio, se encargan de liderar este cambio, lo que se transforma a veces en una presión adicional de hacer todo lo más rápido posible y de la mejor manera para no "perder más tiempo" y no subir el costo de la migración del sistema. En ese escenario se puede olvidar el modelo de negocio de la compañía, ya sea que éste exista documentado formalmente o no, lo más seguro es que se haya desarrollado en forma intuitiva.

En las circunstancias anteriores es cuando la frase "vayamos lento que estamos apurados" adquiere profundo sentido. La magnitud de los cambios es tan amplia y profunda que cualquier etapa con una planificación o implementación errónea puede transformarse en un dolor de cabeza costoso e incluso fatal. Entonces, lo primero es comprender cuál es el ADN de la organización y cómo la cultura organizacional se ha desarrollado a través de los años. Cuál es la identidad que queremos maximizar para constituir una verdadera ventaja competitiva, sólo así cobra sentido el cambio de sistema y de todo lo que conlleva, ya que potenciará las fortalezas y dará la posibilidad de tomar las oportunidades que se generan a partir de este cambio.

Finalmente, afianzar en todos los colaboradores de la organización el sentido de pertenencia y la alineación al nuevo modelo de gestión constituye la verdadera clave de éxito de todo proyecto, porque al fin y al cabo detrás de todo proceso, herramienta, equipo o maquinaria hay un trabajador que hace la diferencia entre una empresa y otra. **LGT**

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





Héctor Gallardo
Gerente de Desarrollo
Logística S.A.



Maximiliano Siña
Gerente de Cuentas



Daniel Espinoza
Gerente de Cuentas

ESTE NUEVO AIRE EMPRESARIAL DE LOGÍSTICA S.A HA PERMITIDO “DESPEGARNOS DE LOS PROBLEMAS COMUNES DE UN OPERADOR LOGÍSTICO NORMAL, REDUCIR LOS CONFLICTOS OPERACIONALES Y DEDICAR MÁS TIEMPO PARA PENSAR Y DESARROLLAR NUEVAS FORMAS DE VALOR AGREGADO, QUE HOY NUESTROS CLIENTES HAN EMPEZADO A DISFRUTAR”



LOGISTICA S.A.

LOGÍSTICA S.A. IMPLEMENTA EXITOSAS OPERACIONES IN HOUSE

Con 18 años en el mercado, este Operador logístico encontró la “receta perfecta” para la toma de posesión en operaciones In House, las cuales forman parte de la nueva estrategia comercial de Logística S.A. Planificación, confianza del cliente y un correcto manejo del RR.HH son algunas de las claves a considerar al momento de una implementación exitosa.

Logística S.A se encarga de la operación avanzada de bodegas y transporte, considerando recepción, almacenamiento, embalaje y rotulación de sus mercaderías, preparación de pedidos y transporte de entrega de despachos a sus destinatarios, entre otros; todos servicios que se realizan con los más altos estándares de calidad y

eficiencia que conforman una mejora en la operación del cliente.

Después de 18 años de trayectoria Logística S.A., con una participación del 10% del mercado de Operadores Logísticos, se ha posicionado como uno de los líderes en el segmento de soluciones de outsourcing bajo la modalidad In House (tercerización

en las instalaciones del cliente), y una expertiz que los enorgullece en materia de “Excelencia Operacional”. Hemos logrado alcanzar desempeños operacionales logísticos de alto estándar sostenidamente, equivalentes a los obtenidos por el 5% de las mejores empresas de Estados Unidos y Europa, y nuestros clientes han comenzado a reconocerlo. Esto ha permitido -a juicio de Héctor Gallardo, Gerente de Desarrollo- una propuesta de valor consistente entre lo prometido y lo ofrecido que genera valor al sistema y sustenta relaciones duraderas con nuestros clientes.

En esta nueva dinámica operacional, Logística S.A ofrece un servicio integrado de almacenaje y transporte, cuyo sello diferenciador es la eficiencia y excelencia operacional. “Descargar los camiones, almacenar, preparar los pedidos, revisar, empacar y despachar son algunas de nuestras funciones. Lo que nosotros ofrecemos es llevar la operación de nuestros clientes a un estándar acorde con las más importantes empresas del mundo”.



LA RECETA PERFECTA

Este operador logístico cree haber encontrado “la receta perfecta” para garantizar una implementación y operación exitosa.

“En el pasado, implementaciones y modelos operacionales que funcionaban bien con un cliente, no funcionaban con otro o dejaban de funcionar y no entendíamos bien las causas. Por lo tanto, por varios años, cada nueva operación o mantener el buen desempeño de ella en ejecución era una preocupación que estresaba a toda la organización. Después de correcciones y mejoras sucesivas, estamos convencidos de haber logrado desarrollar un método de trabajo, políticas, personas, organización y sistema de control que en conjunto nos garantiza una toma de posesión, que mantenga la continuidad operacional del negocio, y que en corto plazo (3 meses) alcance o supere en nivel de servicio prometido; y que además pueda sostenerse en el tiempo”, planteó Gallardo.

Este nuevo aire empresarial de Logística S.A ha permitido -a juicio del ejecutivo- “despegarnos de los problemas comunes de un operador logístico normal, reducir los conflictos operacionales y dedicar más tiempo para pensar y desarrollar nuevas formas de valor agregado, que nuestros clientes han empezado a disfrutar”.

INGREDIENTES DE LA RECETA

“La incorporación de un nuevo cliente, comienza con una llamada indicándonos que tienen ineficiencias en sus instalaciones, las cuales ya les incomodan. Buscan un socio estratégico que les permita optimizar su cadena logística, lograr cuadrar el stock, disminuir mermas y pérdidas, cumplir con los tiempos de entrega y disminuir sus niveles de reclamos. En otra palabras, buscan un operador profesional para su bodega y transporte”, detalló Maximiliano Siña, Gerente de Cuentas. En relación a esta receta, Daniel Espinoza, Gerente de Cuenta, añadió

que –a su juicio- la clave tiene dos aspectos: Uno interno y otro externo, encabezado por Logística S.A y el Cliente, respectivamente. Por tanto la cooperación es fundamental.

“Desde nuestro punto de vista, la tarea principal consiste en analizar, levantar todos los aspectos posibles que nos puedan causar un problema, realizar mediciones, análisis técnicos y contar con el equipo necesario. Por parte del cliente, la clave está en confiar en lo que se realiza y asumir el riesgo que significa dejar la operación en manos de un tercero; y aquí la comunicación es fundamental”, dijo Espinoza.

Por otra parte, la planificación es un factor clave para poder enfrentar una implementación. “Este aspecto, que muchos consideran importante, generalmente es al que menor tiempo de dedicación se le asigna y, por ende, el que generalmente falla. Es por esto que -producto de nuestra experiencia- hemos ido desarrollando una lista de chequeo detallado por cada área de soporte, lo que nos permite considerar distintos aspectos de la toma de posesión, tanto de forma interna como en nuestros clientes. Esta planificación considera incluso tratar aspectos de RR.HH para fidelizar a parte del grupo de trabajadores que pertenecían al cliente, pues deben saber “Quiénes somos y cómo operamos; y así lograr empatía entre el trabajador nuevo y Logística S.A.”, indicó Siña.

En síntesis, Espinoza, Siña y Gallardo, coinciden en que los pilares claves son:

ENTENDER EL NEGOCIO DE NUESTRO

CLIENTE: Entender el valor que genera la logística para el cliente, su plan de crecimiento, su mercado y desempeño de sus competidores nos permite sintonizarnos con la problemática y entorno en el que se desenvuelven nuestros clientes, y dimensionar con prudencia si Logística S.A. será capaz de satisfacer el desafío al cual ha sido invitado.

INNOVAR: Necesariamente hay que replanearse ¿cómo lograr el mismo objetivo de una forma distinta, más eficiente y eficaz? Esto finalmente se traduce en nuestra prin-

cipal arma para lograr costos competitivos.

PLANIFICAR: Un detallado “check list”, tal como lo hacen los aviones antes de despegar, así como la identificación de los riesgos más probables y sus medidas de mitigación, y el cuello de botella para cumplir con los plazos son la esencia del problema.

MANEJAR EL RECURSO HUMANO: Dimensionar las dotaciones, sus responsabilidades, administrar la incertidumbre de los empleados del cliente que podrían cesar en sus labores o ser incorporados en Logística S.A. y bajo qué condiciones, sincronizar el reclutamiento y capacitación de los nuevos operarios, constituyen en sí, uno de los más grandes desafíos.

SISTEMA TARIFARIO: Este aspecto es importante para mantener una buena relación comercial con el cliente. La clave está en establecer los cobros con claridad y asociados a los generadores del costo y los alcances de éstos.

SISTEMA DE CONTROL: Monitorear las 4 a 5 variables motrices que como consecuencia generan Operaciones de excelencia garantizan necesariamente un buen resultado. Tener conciencia de qué aspectos son más y menos importante permite no distraerse con los resultados que arrojan los reportes de gestión.

TIEMPO Y CONFIANZA

Según Daniel Espinoza, es importante que el cliente entienda que ocurrirán algunos trastornos; que debe confiar en nuestra experiencia para enfrentarlos y respetar los plazos pactados para la implementación”. Finalmente, los ejecutivos coincidieron en que, una vez finalizada la implementación, los clientes ya observan mejoras operacionales y la interacción entre las partes se torna cada vez menos intensa. “Los clientes perciben orden y precisión en su operación; todo apoyado de un soporte tecnológico potente, infraestructura y RR.HH competente, seguridad, etc.”, dijo Gallardo.”. **LGT**



Sebastián García
Gerente de Estrategia y
Subgerente General
Mindugar S.A.

"EL IMPACTO EN LOS CLIENTES HA SIDO ALTO, YA QUE NUNCA ESTÁN DESINFORMADOS EN CUANTO A SU PROYECTO Y EN LAS ETAPAS EN LAS QUE ESTA. SABEN EXACTAMENTE EN QUE PROCESO VA Y DE SUCCEDER ALGO SON INFORMADOS OPORTUNAMENTE. ESTA ES NUESTRA META DE CORTO PLAZO"



50

MINDUGAR; ESTRECHA SU RELACION CON LOS CLIENTES CON NUEVO DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

Con la finalidad de estrechar la relación con sus clientes, entregar respuestas oportunas y responder a los requerimientos de información de sus clientes, Mindugar anuncia la creación de una nueva área de Servicio al Cliente, cuya clave es "trabajar hombro a hombro con los clientes"

Gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes, asegurando la satisfacción". "Servicio que proporciona una empresa para mantener las relaciones de largo plazo con sus clientes"

o "El conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo". Estás son, a lo menos, tres definiciones de Servicio al Cliente, atributo empresarial que Mindugar busca transformar en el sello diferenciador y de

calidad de la compañía. La empresa chilena de soluciones de almacenamiento, con 45 años de trayectoria en el mercado, ha enfocado, en los últimos meses, sus energías en establecer una nueva área de Servicio al Cliente que busca potenciar, estrechar los lazos y dar respuestas eficientes a las necesidades en calidad de servicio y de información de todos sus clientes.

El crecimiento que ha tenido Mindugar en los últimos años y la puesta en marcha del sistema SAP en sus operaciones dejó entrever la necesidad de potenciar la comunicación con los clientes, antes, durante y después de la implementación de sus proyectos. Fue así como la empresa decidió asumir este compromiso, creando la nueva SubGerencia de Servicio al Cliente, integrado por un equipo multidisciplinario.

Los objetivos de esta nueva división, según cuenta Sebastián García, Gerente de Estrategia y SubGerente General de Mindugar, son -a grandes rasgos- transformarse en



un enlace entre el cliente y la compañía, y trabajar “con y para los clientes”. “El primer objetivo de este departamento tiene una dimensión externa que buscar lograr que el cliente tenga un punto de contacto directo a través de todo el proceso, es decir, que tenga a quien llamar ante cualquier requerimiento o duda. En tanto, el segundo objetivo, tiene un cariz interno que apunta hacia el control que se traduce en que el proyecto sea entregado en los tiempos que están acordados con el clientes, es decir, chequear los procesos, tiempos y formas”, sostiene García.

RESPUESTAS CLARAS

“No podemos dar una respuesta ambigua a los clientes. Hoy no está permitido un ‘no sé’”, comenta García. Con esta política empresarial Mindugar busca ser un referente para la industria en cuanto a servicio al cliente y transformarse en el sello que diferencie a la compañía en el mercado de las soluciones de almacenamiento.

¿Cómo surge la idea de crear este nuevo departamento? La comunicación como herramienta de negocio es fundamental para el crecimiento, desarrollo y posicionamiento de una compañía en el mercado empresarial y Mindugar asumió esta premisa y puso a disposición de sus clientes un engranaje comunicacional encabezado por el área de Servicio al Cliente, enfocado especialmente en crear una instancia que responda a las necesidades de sus clientes a lo largo de sus proyectos.

El contar desde 2003 con el certificación ISO 9001:2008 obliga a revisar todos los procesos, y en esa acción se percataron de la aparición de algunas dificultades en materia de comunicaciones planteadas por sus clientes principalmente en la etapa de implementación de su nuevo ERP.

“Producto de la momentánea pérdida de visibilidad durante la implementación de SAP, nuestros clientes nos hicieron ver que no nos estábamos comunicando correctamen-

te y ellos merecen que se tomaran acciones al respecto y resolviéramos la situación. Fue así que creamos este departamento con nuestros clientes como eje central. Ellos se dieron cuenta que estamos haciendo cosas para mejorar nuestro servicio constantemente”, afirma el Gerente de Estrategia.

Asimismo, el ejecutivo reconoce que cuando las empresas van creciendo “a veces la cohesión interna se va perdiendo y la comunicación no se hace tan directa. Tenemos áreas de Ingeniería de detalle, Producción, Despacho y Montaje; y hoy el departamento de Servicio al Cliente sirve de puente entre todas para que se comuniquen mejor, converjan y así Mindugar opere de una manera más eficiente”.

NUEVOS JEFES DE PROYECTOS

Cada proyecto es único en Mindugar. Las cualidades operacionales de los clientes, las dimensiones, los tipos de productos almacenados, entre otros aspectos hacen que cada proyecto sea particular y para llevarlo a cabo de la mejor manera, la empresa ha puesto en esta nueva dinámica operacional un Jefe de proyecto, ejecutivo encargado de llevar el control y manejar la información de cada proyecto en curso, tanto a nivel interno como en la relación directa con el cliente.

“Todos estamos en la línea de apoyar al líder de proyecto y así entregar valor para garantizar que el proyecto fluya como tiene que ser”, sostiene García. El área esta compuesta por un subgerente de área y tres jefes de proyectos, encargados de manejar la relación directa con los diferentes clientes.

“La estructura que forma esta área es muy interesante. Está compuesta por un equipo multidisciplinario con origen en distintas áreas operativas de la compañía. Por ejemplo, el SubGerente del área fue anteriormente SubGerente de Operaciones y conocer por lo tanto en detalle nuestra área de producción. Su mano derecha proviene de nuestra área de Montaje y el por su parte aporta con la experiencia que adqui-

rió como cabeza de ese departamento por cinco años. Le siguen dos jefes de proyecto que luego de un proceso de selección muy minucioso demostraron tener un enfoque en la satisfacción del cliente”, detalla.

¡VAMOS POR EL BUEN CAMINO!

Tras la puesta en marcha de este nuevo departamento, la empresa ha realizado distintas instancias de medición para conocer la opinión de sus clientes con respecto a estos cambios y el impacto que ha tenido en la relación entre el cliente y Mindugar.

“Las encuestas nos han arrojado buenos resultados en temáticas como: facilidad de comunicación, calidad de la comunicación y rapidez de respuesta”, afirma García. A este respecto, además reconoce que el impacto en los clientes “ha sido alto, ya que nunca están desinformados en cuanto a su proyecto y en las etapas en las que está. Saben exactamente en que proceso va y de suceder algo son informados oportunamente. Esta es nuestra meta de corto plazo”.

Hasta el momento esta área ha liderado alrededor de 40 proyectos y “nuestros clientes están contentos con lo fácil que es comunicarse, tener información de su proyecto y anticiparse a las eventualidades. Para ellos tiene mucho valor tener un ejecutivo que esté preocupado de su proyecto”. Para Mindugar la clave de esta área está en la conexión con el cliente. “La persona a cargo no puede perder la sensibilidad y conexión con los proyectos de nuestros clientes”, sostiene el Gerente de Estrategia. **LGT**

EJES PARA 2015

En esta oportunidad, el ejecutivo enfatiza también en cuáles son los ejes fundamentales que mueven a Mindugar este 2015. Según García hay tres aspectos fundamentales que se buscan: “entregar un mejor servicio, llegar más lejos y ofrecer más soluciones”.

Lo anterior se materializa con potenciar el posicionamiento de Mindugar en Perú, también con desarrollar el área de automatización, lo cual ayudaría a ser más eficiente y reducir costos en la operación de sus clientes y finalmente, seguir creciendo y potenciando el departamento de Servicio al Cliente.



Francisco Lira
Jefe Comercial
DLS

CON BODEGAS QUE PARTEN DESDE LOS 400 M2, EMPLAZADO EN UN TERRENO DE 8,5 HAS. ESTE CENTRO GOZA DE UNA GRAN CALIDAD, OFICINAS MODULARES, AMPLIOS PATIOS DE MANIOBRAS Y ALTOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD.



52

BODEPARK: NUEVO CENTRO DE BODEGAJE DE CLASE MUNDIAL PARA PYMES

Con una construcción con los más altos estándares de calidad, una ubicación privilegiada con conexión a las principales autopistas y rutas del país, DLS, de la mano de Bodepark, busca transformarse en un socio estratégico para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

Gran éxito ha tenido el nuevo proyecto inmobiliario de Desarrollos Logísticos del Sur, Bodepark, el cual fue lanzado a fines de diciembre 2014 y ya tiene el 50% del Centro arrendado. Las características esenciales de este nuevo proyecto lo han transformado en un centro de clase mundial enfocado a las Pequeñas y Medianas Empresas. "A pesar de los vaivenes económicos que enfrenta el país y el aumento de la vacancia en los CD de Santiago, Bodepark se ha posicionado con

fuerza en los primeros meses y esperamos que en marzo- abril ya esté arrendado en un 100 %", señaló el Jefe Comercial de DLS, Francisco Lira.

Bodepark, segundo centro de bodegaje de DLS -luego de Centro de Bodegaje Pudahuel (CBP)- tiene en su construcción una de las claves de su éxito. Además, su ubicación en el sector de Ciudad de los Valles, comuna de Pudahuel, entrega al Centro una excelente conectividad con las principales autopistas y rutas de Santiago, permiti-

tiendo a sus clientes un acceso y despacho rápido y expedito. Con 24 mil m2 de techo, en la primera etapa, Bodepark cuenta con características de primera línea que lo han posicionado como un socio estratégico para sus clientes Pymes, atrayendo a sectores como el de equipamientos médicos, operadores logísticos y repuestos automotrices.

Con bodegas que parten desde los 400 m2, emplazado en un terreno de 8,5 has. este centro goza de una gran calidad, oficinas modulares, amplios patios de maniobras y altos estándares de seguridad.

Las características de construcción y la ubicación del Centro han sido hasta hoy la principal carta de presentación de Bodepark. Los estándares con los que fueron construidos sus 24 mil m2 de bodega, divididos en 29 módulos, de los cuales 20 son de 1000 m2 y 9 de 400 m2, entrega a sus clientes las cualidades necesarias para llevar a cabo una operación logística de primera línea.



CARACTERÍSTICAS QUE MARCAN DIFERENCIAS

Cinco han sido los pilares más destacados de este proyecto. Estos son:

UBICACIÓN: El hecho de estar a un costo de la ruta 68 ofrece una exposición única a nuestros clientes. Además, este lugar otorga una excelente conectividad con las principales carreteras del país, con Valparaíso y con el aeropuerto de Pudahuel.

ALTURA: La altura de la nave alcanza hasta los 10 metros en su parte más favorable, lo que permite que se puedan apilar hasta seis posiciones en casi toda la bodega. Esta cualidad permite a Bodepark ofrecer un precio por metro cubico menor al del mercado. "Al tener estas dimensiones, los clientes pueden almacenar hasta seis posiciones y al final el precio por posición pallet es menor que nuestra competencia. Esta característica nos permite ser más competitivo en el mercado", sostuvo el Jefe Comercial.

TECHO TRASLUCIDO. Este aspecto permite un ahorro de energía considerable. Gracias a esta característica en las bodegas es posible trabajar gran parte del año sin luz artificial.

PAVIMENTO SÚPER PLANO, SÚPER LISO. Para DLS el pavimento de sus instalaciones es un aspecto fundamental que puede marcar la diferencia entre una bodega y otra y por eso "buena parte de nuestra inversión estuvo enfocada en este punto". El piso utilizado en Bodepark permite que la carga que es transportada por las grúas no tirite o salte.

ANCHO DE PATIOS DE MANIOBRAS. El centro cuenta con anchos de patios de 40 y 35 metros lo que permite el viraje de los camiones sin problemas, facilitando la operación de sus clientes.

Existe además una preocupación por parte de DLS de ofrecer un servicio global a sus clientes. Es así como, en la administración

de este Centro, contempla servicios enfocados a entregar seguridad a sus clientes.

La seguridad es un tema prioritario en Bodepark y por eso cuenta con Circuito Cerrado de Televisión (CCTV), guardias 24/7, cerco perimetral, generador eléctrico, muretes new jersey anti alunizaje, alarma de intrusión, etc. Además cuenta con una sofisticada red de incendios que incluye detectores de temperatura, detectores lineales de humo y red húmeda.

"Nuestros clientes delegan en nosotros la seguridad del Centro, enfocándose así en lo que sucede al interior de su bodega. Sabemos lo importante que es la seguridad y por eso contamos con las mejores soluciones en este ámbito", comentó Francisco Lira.

EL RESPALDO DE LA EXPERIENCIA

Tras el éxito de Centro de Bodegaje Pudahuel, inaugurado el 2011 por DLS, la empresa comenzó a proyectar lo que sería su nuevo Centro, esta vez enfocado a un nuevo nicho de clientes: las Pymes, por lo cual cuenta con módulos que están separados en 400, 800, 1000 y 2000 m².

"El éxito alcanzado por CBP nos llevó a la construcción de otro centro, pero para otro tipo de clientes. La decisión se basó en la recepción de los clientes, la oportunidad del terreno y la ubicación; y no nos hemos equivocado", expresó Lira.

Por su parte, CBP cuenta actualmente con 40 mil m² de techo de bodega con dos etapas desarrolladas actualmente y se proyectan otras dos que permitirían alcanzar los 90 mil m². El perfil de los clientes de este centro son quienes necesitan operaciones logísticas de mayor envergaduras con naves que van desde los 2300 m².

Con esta experiencia DLS se ha posicionado como una importante empresa de gestión inmobiliaria industrial, especializada en el área de logística y bodegaje, relacionada con la constructora Inarco, empresa que ha

construido más de 630 mil m² en Centros de Distribución a nivel país. Esto entrega a DLS un Know how y experiencia única en el mercado.

Las instalaciones combinan la eficiencia operacional y constructiva con diseños modernos y funcionales, lo que permite que sus clientes agreguen valor y se diferencien del resto.

PROYECTO

Etapas: Formada por 29 bodegas Pyme, de las cuales 20 son de 1000 m², y 9 son de 500 m² más oficinas, formando una nave principal de aproximadamente 25.000 m²

Etapas: Proyecto que comenzó a construirse a finales del año 2014. Constará de 23.000 m² cuadrados de bodegas.

La dinámica operacional de DLS lo transforma en una empresa única en Chile. "Estructuramos y desarrollamos proyectos inmobiliarios industriales en conjunto con inversionistas; damos a los clientes la posibilidad de desarrollar proyectos a su medida; manejamos una amplia cartera de terrenos industriales ubicados en la RM; contamos con un staff de arquitectos y proyectistas de primer orden especializados en temas industriales; trabajamos en conjunto con Constructora Inarco, que tiene más de 30 años de trayectoria y que ha construido el 28% de los Centros de Distribución de Chile; ejecutamos el tema de los permisos y normativas necesarias; trabajamos con las mejores instituciones y consultoras financieras dedicadas a la búsqueda de los mejores oportunidades de financiamiento, entregamos proyectos terminados en un plazo no mayor a los 12 meses y además contamos con un equipo administrativo altamente calificado el que se encargará del correcto funcionamiento de su proyecto", detalló el Jefe Comercial de DLS.

El éxito que Bodepark ha alcanzado desde su lanzamiento, llevó a DLS a proyectar una segunda etapa que se espera esté lista el primer trimestre de 2016. De la mano de la experiencia de Inarco, buscan marcar la diferencia en el mercado del bodegaje con centros de calidad a un precio competitivo.

PURPLU

TRAZABILIDAD DE BIENES Y PERSONAS EN TIEMPO REAL, PARA SMARTPHONES Y TABLETS.



CENTRO DE DISTRIBUCIÓN



TRANSPORTISTA



DESPACHO





*Los ojos de tu empresa
en la última milla*



Logística en tiempo real

Lectura profesional de Carnet de Identidad, Factura Electrónica y todos los códigos de barra 1D y 2D con GPS



Formularios personalizados para las necesidades de tu negocio

Carga de Hojas de Ruta digitales para cada transportista



Desde 50 USD + IVA mensuales por dispositivo

Sin costos de instalación o salida,
implementación en 24 Horas

www.purplu.com

PRODUCTO Y PACKAGING: UNA RELACIÓN QUE ENTREGA EFICIENCIA A LA CADENA LOGÍSTICA



ESCOGER EL ENVASE Y EMBALAJE ADECUADO PARA UN DETERMINADO PRODUCTO PERMITE QUE TODO EL PROCESO QUE ÉSTE VIVIRÁ PARA LLEGAR A MANOS DEL CLIENTE FINAL SE REALICE BAJO LAS MEJORES CONDICIONES DE CALIDAD, HIGIENE Y SEGURIDAD. AL MISMO TIEMPO, UN ENVASE Y EMPAQUE EFICIENTES FACILITAN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS QUE ÉSTE REALIZA, DE AHÍ QUE SU DISEÑO Y PRODUCCIÓN SEAN PENSADOS Y DESARROLLADOS BAJO EL MODELO DE EFICIENCIA E INNOVACIÓN.

transporte y distribución, la Cadena de Abastecimiento también se integra por otros eslabones, igualmente determinantes pero anteriores (o intermedias) a las tareas descritas, etapas de producción, específicamente, definen el tipo y características del producto a comercializar y, por supuesto, el tipo de envasado (y embalaje) que requerirá para el resto de las etapas que le quedan por vivir.

A este respecto, es sabido que cada etapa de la cadena logística integrará sus propias técnicas, procesos y tecnologías para resguardar el producto de posibles factores de riesgo (internos y externos) que puedan deteriorarlo. Agilizar procesos, facilitar la manipulación del producto durante los procesos de almacenamiento, carga y descarga; mantener la calidad e inocuidad de los productos y el ahorro de costos son algunos de los puntos que hacen que la decisión so-

Toda cadena está compuesta por una seguidilla de eslabones que unidos con fuerza entregan a ésta resistencia, armonía y belleza. La cadena de abastecimiento no es la excepción. Teniendo como protagonista esencial al Producto, factor sobre el cual se desarrollan y diseñan las operaciones de almacenamiento,

**¡40% ARRENDADO!
LANZAMIENTO DICIEMBRE 2014**

MUCHOS NECESITAN ARRENDAR BODEGAS CON OFICINA



Muchos ya supieron donde.

APROVECHA TÚ TAMBIÉN NUESTROS PRECIOS DE LANZAMIENTO.

- BODEGAS DESDE 400 M2 A 1.000 M2 + OFICINAS.
- UBICADO A UN COSTADO DE LA RUTA 68, EN LA CIUDAD DE LOS VALLES.
- VISIBILIDAD: TÓTEM PUBLICITARIO CON EXPOSICIÓN A 750.000 VEHÍCULOS AL MES (*).
- A METROS DE LOS PRINCIPALES CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y RETAILERS DEL PAÍS.
- TENDRÁS ACCESO DIRECTO A LAS PRINCIPALES AUTOPISTAS, PUERTOS Y AEROPUERTOS.
- SERÁS PARTE DE UN CONDOMINIO: MÁS SEGURIDAD, MENOS COSTOS DE OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN CENTRAL.



*Foto y Fecha Referencial.
*Estadísticas de vehículos según MOP.



bre qué envase o embalaje utilizar sea primordial y diferenciadora. Conocer un poco más de estos elementos es el asunto que hoy nos convoca.

En estas líneas, queremos profundizar sobre el rol de este tipo de elementos y establecer la estrecha relación que su acción tiene con el éxito y eficiencia de la cadena logística. Para esto, Revista Logistec contactó a Ralph Hilger, Gerente General de Darnel y Gabriel Morales, Gerente Comercial de Flexipack, expertos de la industria que nos contarán sobre las potencialidades y características de estos elementos y cómo estos influyen en la optimización de la cadena.

PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

En un mercado tan competitivo como el logístico, toda mejora de los procesos debe traducirse en la disminución de los costos operacionales, a partir de acciones más eficientes sustentadas en información sensible relativa a los diferentes procesos logísticos. Partiendo de esta base, resulta primordial para los actores del sector conocer las distintas y mejores alternativas para agilizar, optimizar y asegurar el movimiento de carga, entre las que destacan: los elementos y procesos de empaque y embalaje. En esta línea, resulta relevante especificar las cualidades y características de estos elementos y la principal clasificación es aquella que se realiza de acuerdo a su función y etapa de intervención y relación con el producto en: primarios y secundarios.

A partir de ello, se entenderá por packaging primario, a todos aquellos que están en contacto directo con el producto y que tienen por función contenerlo y protegerlo. Mientras que los empaques secundarios o intermedios son aquellos elementos que se usan como complemento externo, con la función de contener o agrupar una o varias unidades de empaques primarios.

Una vez establecida esta diferencia esencial, cabe ahondar sobre las ventajas que aporta a la cadena logística la elección correcta del

“HOY TODO APUNTA A LOGRAR MAYOR DURACIÓN DE LOS PRODUCTOS. CON UNA VIDA MÁS PROLONGADA SE AHORRAN EN MERMAS, AHORRAR EN COLABORADORES EN LAS SALAS DE VENTAS, VISUALIZACIÓN DE INVENTARIO Y POR ENDE SE PUEDE PLANIFICAR MEJOR EL INVENTARIO”

tipo de envase de acuerdo a lo que se quiere lograr y al tipo de producto. De acuerdo a esta elección, las ventajas operacionales -que a la larga se transforman en ahorros de costos operacionales- pueden variar.

Para el Gerente General de Darnel la importancia de este eslabón de la cadena ha crecido enormemente en los últimos 10 años “donde el packaging ha tenido un desarrollo explosivo. No hay nada que no se tenga que almacenar y transportar por lo tanto, escoger el envase adecuado es primordial y para la logística este factor es importantísimo”.

A continuación los ejecutivos ahondaron en cuatro puntos que están –a su juicio- relacionados a la industria de packaging y a los beneficios que elegir correctamente este factor brinda a la operación logística.

VIDA ÚTIL DE PRODUCTO

Proteger la calidad del producto almacenado es uno de los principales objetivos del packaging. La presentación de un producto es fundamental, tanto, que puede determinar que el producto sea un éxito o un fracaso. Por mucha publicidad que haga, y por mucho que su producto sea superior, el consumidor decide qué compra cuando está

delante del producto, y en ese momento lo único que ve es la etiqueta, la caja, el envase con que lo presenta, reflexionó Hilger.

Es aquí donde el envase, Según Morales, tiene estricta relación con lo que se almacena, “en cuanto a que la tarea de un buen packaging, es mantener en condiciones óptimas el producto, a pesar del tiempo en que esté almacenado”. Es por eso que proteger el producto de las condiciones de almacenamiento es tarea del envase.

Este factor, según Hilger, se relaciona con la eficiencia logística dado que una buena conservación del producto a la postre se traduce en una reducción de costos al disminuir las pérdidas, por ejemplo, desde la sala de venta.

Asimismo, el Gerente de Flexipack sostuvo que un envase adecuado y de calidad permitirá aumentar la vida útil del producto lo que conlleva que el cliente tenga “mayor tiempo para el transporte, facilidad de mantener la cadena de frío y manejar el inventario, entre otros puntos”.

“Hoy todo apunta a lograr mayor duración de los productos. Con una vida más prolongada se ahorran en mermas, ahorrar en colaboradores en las salas de ventas, visualización de inventario y por ende se puede planificar mejor el inventario”, concluyó el Gerente de Darnel.

HIGIENE Y SEGURIDAD

La variedad de envases que existen hoy en día, en cuanto a formas, tamaños y tipos de materiales, ha constituido una nueva ventaja del punto logístico. La calidad y resistencia del packaging escogido por las empresas ayuda a la limpieza, higiene y seguridad del proceso logístico.

Dada las condiciones de estos envases –según el Gerente de Flexipack- se ha originado una menor manipulación del producto. “Una vez que el producto envasado llega al centro de distribución es almacenado sin

necesidad de manipular el contenido, lo que ayuda a mantener la calidad de los productos”.

“Hoy el packaging llega desde el productor al cliente final con las propiedades de higiene, ya que disminuye la manipulación del producto, permitiendo una mejor conservación de las cualidades de los productos”, añadió Morales.



Por su parte, el ejecutivo de Darnel comentó que la variedad de productos que hoy se encuentran en el mercado ha permitido, por ejemplo, eliminar los procesos de envasado en las salas de ventas. “Hoy las grandes cadenas de supermercados compran productos a proveedores que se preocupen del packaging, ya sea para hacer más rápida el posicionamiento del producto en las góndolas, más fácil la venta o más eficiente la operación. Hay una conexión con el proveedor que finalmente se relaciona con el cliente final”, dijo.

Otro aspecto destacado por ambos expertos en torno al packaging fue el Rotulado o etiquetado de productos que, según señaló Morales, no sólo persigue entregar la información nutricional o estructural del producto, sino también aporta desde el punto de vista logístico durante las tareas de almacenamiento, principalmente.

“Hoy en día las etiquetas integran información vital del producto e incluso de la propia cadena, información que es esencial

para la toma de decisiones en materia de almacenamiento, transporte y despacho de mercaderías”, describió el profesional. No obstante, otro punto de vista interesante respecto del rotulado de productos tiene relación con la customización del proceso de etiquetado. En esta línea, hoy existen Operadores Logísticos y proveedores capaces de generar etiquetado específico para un cliente en particular, posicionar dichas etiquetas

PALETIZADO Y TRANSPORTE

en la forma y tamaño que convenga a la operación del receptor de la carga e incluso ingresar a gráfica alusiva a su marca.

Otro eslabón fuertemente ligado con el packaging es el paletizado de los productos. La generación de pedidos al interior de los CD es una etapa clave dentro de la cadena de logística. En esta dinámica la calidad de los empaques o envases elegidos está estrechamente relacionada a la optimización del proceso de paletizado.

Como buena cadena, la eficiencia en el paletizado conlleva beneficios, entre ellos: la disminución en los tiempos de carga de vehículos, disminución en el tiempo de atención en el ingreso de mercaderías, menores costos de carga y descarga, menor manipulación de los productos, disminución de

“HOY EN DÍA LAS ETIQUETAS INTEGRAN INFORMACIÓN VITAL DEL PRODUCTO E INCLUSO DE LA PROPIA CADENA, INFORMACIÓN QUE ES ESENCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES EN MATERIA DE ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y DESPACHO DE MERCADERÍAS”



Gabriel Morales
Gerente Comercial
Flexipack



Ralph Hilger
Gerente General
Darnel

reclamos por faltantes y sobrantes, optimización del espacio de almacenamiento, más eficiencia de la flota de transporte, mayor seguridad del personal y, por cierto, mayor estabilidad del producto. Cumpliendo con ello, el ciclo virtuoso de implementación de soluciones de empaque. Ahora bien, imagine que el sistema de paletizado elegido, integra además un etiquetado eficiente, la operación, sin duda, elevaría sus índices de eficiencia, aseguraron los expertos.

Finalmente los ejecutivos coincidieron en que los factores descritos son sólo algunos de los que se pueden mencionar en materia de eficiencia logística; No obstante, el creciente interés que el desarrollo de la industria del packaging se debe – principalmente – a que este no sólo vela por la eficiencia, sino también por incide en los márgenes de venta que puede tener un producto y la vida útil del mismo.

Así, la industria del packaging se mueve transversalmente en los departamentos de marketing, promoviendo el atractivo visual del producto y seduciendo al comprador; de producción, permitiendo que el producto desarrollado mantenga niveles de calidad e inocuidad necesarios para ser consumidos o utilizados; y de operaciones, imponiendo en cada proceso o eslabón de la cadena una fórmula eficiente de trabajo; uno que esté basado en sus potencialidades. **LGT**



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

LOGÍSTICA + TECH: LA UNIÓN PERFECTA EN MANOS DE LA INNOVACIÓN Y NUEVOS DESARROLLOS

LA OPTIMIZACIÓN LOGÍSTICA PROLIFERA EN MANOS DE LA TECNOLOGÍA. CONOCIDA ESTA REALIDAD ES CLARO QUE INNOVAR PARA SEGUIR CRECIENDO ES EL CAMINO. A CONTINUACIÓN LES PRESENTAMOS UNA BREVE REFLEXIÓN ACERCA DE ESTE EXITOSO MATRIMONIO, SU EVOLUCIÓN EN EL TIEMPO Y – POR SUPUESTO- EL BRILLANTE FUTURO QUE SE LES AUGURA

En mayo de 2015, se celebrarán 42 años desde la adopción del código de barras para la identificación de productos. Tras su primera incursión como una tecnología emergente de la industria alimenticia en Estados Unidos, prontamente se posicionó en Europa para luego expandirse a nivel mundial.

La inclusión del Código de Barras en la actividad logística representó un gran salto hacia adelante en el manejo de inventarios, llegando a ser considerado el lenguaje estandarizado para la identificación de unidades comerciales y logísticas de forma única.

Otro de los hitos tecnológicos aplicados a la logística del pasado siglo fue el desarrollo y uso de los dispositivos móviles en los CD. Éstos cambiaron la forma en que las cadenas de suministro actuaban y la forma en la que eran controladas. Un ejemplo de ello era poder moverse en un almacén o tienda, con un aparato que reconociera los códigos de barra en forma inalámbrica. Era magnífica la mejora en los tiempos para el control de inventario y su impacto se visualiza aún ahora. Respecto al proceso de transporte, las



incorporaciones tecnológicas también han resultado significativas y se han relacionado mayoritariamente con la adopción de dispositivos fijos y móviles en los vehículos para hacer un seguimiento en tiempo real de la ubicación exacta de la mercancía, a través de receptores GPS. Aunque originalmente el uso de esta

tecnología estaba orientado a la seguridad de la carga, con el tiempo su implementación se bifurcó hacia el control de inventario de la carga durante su traslado. El impacto de esta tecnología quedó de manifiesto en el estudio 'Barómetro de Movilidad Empresarial desarrollado por Motorola Solutions' (2011), que estableció que el 77% de las empresas del sector transportador de Latinoamérica reconocían que las tecnologías de comunicación inalámbricas les ofrecían una ventaja competitiva y una reducción de los tiempos de duración de todos sus procesos y por ende, una reducción también de los costos.

TENDENCIAS Y FUTURO

Expertos de todo el mundo han descrito diferentes innovaciones Tech que vendrían a revolucionar e incrementar la eficiencia de las cadenas de suministro a nivel global, desarrollos y tendencias que describiremos en este apartado y que han sido ampliamente analizadas en el último estudio "Logistics Trends Radar, Deliverig Insight Today, Create Value Tomorrow! publicado por DHL Customer Solutions & Innovation. ¡Veamos!

LOGÍSTICA AUTÓNOMA

Esta categoría de tecnología incluye innovaciones como sistemas de transporte celulares, vehículos de auto-dirección, y vehículos aéreos no tripulados, que ofrecen nuevas y eficientes soluciones de transporte para las infraestructuras existentes y en zonas remotas. Las tecnologías autónomas incluyen: Vehículos y objetos en movimiento de forma autónoma a través de la inteligencia artificial, vídeo cámaras, sensores de radar y / o telémetros láser que abren nuevas oportunidades para que los proveedores de logística ofrezcan más flexibilidad en la oferta de servicios. Según estableció el documento, estas tecnologías serán relevantes en los próximos 5 años, con un mediano impacto para la Cadena de Suministro. Según el Informe, entre los beneficios de esta tecnolo-

gías se cuentan: La reducción del tráfico, los riesgos, accidentes, la congestión y la contaminación ambiental. Además, se incrementaría la fiabilidad del proceso tras la eliminación del error humano, lo que conllevaría un aumento de la productividad operativa y la reducción de costos por dicho ítem. En tanto, entre los beneficios ligados al cliente se cuentan: La disponibilidad y aumento del servicio; la flexibilidad del mismo y la reducción de los costos del transporte y tiempo del proceso. No obstante, también destacó debilidades, entre ellas: El Riesgo potencial de hackers y virus de software que imposibiliten o intervengan en su operación.

Considerando la implementación de las tecnologías autónomas o remotas, los Self Driving Vehicles, (Vehículos de conducción autónoma) son aquellos que llevan cierta ventaja en diferentes sectores. Según el documento, su uso llevaría asociada una reducción de los costos del 15 % gracias a la optimización de la conducción y la eficiencia en el consumo del combustible. En este sentido, se analizan varias aplicaciones que se pueden aprovechar de los vehículos de auto-conducción, entre las que se incluyen el transporte autónomo y de ayuda para el 'picking' en almacenes, las operaciones de logística autónoma a cielo abierto como las que se dan en bahías de carga, puertos y aeropuertos.

“AHORA, YA NO TENDREMOS QUE ORDENAR EL PRODUCTO, SINO, ENVIAR EL PLANO DE IMPRESIÓN 3D, Y PODRÁ FABRICARLO ÉL MISMO, DIGAMOS, EN EL LIVING DE SU CASA”

Una mención aparte requieren los denominados: Drones, incluidos en la categoría de tecnologías logísticas autónomas aéreas. Según señaló el documento, los drones de paquetería podrían transportar hasta 2 kg en una distancia máxima de 10 kilómetros. Para 2015, en tanto, se espera el desarrollo de una nueva generación con mayor capacidad y alcance en distancia. En cuanto a su implementación, Amazon es ha sido una de las empresas precursoras. Ya en

2014, la prestigiosa compañía solicitó permiso a la autoridad aérea en Estados Unidos para realizar pruebas con entregas puerta a puerta por medio de drones voladores, y por si fuera poco, están buscando hacerlo, de forma garantizada. Pronto, cuando ordenemos desde un teléfono inteligente algún producto, luego de hacer click, en unas horas, podría aterrizar en nuestra alfombra de bienvenida, un drone, que tocara a nuestra puerta, y observándonos con una cámara nos entregara el producto. Aunque aún no está claro como funcionarían sus drones para la entrega, lo cierto es que el modelo de negocio de Amazon no aplica a muchas empresas.

IMPRESIÓN 3D

Esta es una de las tecnologías de producción más disruptiva y que –según muchos expertos- cambiará la logística del mañana.

Según el estudio, esta tecnología ofrecerá nuevas oportunidades de negocio para los proveedores de logística tales como: el almacenamiento digital, aunque tendrán que adaptarse a una producción centralizada y a una baja demanda. Según estableció el documento, estas tecnologías serán relevantes en los próximos 5 años, con un mediano impacto para la Cadena de Suministro. Entre los beneficios que este tipo de tecnolo-

gías traería a los proveedores se cuentan: La oportunidad de convertirse en un líder de pensamiento respecto al uso de nuevas tecnologías y en un orquestador de complejas y fragmentadas cadenas de suministro. Participar en nuevos segmentos de mercado como el "Almacén digital" o la "tienda de impresión en 3D" son otros potenciales beneficios de esta tecnología. Para los clientes los beneficios se relacionan con: El desarrollo de una logística de costos reducidos (en

stock productos, rutas de entrega, etc.), la obtención de un proveedor de servicios de transmisión de datos más seguros (por ejemplo, a través de Internet para artículos de repuestos).

Ahora bien, desde la perspectiva de las limitaciones que estas tecnologías tienen para su implementación, el informe estableció que: La impresión 3D sólo transformará radicalmente la industria de la logística si sustituye totalmente a las tradicionales técnicas de fabricación. En torno a la aplicación de la tecnología 3D, Alessandro Fortunato en su columna "Visión de futuro: La tecnología en la Cadena de Suministro y en la Logística", señaló que "en países como Estados Unidos no solo puedes ir a tiendas como Kinko's por unas copias, sino también puedes ir para imprimir un objeto, en 3D.

Según el experto, "si hace unos años avanzamos en las cadenas de suministro, llevando a las manos de cada consumidor un móvil inteligente donde pudiese hacer su orden y, además le llevamos a su casa u oficina en unas horas el producto, ahora, ya no tendremos que ordenar el producto, sino su plano de impresión 3D, y podrá fabricarlo él mismo, digamos, en el living de su casa".

No obstante, para muchos es difícil visualizar el impacto que esta tecnología podría tener para la cadena de suministro o su uso a nivel comercial. A partir de lo dicho por Fortunato y lo discutido en otros foros logísticos, un ejemplo claro de su potencial podría darse en el mercado de la comida rápida, que tras la compra de un menú específico entrega juguetes. No es difícil imaginar el uso de impresoras 3D en estos comercios para que el cliente imprima las partes montables de este producto, en el color y diseño deseado, es decir: totalmente costumizado. Con ello, la empresa ahorraría importantes costos de traslado y almacenamiento de estos productos.

Procesos con cero defectos y altos niveles de productividad, son algunas de las características atribuidas al uso de las nuevas generaciones de robots y de soluciones automatizadas, las que vendrían a mejorar signifi-

cativamente el rendimiento en los procesos, al tiempo que ofrece una alternativa seria a la manipulación manual. Según estableció el documento, estas tecnologías serán relevantes en los próximos 5 años, con un alto impacto para la Cadena de Suministro.

Citando el documento de tendencias, "debido a la creciente popularidad del comercio electrónico, en los CD se evidencia un incremento en la manipulación y preparación de pedidos pequeños. En esta dinámica, la robótica imprimiría importantes mejoras en la velocidad, la repetición, la precisión de los pedidos".

Entre los beneficios que la robótica y las soluciones de automatización imprimirían a las operaciones, destacan la flexibilidad, la agilidad y elasticidad logística. En este plano, la optimización de las actividades laboriosas que consumen mucho tiempo, también se evidenciaría, junto a la eficiencia y reducción de costos, explicó el estudio.

En cuanto a su aplicación, las áreas en las cuales tendría presencia este tipo de tecnologías son diversas. En los CD dedicados al E-commerce, por ejemplo, sus aplicabilidad es ampliamente conocida. Amazon, sin ir más lejos, con la adquisición de empresas como Kiva Systems, cuenta ahora con robots rodantes automatizados para realizar el picking de productos de forma efectiva dentro de sus instalaciones. A través de algoritmos pre determinados para la necesidad específica de cada entrega, estos robots, ponen en las manos del operador cada producto requerido, sin que el agente tenga que caminar por todo el almacén para recuperarlos y así completar una orden.

RFID + INTERNET DE LAS COSAS (IOT)

El término "Internet de las Cosas" o Internet of Things (IoT) se le atribuye a Kevin Ashton, quien lo mencionó originalmente en una presentación en la empresa Procter & Gamble en 1999. Existen muchas definiciones de la IoT, entre ellas la de Bernd Scholz-Reiter, quien la define como "una base para

la conexión de los objetos, sensores y otras tecnologías inteligentes, lo que permite la comunicación persona-objeto y objeto-objeto".

Ahora bien, de manera práctica se podría simplificar esta definición presentando a la IoT como la posibilidad de conectar los objetos (electrodomésticos, dispositivos, máquinas, etc) a la Red (Internet, Intranet, etc), lo cual se logra gracias a los avances en la microelectrónica, el software y las redes de comunicaciones. La idea fundamental que subyace a la IoT, es que los objetos se conectan a la Red para que provean datos del entorno, de los procesos, o reciban notificaciones, órdenes y solicitudes.

En el caso particular de la logística, en tanto, esta tecnología está virtualmente ligada a otra: La Radiofrecuencia (RFID) que -según muchos- reemplazará al código de barras como tecnología de identificación de los productos dadas sus mejoras en cuanto a la cantidad de datos que puede almacenar y la facilidad que ofrece para la lectura de los mismos. Sumadas ambas tecnologías permitirían, por ejemplo: El seguimiento en el transporte de productos sensibles como alimentos, flores, medicamentos, entre otros, (De hecho en Europa ya existen empresas que aplican la IoT en el transporte de hortalizas y flores); El retiro de productos por defectos o fallas en la fabricación y por ende se pueden disminuir las pérdidas económicas y la afectación de la reputación de la marca. Finalmente, los datos recolectados de los objetos en las plantas de las empresas, la red logística y la cadena de suministro pueden ayudar a las empresas a simplificar las operaciones, reducir el inventario, el tiempo de inactividad por mantenimiento y el tiempo de comercialización.

Estas y otras tecnologías emergentes suponen un impacto en la actividad logística. Afianzando con ello la premisa de que la tecnología hizo y hace avanzar el modelo en las cadenas de suministro, al tiempo que modifican los modelos de negocio, siendo su principal ventaja: hacerle llegar al cliente aquello que ha adquirido, sin importar donde se encuentre. **LGT**



WWW.TW.CL

TELÉFONO: 2 389 12 00
E-MAIL: LOGISTIC@TW.CL



SOLUCIONES LOGISTICAS INTEGRALES

ALMACENAJE, TRANSPORTE Y VALOR AGREGADO

WWW.TW.CL | TELÉFONO: 2 389 12 00 | E-MAIL: LOGISTIC@TW.CL





64

Según cita el informe “La Acción Humanitaria en 2013-2014: Una respuesta tardía”, elaborado por el Instituto de Estudios sobre Conflictos y Acción Humanitaria (IECAH) en colaboración con Médicos sin Fronteras más de 78 millones de personas sufrieron (y siguen sufriendo) las adversas consecuencias derivadas de conflictos armados como los acontecidos en Siria o Sudán del Sur; epidemias de enfermedades virulentas como el Ébola en África occidental o desastres naturales como el tifón Haiyán que asoló Filipinas en noviembre de 2013

LOGÍSTICA HUMANITARIA. DEL CONCEPTO A LA PRÁCTICA EN EL PLANO INTERNACIONAL

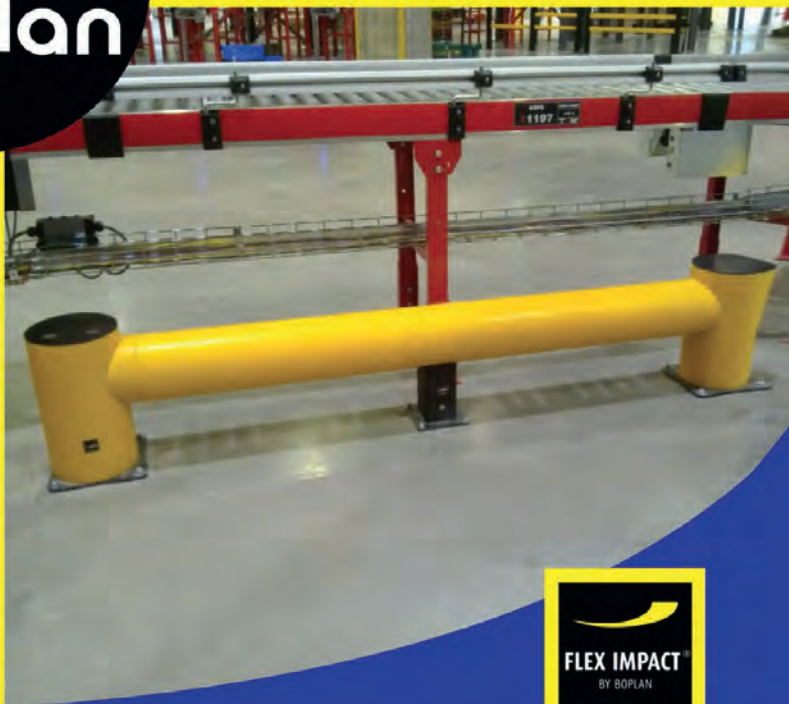
En este contexto, según cita el documento, la ayuda humanitaria para estos eventos alcanzó cifras récord durante 2013; año en el cual 22.000 millones de dólares fueron destinados a fondos de emergencia, un 27% más que en el año anterior y un 13% más que en 2010, el año que hasta ese entonces tenía

el récord de desembolso porque en él se produjeron desastres de grandes dimensiones, tales como el terremoto de Haití o las inundaciones de Pakistán. Si bien, la inversión fue alta no ha sido suficiente, dado que miles de personas quedaron desasistidas después de haber sido víctimas de estos eventos. De hecho, según el informe de los 78 millones de afectados, un tercio nunca llegó a recibir la ayuda que necesitaba. Frente a las cifras descritas queda claro el alto valor que la acción humanitaria representa a nivel mundial y por cierto, el de todos aquellos elementos que la componen, entre ellas la Logística Humanitaria que se define como el proceso de planeación, implementación y control efectivo y eficiente de los flujos de productos, materiales e información desde los donadores-individuos y organizaciones- hasta las personas afectadas con el fin de atender sus necesidades más urgentes.

ABORDANDO EL CONCEPTO

Ahondando en los aspectos característicos de esta actividad, José Holguín-Veras, profesor del departamen-

Empresa: Cial Alimentos S.A.
 Proyecto: Centro de Distribución Pudahuel
 Implementación: Barreras de protección, Boplan



to de Ingeniería civil y ambiental del Rensselaer Polytechnic Institute (RPI), explicó que “la logística humanitaria es un proceso socio-técnico que permite a los individuos organizarse en una red social, compuesta por una serie de actividades técnicas”.

Así, la aplicación de conocimientos y habilidades, sumado a la movilización de personas y recursos, es esencial para atender rápida y efectivamente a la población afectada. Sobre este último punto, el académico recalcó que “las redes sociales locales son los principales entes al momento de distribuir la carga en un desastre, mientras que el sector privado ayuda a distribuir y conseguir la carga y tener a todas las agencias públicas como parte de este proceso”.

“SI BIEN RESULTA DIFÍCIL PREPARARSE PARA UN DESASTRE, HAY ZONAS MÁS PROPENSAS A ELLOS QUE PUEDEN LOGRAR MEJORES RESULTADOS AL IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN QUE AL DISTRIBUIR AYUDA UNA VEZ QUE HA OCURRIDO EL DESASTRE”

En esta línea, según Holguín-Veras, para entender el funcionamiento de todo el sistema se requiere una debida consideración de todos sus componentes claves, entre los cuales se cuentan: los objetivos que se persiguen, el origen de la flujos de mercancía a transportar, el conocimiento de la demanda, la estructura de toma de decisiones, la periodicidad y el volumen de las actividades de logística, y el estado de las redes sociales y los sistemas de apoyo.

Ahora bien, para garantizar una base común para el análisis de este concepto Holguín-Veras señaló que lo primero es establecer una categorización clara respecto a los tipos de eventos que suscitan esta acción humanitaria. Así, según estableció en su estudio “Disaster Response Logistics: Chief Findings Of Fieldwork Research”: “Una emergencia es un acontecimiento inesperado que pone la vida y/o bienes en peligro y requiere una

respuesta inmediata, a través de la utilización de los recursos de la comunidad y procedimientos de rutina. Un desastre es un evento no rutinario que excede la capacidad de la zona afectada para responder a ella y, consecuentemente: salvar vidas y preservar la propiedad; mantener la estabilidad social, ecológica, económica y política de la región afectada.

En tanto, una catástrofe puede definirse como cualquier desastre que supera la capacidad estatal, local y de agencias de voluntarios para proveer adecuadamente a las víctimas el tipo de servicios de atención masiva de soporte vital, tales como: alimentos, refugio y asistencia médica dentro de las primeras 12 a 24 horas.

Técnicamente, un suceso catastrófico es uno en el que la mayor parte o la totalidad de la comunidad está muy afectada. Los funcionarios locales no pueden realizar su trabajo habitual; la ayuda a las comunidades cercanas no se puede proporcionar; la mayoría, si no todas las funciones de la vida cotidiana están fuertemente interrumpidas, entre otros aspectos”.

ETAPAS CLAVE

La logística humanitaria ha sido ampliamente abordada por diferentes autores que han ayudado a definir protocolos de acción frente a las emergencias o desastres de diferentes magnitudes. En esta línea, Lee y Zbinden (2003), identificaron tres fases para las operaciones de ayuda ante un desastre: preparación, respuesta inmediata luego del

desastre y reconstrucción. Las actividades de estas fases se traspasan entre sí y todas requieren de soporte logístico, no obstante, la cantidad y variedad de los suministros requeridos varían con cada etapa.

Así, durante la fase Preparación se desarrollará la capacidad de responder ante el desastre de tal manera que su efecto se abata y se faciliten las operaciones de asistencia. Si bien resulta difícil prepararse para un desastre, hay zonas más propensas a ellos que pueden lograr mejores resultados al implementar una estrategia de prevención que al distribuir ayuda una vez que ha ocurrido el desastre. La estrategia de preparación para una catástrofe, según Wassenhove (2006), incluye cinco elementos críticos:

1 Despliegue de recursos humanos. Selección y capacitación de las personas que se harán cargo de planear, coordinar e intervenir en caso de desastre.

2 Administración del conocimiento. Almacenar, codificar y utilizar la información sobre eventos anteriores para mejorar las estrategias de prevención y ayuda.

3 Administración de operaciones. Se relaciona directamente con las actividades de logística, ya que considera tópicos como la definición de los centros de acopio donde se concentrarán los bienes, la especificación de los sitios más adecuados para ubicar albergues, así como el diseño de las rutas de distribución de los recursos de apoyo y de las rutas de evacuación bajo varios escenarios.

4 Recursos financieros. Asignación de recursos monetarios para desplegar las operaciones de ayuda.

5 Colaboración. Definir acuerdos sobre cómo los distintos actores (gobierno, instituciones privadas, ONGS y la comunidad) se coordinarán en caso de siniestro. En este punto se mencionan diferentes formas de coordinación entre los participantes en el esfuerzo de logística humanitaria, entre ellas están: por mandato (coordinación centralizada por algún organismo líder), por

consenso (el conjunto de actores participantes auto coordina sus actividades) y por default (alguien asume el rol coordinador durante el evento según sus capacidades). La fase de Respuesta Inmediata luego del desastre es la que crea la mayor atención de los medios y también la más intensiva en actividades de logística. Para atender a esta fase se requiere de la integración de una cadena de abastecimiento que enfrenta una demanda muy incierta, la falta de fuentes de suministro predefinidas y de una red de transporte ya establecida.

Finalmente, la fase de Reconstrucción, implica apoyar a las comunidades afectadas para su pronta recuperación, ya que eventualmente (y en la mayoría de los casos), los individuos afectados retornarán a la zona de desastre y es necesario apoyarlas para que se reintegren a sus actividades normales lo más antes posible, de ahí que esta fase tenga una duración mayor a las anteriores y requiera mayores recursos económicos.

EL CONCEPTO APLICADO

La Fundación Logística Humanitaria (FLH), ubicada en Panamá, es una organización sin ánimo de lucro e independiente que se dedica a apoyar a entidades gubernamentales y no gubernamentales que realizan labores humanitarias. Según señaló, Charles Gisbert, Director General de FLH su misión es “apoyar a estas entidades en el proceso de compra de insumos y logística en situaciones de emergencia, proyectos de desarrollo y reconstrucción, siendo nuestro campo de influencia América Latina y el Caribe, principalmente”, debido a lo cual ha sido parte de las actividades de Logística Humanitaria internacional que se pusieron en marcha durante el fatídico terremoto de Haití y el 27/F en Chile.

Referidos específicamente a su experiencia durante la catástrofe de Haití, donde la FLH apoyó las acciones humanitarias de Médicos Sin Fronteras y otras entidades gubernamentales internacionales, Gisbert relató que “enfrentados a un tarea de esta envergadu-

ra, una de las primeras acciones a realizar es el levantamiento de las necesidades más importantes que se requieren a partir de que se suscita la emergencia. No obstante, en el caso de Haití, la catástrofe era de tal magnitud que este levantamiento no fue necesario. Por ello, durante las primeras horas nos concentramos en suministrar aquellos materiales de soporte vital, tales como: tiendas de campaña y agua” aseguró el experto.

Según el Director, además de la asistencia médica, la provisión de refugio y agua eran las principales necesidades a cubrir, “considerando que una persona puede sobrevivir hasta dos semanas sin comida, pero no puede estar más de dos días sin beber agua. Entonces, era muy importante distribuir rápidamente este recurso vital y sistemas de potabilización (pastillas) a nivel domiciliario, considerando que las fuentes hídricas se habían contaminado a raíz del terremoto”.

“A MODO DE EJEMPLO, TENEMOS A UNICEF QUE SE CONCENTRA PRINCIPALMENTE EN CUBRIR LAS NECESIDADES DE LOS NIÑOS O MÉDICOS SIN FRONTERAS (MSF), CUYO ENFOQUE ES HACIA LA SALUD”

En el caso del refugio, “distribuimos tiendas de campaña de emergencia que tenían aproximadamente 20 mt² y una capacidad de albergar a una familia de 5 miembros. Transversalmente era muy importante que las personas afectadas recuperaran su dignidad, como individuos y como familias, para ello distribuimos kit's de higiene y cocina, productos que apuntan a que estas personas retomaran algo a su rutina normal de aseo y pudieran compartir en familia”, comentó el Director.

Simultáneamente a la cobertura de las necesidades primarias, se realizan reuniones de especialización donde cada institución que participa de la acción solidaria informa su plan de acción a partir de su expertise, explicó el ejecutivo. “A modo de ejemplo, tenemos a UNICEF que se concentra prin-

cipalmente en cubrir las necesidades de los niños o Médicos Sin Fronteras (MSF), cuyo enfoque es hacia la salud”, señaló.

A partir de esta reunión, comenzamos a apoyar los procesos logísticos internacionales de abastecimiento de MSF, que es la institución con la que trabajamos, ¿cómo? Realizando las compras, administrando el inventario y transportando los insumos que ellos nos solicitaron desde nuestra base en Panamá hasta Haití, en este caso”.

Durante el proceso de compra internacional, LH no sólo debe optimizar los recursos financieros-(considerando que no existen procesos de Planificación de Demanda), sino también, contar con un sistema de proveedores certificados que produzcan y comercialicen productos aptos para la sobrevivencia. “Básicamente, no podemos comprar cualquier cosa a cualquier precio,

aunque sí hay que tener en cuenta que el tema de los costos no es definitivo al momento de la comprar”.

Durante el proceso de almacenamiento y valor agregado, en tanto, LH ingresa a su CD de Panamá lo adquirido y – a partir de las necesidades de la organización procederá a consolidar la carga en containers para su envío al lugar de afectado o someterá los productos a procesos productivos. “En el caso de los kit's de emergencia, que integran diferentes artículos, se realizan procedimiento de empaque”, explicó el Gisbert.

LGT



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



68

En diciembre pasado, la División de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, en conjunto con el International Transport Forum (ITF) de la OCDE, realizaron el Workshop “Observatorio Logístico de Chile: Mejor información para mejores decisiones”, evento en el cual se reunieron importantes personalidades del ámbito económico y logístico nacional e internacional..

EFICIENCIA LOGÍSTICA, FACTOR CLAVE PARA LA PRODUCTIVIDAD Y SOFISTICACIÓN PRODUCTIVA

En esa oportunidad, Eduardo Bitrán, Vicepresidente Ejecutivo de Corfo, brindó una charla magistral en la cual realizó un honesto análisis de la realidad económica del país y delineó los desafíos en materia de competitividad para nuestra economía. A continuación, presentamos un extracto de la intervención del experto durante la actividad:

RETROSPECTIVA ECONÓMICA

“Es bien sabido que Corfo realiza y contrata estudios para medir productividad y competitividad del país y en base a estos criterios concluimos que desde la recuperación de la democracia hasta el año 2000 vivimos la denominada ‘Época de Oro’ de la economía chilena. En realidad, y para ser más exactos, esta etapa terminó con la crisis asiática en 1998. De un alto crecimiento de la productividad total de factores (sobre 2 ½ por ciento), pasamos a un periodo en que el crecimiento de la productividad total de factores cayó a un tercio de lo que se registraba en el periodo dorado.

Este virtual estancamiento ha sido un tema largamente debatido por los economistas, los que incluso hoy se preguntan: ¿Por qué si ya pasó la crisis, la productividad no se recupera? Ante eso hubo una confrontación de visiones e ideas, preponderando entre todas ellas la óptica Estructuralista, con la que personalmente concuerdo. Según ésta visión, lo que pasó en Chile fue muy simple: Hicimos una reasignación de recursos hacia sectores basados en el uso de los

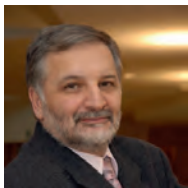


Porque queremos entregarte el mejor servicio...
Creamos para ti nuestra nueva

Sub Gerencia de Servicio al Cliente

www.mindugar.com/servicioalcliente

recursos naturales; crecimos rápidamente utilizándolos este tipo de recursos, algunos de los cuales se agotaron o se impactaron negativamente a raíz de la sobre explotación. Esto fue lo que ocurrió en el caso de la pesca o la salmonicultura, por ejemplo. Obviamente si uno basa el éxito en la explotación de un bien limitado, tarde o temprano éste se termina y, lo cierto es que no fuimos capaces de aprovechar el boom de los recursos naturales para hacer una economía más sofisticada.



Eduardo Bitrán
Vicepresidente Ejecutivo
CORFO

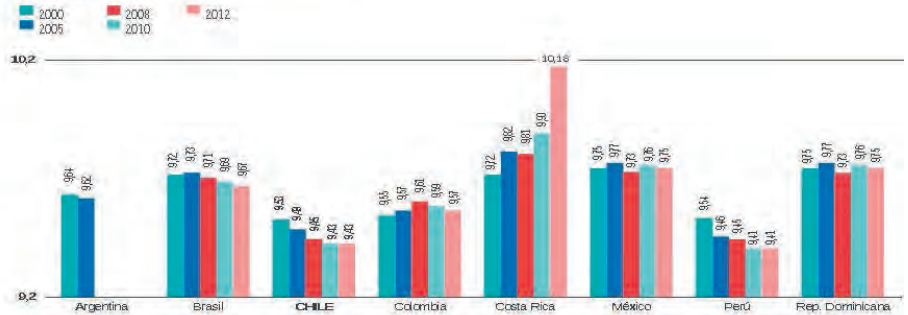
Por ello, hoy nos parecemos más a una economía petrolera que a Finlandia, Nueva Zelanda, Canadá o Australia, país que fue capaz de aprovechar los recursos naturales para incorporar conocimiento, innovación y tecnología a su sistema productivo. Por el contrario, hoy en día, las exportaciones de cobre acumulan el 60% de las exportaciones de Chile, igual que el año 70... ¿Interesante, o no?.

Miremos entonces la productividad del cobre, que desde el año 2002 ha presentado caídas notables. Lo mismo ha ocurrido en la agricultura, en la pesca, en el rubro forestal, etc.; y todos estos eran (y son) los sectores que tiran el carro del crecimiento económico de Chile.

CHILE TAMBIÉN HA ADOPTADO ESTA DINÁMICA. ¿DE QUÉ SE TRATA? DE CONSTRUIR CAPITAL SOCIAL, ENTRE ACTORES PÚBLICOS, PRIVADOS Y ACADÉMICOS PARA GENERAR UNA VISIÓN COMPARTIDA SOBRE CUÁLES SON LAS BRECHAS EN SECTORES CLAVES; BRECHAS QUE IMPIDEN APROVECHAR EL POTENCIAL Y CRECER.

PRODUCTIVIDAD Y CRECIMIENTO EN CHILE. DIAGNÓSTICO. BAJA SOFISTICACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

EL ÍNDICE EXPY:
Índice de Sofisticación de las Exportaciones.
En puntos.



FUENTE: Banco Mundial

Cuando los Recursos Naturales empiezan a languidecer, también lo hace el crecimiento potencial de la economía chilena que actualmente, no nos engañemos, es bajo; debido a que todavía está extremadamente vinculado a estos mismos sectores en un rango que se mueve entre el 3% y 4%, según indicadores obtenidos de estudios económicos de largo plazo. En líneas generales, no hicimos la inflexión a una economía más innovadora porque lo ganado no se invirtió en I+D, como sí lo hicieron los Desenfilases, que durante la crisis invirtieron en el conocimiento, en grandes centros de investigación y desarrollo. Además, para innovar se requiere contar con el denominado "Capital Social" y, según los indicadores de la OCDE, nos ubicamos en el último lugar respecto a este ítem, ya que sólo el 13% de los chilenos confía en el prójimo; mientras que el promedio de la OCDE en este ratio es de un 57%. Este último indicador es complicado, teniendo en cuenta que la innovación y

la colaboración están asociadas al "capital social" .

En síntesis, según lo descrito por Eduardo Bitrán, debido al relativo agotamiento de modelo primario exportador cae la productividad de sectores basados en RRNN. Al mismo tiempo, se estanca la diversificación y sofisticación exportadora y cae la tasa de crecimiento de exportaciones de recursos naturales.

Al mismo tiempo, Chile ha enfrentado diversas dificultades para realizar la inflexión hacia una sociedad basada en conocimiento, capital humano de calidad e innovación, factores que permiten sostener aumentos de productividad. En esta línea, las dificultades para mejorar la distribución del ingreso, los crecientes síntomas de pérdida de capital social y la incapacidad de sostener aumentos de productividad total de factores clave para el crecimiento, son las barreras a derribar.

¿CÓMO MEJORAR?

"La pregunta que surge entonces es ¿cómo hacemos una economía más diversificada, más innovadora, basada en el conocimiento y en el capital humano de calidad?, lo cual nos llevaría a una economía más integrada donde la distribución funcional del ingreso se modifique y se pague más el 'factor

trabajo', que es lo que ha ocurrido en los círculos virtuosos de desarrollo de economías de mercado en países de la OCDE y con mayor incontestabilidad ambiental.

Bueno, nosotros como Corfo estamos tratando de aportar un granito de arena en este tremendo desafío. (...) ¿Qué hicimos entonces?, reeditamos lo que los europeos llaman Programa de Especialización Inteligente (SES - Smart Especifications Strategy) que consiste en el aporte de una serie de recursos que la UE brinda principalmente a los países que entraron el año 2005 y que estaban en un proceso de ajuste o de convergencia. Ahora bien, cabe destacar que la UE no otorga recursos para que cada uno haga lo que quiere, sino que estos países deben ser capaces de identificar, a través de diferentes procesos, cuáles son aquellos ámbitos en los que vale la pena concentrar recursos desde una perspectiva a largo plazo para generar saltos de productividad, de crecimiento y de innovación, etc.

cuellos de botella y generar aumentos de productividad, es decir, movernos de equilibrios de bajo desempeño a equilibrios de alto desempeño. Todo esto tiene detrás una visión económica. Considerando que, especialmente en las economías emergentes, existen fallas de coordinación que generan equilibrios de bajo desempeño y donde se requiere algún grado de concertación o acuerdo para resolver estas fallas de coordinación.

La forma en que estamos partiendo este proceso, que no puede ponerse en marcha en todas las áreas de la economía, es mediante la confección de hojas de ruta y de la implementación de algunos fenómenos tecnológicos que creemos son muy importantes. A este respecto, sabemos que efectivamente hay una nueva revolución digital que tiene que ver con el Internet de las Cosas y que, según el último informe de General Electric, va a afectar el 46% del PIB de la economía mundial, que va a cambiar los

del mundo y si no lo hubiéramos hecho tan mal respecto a la coordinación seríamos el primero). Por lo tanto, debemos enfocarnos en los problemas de productividad de estos Clusters; en esos verticales. Entonces, la propuesta de valor es: "Usemos estos sectores en los cuales somos líderes mundiales y apliquemos la última ola de innovación tecnológica que es el Internet de las Cosas. No obstante, ligadas a estos sectores existen dos verticales no tradicionales: Las Ciudades Inteligentes (Smart Citis) y la Logística, que es una plataforma habilitante clave para aumentar productividad y sofisticación exportadora".

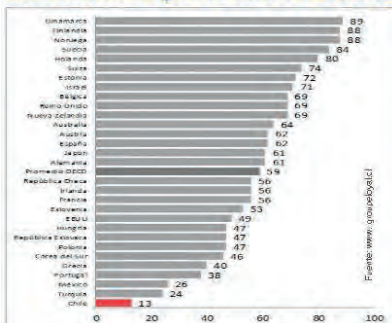
Sobre este punto, sabemos que existen ineficiencias en las cadenas logísticas que afectan la productividad de nuestra economía, entre las cuales destacan: Alta Variabilidad y lead-time en la oferta; participación modal ineficiente; burocracia y demora excesiva en trámites; una creciente atomización en transporte carretero; baja calidad de infraestructura ferroviaria; atomización y falta de capital social en el sector; debilidad en capital humano técnico y operativo: conflictividad laboral e inadecuados esquemas de contratación; falta de planificación multimodal de Infraestructura; falta de visibilidad de cadena logística; insuficiente digitalización de tramites de comercio exterior y portuarios e interoperatividad de diversos sistemas.

Entonces y considerando que Chile sustenta su economía en las exportaciones y para aumentar su Productividad y Crecimiento, necesita contar con una Logística de clase mundial.

Ello se logra tomando decisiones asertivas y oportunas, bien fundamentadas, accesible a todos los actores que forman parte de la cadena, desde origen a destino, generadas bajo una Visión Compartida entre los actores relevantes del Sector Público, Empresarial y Académico para avanzar en la eficiencia de la Logística y el Transporte". **LGT**



INNOVACIÓN REQUIERE DE COLABORACIÓN Y CAPITAL SOCIAL

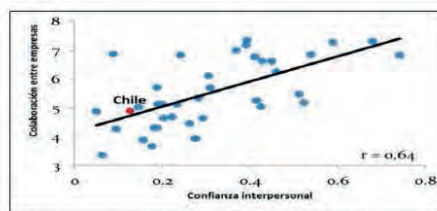


Motivos de la desconfianza

- Origen ancestral de la desconfianza
- Baja integración entre actores sociales
- Falta de reciprocidad entre ciudadanos, el estado y empresas (78% opina que recibe menos del estado de lo que le entrega, 68% en empresas, PNUD)

Innovación entre empresas depende del Capital Social

- La colaboración entre empresas está relacionada con la confianza interpersonal



modelos de negocio, la forma de competir, etc. Y nosotros no podemos quedarnos atrás de esta ola de innovación.

Queremos estar en la cresta de la ola, sí, pero debemos ser realistas. Tenemos ciertos sectores de clase mundial o en los que somos, al menos, de tamaño mundial, como la Minería Metálica; la Fruticultura (exportamos el 50% de la fruta para el hemisferio sur de América en contra estación) y la Salmonicultura, (somos el segundo exportador

Chile también ha adoptado esta dinámica. ¿De qué se trata? De construir capital social, entre actores públicos, privados y académicos para generar una visión compartida sobre cuáles son las brechas en sectores claves; brechas que impiden aprovechar el potencial y crecer.

Tras identificar las brechas, lo siguiente es confeccionar hojas de ruta; hacer un compromiso público y privado de abordar los



Cuando la economía nacional alcanza niveles de estabilidad aceptables para el desarrollo exitoso de las empresas, el empleo es un área económica que percibe estos cambios económicos. Es así como en “un buen momento” profesionales, técnicos u operarios salen en busca de estas nuevas oportunidades, generando una movilidad laboral que pone en jaque a los equipos de recursos humanos.

MOVILIDAD LABORAL: ¿CÓMO RETENGO A MI TRABAJADOR?

En los últimos años, la situación chilena, tanto económica como cultural, ha generado un escenario laboral auspicioso para muchos sectores empresariales. El boom de algunos actores y rubros de la industria nacional se ha transformado en un atractivo indiscutible para los profesionales que buscan nuevas y buenas oportunidades laborales.

Las condiciones antes descritas llevó a que en Chile se registrara una alta movilidad laboral, pues la mayoría de los ejecutivos permanece un periodo corto en cada

empleo. Antiguamente veíamos trabajadores que desarrollaban su vida laboral ligada a una empresa y eran destacados por su compromiso y permanencia; sin embargo, hoy eso es casi imposible; puesto que la situación económica y cualidades culturales de las nuevas generaciones hacen cada vez más difícil encontrar este tipo de empleados.

Esta realidad laboral ha llevado a los departamentos de Recursos Humanos a buscar los caminos necesarios que permita hacer frente a este panorama. En esta línea, surgieron iniciativas como cursos de capacitación, ayuda económica para la continuidad de estudios, bonos, apoyo para la educación de los hijos, seguros complementarios, entre muchas otras.

Pero ¿qué motiva el cambio? En un comienzo se pensaba que las personas se cambiaban de trabajo en busca de una mejor remuneración, que era el dinero el principal motor de movilidad. Sin embargo, estudios han demostrado que, si bien, los sueldos son uno de los atractivos; hoy las personas consideran otros aspectos como: capacitación, proyección laboral, ambiente laboral, relación con los jefes, tiempo libre, flexibilidad laboral, bonos de reconocimiento,

seguros complementarios, entre otros aspectos. Que le trabajo sea motivador y genere altos niveles de satisfacción son variables que los encuestados sitúan en primer lugar al preguntarles por el lugar ideal para trabajar. Este factor no presenta diferencias por genero, edad o cargo, sólo por sector: es una variable que tiene más importancia entre quienes trabajan en el retail y área financiera. Y creemos que es por las tareas y responsabilidades que tienen los ejecutivos.

NIVEL DE SATISFACCIÓN

Satisfacción es la palabra clave en este tema. Cuando un trabajador no se siente satisfecho por sus condiciones laborales está siempre en busca de nuevas oportunidades que lo llevan a cambiarse de trabajo ante mejoras que no sólo pasan por el aspecto monetario y pueden afectar a importantes y sensibles áreas de una empresa.



Víctor Vera
Jefe de RRHH
BSF



Jaime Silva
Gerente de Proyectos
Central Bodegas

A este respecto, Víctor Vera, Jefe de RR.HH de Bodegas San Francisco (BSF) comentó que en su rubro los sectores más afectados por las movilidad laboral son el personal de Guardias y mantención que “si bien no afecta a la operatividad ni a la seguridad, debido a que mantenemos durante e año el promedio de personal para cubrir las funciones, si aumenta el gasto en aspecto como vestuario y principalmente en derivar personal para capacitar a los nuevos integrantes”. En cuanto a los motivos que pueden llevar a un colaborador a tomar la determinación de

un cambio de trabajo, Vera destacó la edad, la situación económica, el nivel educacional, los interés propios de cada persona y “estos tendrán mayor o menor fuerza, dependiendo del nivel de estudios, económico y de calidad de vida de este trabajador”.

“Si un colaborador cuya renta no es alta y a su vez su situación económica es precaria, es joven (menor de 25 años) con o sin hijos, el factor económico es muy fuerte y se irá simplemente donde le pagan más, sin importar mucho los beneficios o la estabilidad”, Jefe de RR.HH BSF. Por otra parte, añadió que “si tenemos un colaborador con renta media, edad cercana a los 40 años, con hijos y una situación económica estable (incluso si sus ingresos no son altos), buenos beneficios, estabilidad laboral, preferirá mantenerse donde sea mejor tratado y se sienta más a gusto”.

Por su parte, Jaime Silva, Gerente de Proyectos de Central Bodegas comentó que los profesionales más jóvenes hoy buscan además de un ingreso adecuado otro tipo de satisfacciones en las organizaciones, como son “la posibilidad de crecimiento personal, de proyección profesional, de disponer de tiempo libre y la posibilidad de trabajo a distancia, entre otras y en esa búsqueda se generan los cambios de trabajos. Pero otro tema importante es sentirse escuchados y valorados, hoy el recurso humano es fundamental para el crecimiento de cualquier organización y las personas valoran enormemente el sentirse parte de algo, donde sus necesidades y satisfacciones van en concordancia con la promesa última que se hace al cliente”.

En cuanto a la rotación de profesionales, Vera sostuvo que en, general, en la empresa la rotación es baja. A nivel profesional, un factor importante tiene que ver “con los desafíos y/o posibilidades de crecimiento personal y profesional, la participación en la toma de decisiones, un colaborador en este nivel si ve que no tiene desafíos, comienza a mirar a otro lado y deja de ser un jugador y se convierte en un espectador a la espera del próximo bus”. Durante los últimos años, los Departamentos de Recur-

sos Humanos han trabajado en crear las herramientas necesarias para hacer frente a la rotación laboral. Transformarse en una empresa atractiva en términos “de buen lugar de trabajo” es la tarea de todos y ante esta situación variadas han sido las medidas asumidas. Según el jefe de RR.HH de BSF la principal medida asumida por la empresa de bodegaje fue “reestructurar el área de RR.HH, definiendo que la misión de éste es la de crear las condiciones adecuadas para que cada integrante pueda desarrollar su máximo potencial de crecimiento personal y profesional.

A juicio del ejecutivo de Central Bodegas, el mejor modo de contrarrestar la movilidad laboral es “enfocarse en el desarrollo de la persona y no solo de la carrera profesional”. “Hoy las condiciones de la vida moderna hacen que los profesionales valoren mucho más cosas que la simple retribución económica, y para ello las empresas pueden ofrecer otros beneficios que permitan mejorar la calidad de vida, como lo son por ejemplo horarios más flexibles, programas de capacitación, buen clima laboral, entre otros”, detalló Silva.

MOVILIDAD EN CIFRAS

De acuerdo al último Workmonitor, estudio trimestral de tendencias del mercado del trabajo de la consultora multinacional de Recursos Humanos Randstad, durante el cuarto trimestre 2014 Chile alcanzó 125 puntos en el índice de movilidad laboral; 3 menos que el periodo inmediatamente anterior. En comparación al resto de las naciones latinoamericanas que participan en el estudio, Chile supera solo a Argentina, país que registró su nivel más bajo en este indicador desde 2011, con 114 puntos.; y es superado ampliamente por Brasil, con 134 puntos y por menos margen por México, con 129 puntos. **LGT**



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

EL CORREDOR LOGÍSTICO MENDOZA LOS ANDES: ¿Y SI EL PRÓXIMO “CANAL DE PANAMÁ” ESTUVIERA EN EL CONO SUR?

Rodrigo Garrido Hidalgo
Decano Facultad de Ingeniería
Universidad Diego Portales



Se trata del famoso Interstate Highway System, creado en virtud de la Ley de Autopistas Interestatales y de Defensa impulsada por el presidente Dwight D. Eisenhower en 1956.

La visión de Eisenhower tenía más que ver con aspectos geopolíticos que con beneficios y costos directos de transporte, influido en parte por sus experiencias como soldado al que le tocó sortear todo tipo de dificultades para cruzar Estados Unidos en 1919, y en parte el haber conocido la red de autopistas alemanas (Autobahnen) durante la Segunda Guerra Mundial.

Es por ello que consideró a la red de carreteras como un elemento fundamental del sistema de defensa nacional que diera soporte a la logística militar (un mejor desplazamiento terrestre de tropas y pertrechos militares). Este sistema ha generado, desde sus inicios, tal nivel de beneficios directos e indirectos que es imposible cuantificar hoy su magnitud. Más difícil aun, hubiese sido predecirlos en el año 1956. ¿Qué habría pasado si ese sistema de carreteras se hubiese sometido a una evaluación social de proyectos (como la chilena)? Sin duda hubiese resultado no-rentable para justificar su gasto y por ende no se hubiese construido.

Cabe mencionar que con los actuales métodos de evaluación de infraestructura de gran tamaño imperantes en Chile, jamás serían rentables iniciativas de este tipo, ya que la medición de beneficios es básicamente reducción de tiempo de viaje de pasajeros (más un marginal aporte de “otros modos de transporte” como camiones). Otro ejemplo muy significativo es la construcción del

Canal de Panamá. A fines del siglo XIX los habitantes de Centro América ya tenían muy claro el efecto geopolítico y comercial de aprovechar la angostura continental para unir el océano Atlántico con el Pacífico. Así fue como un grupo de inversionistas impulsa la obra que recoge Francia como pionera en la materia. Luego de muchas enfermedades tropicales y costos demasiado altos, Francia se rinde y entra el segundo y definitivo impulsor del proyecto, que fue Estados Unidos y que logra tener el canal funcionando en 1914.

El impacto de este canal sobre la economía mundial ha sido enorme (y también muy difícil de cuantificar en su totalidad) estimándose que el transporte comercial a través del canal representa cerca de un 5% del comercio total mundial. Según la Autoridad del Canal de Panamá: En 2012, Estados Unidos, China, Chile, Japón y Corea del Sur fueron los principales usuarios del canal, que sirve unas 14 mil naves al año.

Aun cuando la mayor parte del tráfico del canal se origina en la costa este de los Estados Unidos y se dirige hacia el extremo oriente, el tráfico chileno y del Sudeste Asiático es también relevante por esta ruta. Hoy se desarrolla una ampliación de más de US\$5.000 millones para aumentar su capacidad y permitir el paso de buques Post Panamax (tendencia naviera cada vez más fuerte). Cabe preguntarse si los pioneros en este emprendimiento se hubiesen conformado con aplicar una serie de recetas numéricas para evaluar su beneficio global...

De los dos casos anteriores surge entonces la pregunta de si Américalatina, y en espe-

SI USTED HA TENIDO LA SUERTE DE VIAJAR DENTRO DE ESTADOS UNIDOS, SE HABRÁ DADO CUENTA QUE A MENUDO APARECE UNA SEÑALÉTICA ESTÁNDAR, AZUL CON ROJO, QUE INDICA EL NOMBRE DE UNA CARRETERA QUE LLEVA LA LETRA I SEGUIDA DE UN NÚMERO

cial Chile, debiese permanecer impávido ante las evidencias de grandes emprendimientos en materia de transporte mundial que marcan un salto cuántico en la forma de conducir el comercio global en el siglo XXI. En efecto, dada la geografía estrecha de nuestro país y el comercio que va entre los países de la costa este de Sudamérica y el Sudeste Asiático, resulta evidente que la idea (ya antigua pero aun no implementada) de corredores bioceánicos salta como una alternativa muy atractiva para aprovechar las condiciones geográficas y comerciales de Chile y Argentina.

TODO INDICA QUE ASIA PACÍFICO SERÁ UNO DE LOS MAYORES POLOS DE DESARROLLO, EN ESPECIAL DE MANUFACTURAS Y GRANELES, CUYA LOCALIZACIÓN ES ESPECIALMENTE ATRACTIVA PARA CHILE, PUDIENDO ASÍ CONVERTIRNOS EN UN ACTOR FUNDAMENTAL EN EL COMERCIO MUNDIAL (COMO LO HA SIDO PANAMÁ)

Hay varias iniciativas al respecto, pero una que aparece con gran vigor e interés es la de unir Mendoza con los Andes a través de una ruta rápida y continua, evitando las demoras por topografía y cierres por clima que enfrenta el actual paso por el túnel Cristo Redentor. Esta alternativa, ya declarada de interés público por Chile y Argentina, se le conoce como Corredor Bioceánico Aconcagua (CBA).

El CBA se apoya en dos conceptos fundamentales: operación garantizada los 365 días del año, a través de un túnel a baja altura (el actual sobrepasa los 3.000 msnm), cuyo trazado disminuye las pendientes en ruta y la alturas de tránsito. El transporte se realizaría en un ferrocarril a tracción eléctrica que garantizaría seguridad, comodidad, rapidez y confiabilidad, reduciendo costos y tiempos de viaje, es decir, las cinco componentes principales de lo que denominamos Nivel de Servicio de transporte. El segundo concepto de esta iniciativa es la unificación de la trocha ferroviaria, aprovechando que tanto en Chile como en Argentina hay líneas ferroviarias de trocha ancha. Esta uni-

ficación elimina el costo y tiempo requerido para el trasbordo de cargas.

Evidentemente, la existencia de un paso de alta eficiencia como el CBA permitiría desarrollar un corredor logístico integrado de gran nivel de servicio entre los nodos Buenos Aires-Valparaíso-San Antonio. Esto se vería aún más atractivo si la decisión de ubicación de nuestro Puerto de Gran Escala (cuya ubicación aún no ha sido definida por el Estado chileno) estuviese en el actual Puerto de San Antonio. Ahora bien, la mera existencia del CBA no garantizaría un paso

eficiente y continuo entre ambos océanos, ya que se requeriría de una infraestructura logística de primer nivel que acompañe al resto del proyecto. De ahí que un proyecto de esta naturaleza revista también un carácter netamente estratégico en la cuenca del Pacífico, si se pudiera claro está, salvar el obstáculo de la cordillera que actúa como barrera comercial entre ambos océanos, que hoy obliga a cerca de un 85% de la carga entre ambas costas del Cono Sur, a transitar por vía marítima con las demoras y costos que esto implica.

El desarrollo del comercio mundial, y en especial el de Asia Pacífico, es y será una realidad ya sea que como país queramos participar o no de este cambio mundial. Hoy, con el Paso Cristo Redentor actuando como una barrera a la expansión y la velocidad de transferencia (no puede servir más de 5 millones de toneladas anuales), el crecimiento futuro tendrá que optar por rutas alternativas ante la saturación de este paso, incluso frenando iniciativas de comercio que se harían no rentables ante la saturación del actual paso. Las especificaciones técnicas

del proyecto permiten imaginar una operación claramente eficiente, aunque a su vez plantean desafíos mayores en términos de ingeniería civil y de ingeniería de transporte. De acuerdo a lo que se puede recoger de su sitio web (www.bioceanicoaconcagua.com), esta iniciativa tendría un trazado de 205 km y un túnel de 52,5 km. Este túnel sería uno de los más largos del mundo y su construcción sería un gran desafío para las capacidades de gestión de proyectos de gran envergadura para ambos países (más allá de que la iniciativa sea privada).

El inicio de ruta en el lado argentino estaría en la localidad de Punta de Vacas, a unos 2.400msnm y en el lado chileno estaría en Saladillo, a unos 1500msnm. De acuerdo a lo que señalan sus impulsores, esta nueva ruta podría llegar a servir más de 70 Millones de toneladas al año sin interrupciones. Adicionalmente, sus impulsores señalan que habría importantes ahorros energéticos por tonelada de carga transportada (debido entre otras cosas a la disminución de trepada y de pendientes), menor accidentabilidad y reducción de tráfico de camiones en las vías alternativas, reduciéndose significativamente el tiempo y costo de viaje.

Más allá de si los parámetros de beneficios de este proyecto son precisos o no, hay un elemento fundamental en la decisión de implementación (de este u otros proyectos de corredor bioceánico), que es la importancia geopolítica de la decisión. En efecto, al igual que en los casos de la apertura del Canal de Panamá en 1914 o las carreteras interestatales del presidente Eisenhower en 1956, los impactos de largo plazo, estratégicos y geopolíticos son muy difíciles de cuantificar en una evaluación de proyectos, y más aún si ésta es la antigua metodología de evaluación social de proyectos vigente en Chile. En todo caso, nos queda claro que el desarrollo económico y social de América Latina depende fuertemente de la eficiencia logística alcanzada en su comercio internacional, y en ello tenemos la posibilidad de dar un salto significativo al cambiar el patrón de comercio internacional a través de nuestro propio territorio. **LGT**

QUE EN PAZ DESCANSE EL JUST IN TIME EN MINERÍA

Vladimir Rodrigo Vergara Roldán
 Profesor de Gestión de Procesos Logísticos para Proveedores de la Minería - PUC



Este nuevo concepto tiene relación directa con la optimización de los costos en los servicios tercerizados.

Según estudios de costos realizados sobre 40 compañías productoras de minerales de todo el mundo se registraron aumentos significativos en los gastos de operación. Algunas de las razones que explican este incremento en el período se relacionan principalmente al aumento en los precios de los principales insumos utilizados por la minería, tales como: energía, acero, mano de obra y costos de servicios de contratistas. Acompañando estas alzas se ha observado un aumento sistemático en el plazo de entrega de equipos mineros como camiones, neumáticos, palas, chancadores y molinos.

Así mismo, el descenso de la ley de mineral de las operaciones existentes y leyes más bajas de los nuevos proyectos mineros, en comparación a proyectos que iniciaron producción en la década de los '90, se traduce en: **■ Una mayor extracción de material a futuro ■ Las mayores distancias de transporte y las características actuales del mercado de bienes de capital e insumos para la minería tienen como efecto el aumento de los niveles de inversión de nuevos proyectos y mayores gastos de operación de las compañías mineras.**

LA LOGÍSTICA COMO FACTOR CLAVE EN LA GESTIÓN DE MEJORA DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN EN MINERÍA.

A partir de lo anterior queda claro que la Minería está obligada a experimentar cambios, en vista de las transformaciones que experimentarán la extracción y el procesa-

miento. En caso que no se aborde, se corre el riesgo que la logística de entrada se constituya en un problema de costo, ya que con el afán de sostener la operación se incurrirán en sobrecostos.

Estos cambios impulsan la redefinición de la Estrategia Logística, al menos en los siguientes aspectos:

1 Al servicio de la Continuidad Operacional: El valor agregado en minería está en las operaciones, por lo que el foco de la logística es la continuidad operacional. Tiempos cortos de respuesta para stock de alta rotación y de alta disponibilidad para stock de baja rotación.

2 Integración con Proyectos Estructurales: La viabilidad de largo plazo requiere que la logística sea parte de los proyectos estructurales, en su desarrollo y en su operación.

3 Especialización de la Logística: La logística no es parte del core de la minería, por lo que la operación de logística debe estar en manos de especialistas, lo que se evidencia en infraestructura, equipamiento, tecnología y capital humano especializado.

4 Logística como fuente de ventaja competitiva de costos: Una vez fijado el nivel de servicio a usuarios, la minería requiere una logística muy eficiente, expresada en los costos totales de operación y en el total de activos que consume. En este sentido, es clave considerar que la minería exige continuidad operacional de sus faenas de extracción y de tratamiento; por lo que los costos deben contemplar esa exigencia.

AL ALERO DE LOS PROCESOS MINEROS Y DE LAS NECESIDADES QUE ESTA INDUSTRIA REQUIERE EN MATERIA LOGÍSTICA, OBSERVAMOS EL NACIMIENTO DE UN NUEVA FILOSOFÍA DENOMINADA JUST BEFORE TIME, LA QUE ESTIPULA QUE EL OPERADOR DEBE ANTICIPARSE -AÚN MÁS- A LAS NECESIDADES DE ESTE SECTOR



Proyecto Entreplanta SVL



Drive In - Cámara de Frío



SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO

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
Obras Civiles

STOCK
DISPONIBLE
entrega inmediata

ventas@servylog.cl
www.servylog.cl




Apiladores Eléctricos
con tecnología Europea

Línea Manual
Semieléctrica
Autopropulsada

Equipos Refaccionados
de diferentes modelos
y marcas europeas

Reack Truck



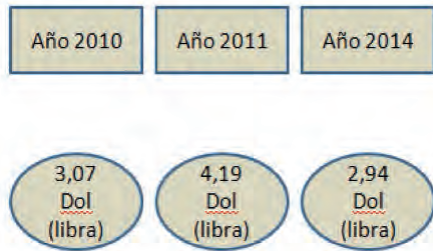
 Santiago

Av. Río Palena 9677, Pudahuel, Centro de Negocios ENEA, Tels.: Central 56 (2) 2437 5170 / Ventas 2437 5198/ www.servylog.cl

 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.

5 Integración con proveedores: Para alcanzar los niveles de servicios y el nivel de costo requerido, es clave incorporar a los proveedores en la coordinación de las operaciones de la logística.



Variación Precio Cobre 2010-2014.

LOS DESAFÍOS PENDIENTES EN LA GESTIÓN DE PROCESOS LOGÍSTICOS EN MINERÍA

78

La época de bonanza en la Minería se terminó el año 2012 y las empresas proveedores de la minería, tienen el rol de suavizar e intervenir sus procesos propios, con el afán de rentabilizar sus servicios y convertir las ineficiencias en mejoras en la reducción de costos; y por tanto se generen ahorros significativos, que sean contribuyentes al ciclo económico futuro del negocio minero, tanto para el Mandante como para el mismo Proveedor.

De lo anterior, los procesos logísticos de los proveedores de la minería son claves, a la hora de poder tener un control real de los costos. Y las mejoras de estos procesos claves, solo se lograrán, sí o solo sí, los Proveedores realiza un continuo Scan a nivel Estratégico y Táctico de sus procesos logísticos.

A NIVEL ESTRATÉGICO: ■ Segmentación de la Cadena de Abastecimiento, según las diferencias del perfil de demanda (planificables y no planificables) de los distintos materiales, de manera de dar respuestas precisas a los distintos requerimientos de los usuarios ■ Coordinación y Cooperación

entre los distintos agentes de la cadena, en particular los usuarios, los proveedores y los que gestionan y operan la logística, de manera de reducir las detenciones, y así darle fluidez al flujo de materiales ■ Visibilidad de la Información a lo largo de la cadena de abastecimiento, en tiempo real, con el objeto que todos los agentes que participen, se enteren en línea sobre un evento que se produzca en algún punto de la cadena, y así puedan responder en tiempos cortos, y por tanto, en forma oportuna. Así se reducen los costos, por efecto de menores errores.

A NIVEL TÁCTICO: ■ Segmentación de cadenas de abastecimiento para responder a las diferencias entre insumos, repuestos, partes de equipos especializados y materiales de oficina, entre otros.

Por una parte están los materiales que tienen una demanda estable en el tiempo, y su manipulación y volumen no justifican almacenaje intermedio, además que son esenciales para la continuidad operacional. (combustibles, bolas de molino, cal, entre otros).

También están los materiales de consumo estable en el tiempo pero que son sujeto de almacenaje, como por ejemplo implementos de seguridad del personal. Aquí también califican los materiales de demanda incierta, muy relevantes para continuidad operacional, y con tiempos de respuesta largo, por parte del proveedor, como piezas fundidas y repuestos de equipos especializados.

Finalmente, están los materiales con demanda estable y que no requieren almacenaje en la división, ya que los tiempos de respuesta del proveedor son bajos, y no determinan la continuidad operacional, como por ejemplo, artículos de oficina.

A NIVEL TÁCTICO: ■ Número reducido de puntos de almacenaje (puntos de detención del inventario) ■ Así se apoya la reducción de los niveles de inventario y el aumento de la disponibilidad de materiales, para no comprometer la continuidad operacional. De esta manera se busca privilegiar la continuidad operacional, suministrando los materiales críticos para la operación en

tiempos cortos y en cantidad suficiente ■ Restringir flujo de devoluciones, con el propósito de evitar sobre-costos, y el deterioro del nivel de servicio. Se trata que el sistema logístico esté en condiciones de cumplir los compromisos con los usuarios, para lo cual debe planificar y programar sus entregas ■ Alta visibilidad de la información a lo largo de la cadena de suministro:

■ Cada decisor en la cadena debe disponer de la información para responder en forma precisa y oportuna. De esta manera aquí se incluye la información de stock almacenado (cantidad y ubicación dentro de la bodega), además de las entradas y salidas de centros de distribución. También la mercadería en tránsito, independiente de la modalidad de transporte.

A NIVEL TÁCTICO: ■ Entrega de creciente responsabilidad sobre el inventario y su disponibilidad a los proveedores, de manera de reducir el inventario total en toda la cadena logística, incluyendo el que manejan los proveedores, ya que ello a su vez, reducirá los precios de adquisición de los materiales. Lo anterior es posible ya que se reduce en forma importante el efecto que produce los excesos de inventario en la cadena logística. Just Before Time en la Minería Chilena.

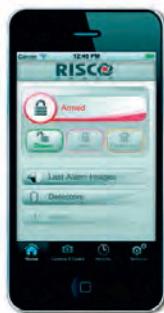
En consecuencia a la evolución de la pronta entrega de materiales en la cadena de abastecimiento en logística minera y su cumplimiento hacia el cliente, a futuro deberá evolucionar conjuntamente con la masificación de las operaciones 4PL de los proveedores de la minería, desde un concepto hoy internalizado de JUST IN TIME - JUSTO A TIEMPO(JIT) a uno evolucionado de JUST BEFORE TIME - JUSTO ANTES DE TIEMPO(JBT); ya que el empuje deberá fluir con la sofisticación de las herramientas de gestión, tecnología, conectividad, profesionalización de los servicios, estandarización de procesos y reducción de los costos logísticos que busquen la generación de ahorros, por los cuales serán evaluados, desde ahora en adelante, los proveedores de la minería.

LGT



LightSYS™ 2

Flexible Hybrid System



Proveedor
Exclusivo para
ARTILEC

**Controlar la seguridad de su empresa
en la nube, ahora no tiene costo adicional**

Pruebe hoy, **Automonitoreo+Cloud**



Mesa Central: (56 2) 22407500

Artilec Casa Matriz: Santa Marta de Huechuraba 6570 - Santiago, Chile.

Sucursal: Sucre 1828, Nuñoa - Santiago, Chile.

ARTILEC

Seguridad Electrónica

www.artilec.cl

ESTRATEGIAS DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS

Eugenio Caldentey



La preparación de pedido, o picking, consiste en la selección de un número de ítems desde sus ubicaciones de almacenamiento para satisfacer distintas órdenes de pedido de clientes independientes. Corresponde a una función de la cadena logística que puede representar hasta el 65% de los costos totales de operación de un centro de distribución normal.

El objetivo detrás de un buen sistema de picking, es poder lograr, simultáneamente, una reducción de los costos de separación de la mercadería y un aumento de la velocidad de procesamiento de los pedidos. La finalidad de este artículo es presentar cinco heurísticas de picking y comentar su utilidad en función de algoritmos computacionales más sofisticados.

Aunque parezca un proceso relativamente fácil de llevar a cabo, la separación de productos en un almacén tiene un impacto muy relevante en la estructura de costos en la empresa. El sistema de picking de un proceso logístico determina la ruta de recorrido del trabajador – u operador de piso – en la recolección de los productos de una orden de pedido; en particular, la secuencia en que los ítems son seleccionados desde sus ubicaciones de almacenamiento. Generalmente, los sistemas de picking se definen como procedimientos heurísticos basados en reglas de operación de sentido común más que en métodos matemáticos exactos, los cuales, si bien son óptimos, también son de alta complejidad y difíciles de implementar.

También, es importante destacar que el layout de la bodega es un factor importante en la definición de la mejor política de pic-

king a emplear. En este sentido, debe hacerse la distinción entre un centro de operación manual versus uno automatizado o semi-automatizado; esta consideración tiene un efecto demasiado importante en la estrategia de picking a seguir. En bodegas o centros de distribución de operación manual, es común ver amplios pasillos en las áreas de almacenaje, para que puedan circular dos grúas en sentido contrario o porque en general los equipos utilizados son grúas contrabalanceadas – de menor complejidad y costo – las que requieren de mayores radios de giro para su operación.

El ancho de pasillo es un factor importante a considerar en la selección del sistema de picking porque podría ser deseable, o no, que los operadores de bodega, durante el proceso de separación, se muevan de una cara a otra para ir recolectando productos versus a limitar la recolección a una sola cara por sentido de viaje. Obviamente, a mayor ancho de pasillo los tiempos de estos “traslados” entre caras, consume un mayor tiempo en la separación de las mercaderías. Por el contrario, en almacenes automatizados, los pasillos son generalmente más angostos, al punto que el ancho del pasillo es igual al ancho de la grúa, estos ambientes de operación permiten hacer un proceso de picking por ambas caras en forma más eficiente sin embargo tienen mayores restricciones en cuantos a los flujos de equipos y personal y por lo tanto, dichas restricciones deben ser incorporadas en la estrategia de picking.

De igual forma, aspectos del layout y dimensiones de la bodega (rectangular versus cuadrada), ubicación del centro de opera-

LAS MANIOBRAS DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS SON, SIN LUGAR A DUDAS, UNA DE LAS ACCIONES MÁS IMPORTANTES Y DEMANDANTES AL INTERIOR DE UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN (CD), RAZÓN POR LA CUAL ES IMPORTANTE CONOCER AQUELLOS ASPECTOS QUE TIENEN INFLUENCIA EN SU PERFORMANCE Y ALGUNAS DE LAS ESTRATEGIAS QUE TORNAN ESTA ACTIVIDAD MÁS EFICIENTE

ción desde donde salen los operadores de bodega a realizar el picking y ubicación de las áreas de despacho donde son dejados los productos separados, así como el número de líneas promedio por picking son variables que inciden muy fuertemente a la hora de seleccionar la mejor estrategia de picking.

LAS ESTRATEGIAS O MÉTODOS DE PICKING MÁS DIFUNDIDAS SON:

PICKING TRANSVERSAL: Una de los métodos de picking más sencillos que se conocen es la estrategia transversal, que se muestra en el diagrama de más abajo. Una ruta transversal corresponde a un recorrido donde el operador de bodega entra a un pasillo por uno de los extremos y sale por el otro, siempre y cuando el pasillo contenga productos para recolección.

PICKING CON RETORNO: El picking con retorno es otro de los sistemas más simple de separación. Una ruta de retorno consiste en que el operador de bodega entra y sale de un pasillo por el mismo extremo, siempre y cuando el pasillo contenga productos para la separación.

PICKING DEL PUNTO MEDIO: En esta estrategia de picking, la bodega - o mejor dicho la zona de almacenamiento) – se divide en dos mediante una línea imaginaria (ver diagrama). El operador de bodega sólo tiene permitido acceder hasta la mitad del pasillo y luego debe devolverse por el extremo que usó para entrar al pasillo. En otras palabras, el sistema de picking del punto medio es similar a la estrategia de picking con retorno, pudiendo acceder a un pasillo por cualquiera de sus extremos, siempre y cuando exista producto a recolectar en esa parte del pasillo.

PICKING DE MAYOR GAP: Esta estrategia es similar al método de picking del punto medio con la diferencia que el operador de bodega entra en un pasillo tan lejos como



la mayor “gap” de distancia en tal pasillo. El gap representa la separación que existe entre dos productos adyacentes, entre el primer producto de separación y el extremo inicial del pasillo, o entre el último producto de separación y el extremo final del pasillo.

Si el gap mayor se encuentra entre dos productos adyacentes, el operador de bodega realiza un picking de retorno por ambos extremos del pasillo. En caso contrario, se realiza un picking de retorno por alguno de los extremos del pasillo (por aquel en que el recorrido es menor). El mayor gap en un pasillo corresponde a la porción del pasillo en que el operador de bodega no recorre o evita.

PICKING COMPUESTO: La estrategia del picking compuesto combina las mejores características de las estrategias de picking transversal y con retorno. El método de picking compuesto minimiza la distancia que viaja un operador de bodega entre los puntos de recolección más lejanos en dos pasillos adyacentes.

En la práctica, existen algoritmos de optimización que mejoran considerablemente más los resultados de picking que las heurísticas presentadas anteriormente. Sin embargo, estos algoritmos deben ser corridos por sistemas computacionales dado la complejidad de cálculo que requieren. Lo que se observa, es que un algoritmo óptimo es un

híbrido entre la estrategia de picking transversal y la estrategia de picking de mayor gap. Es importante destacar, eso sí, que en determinadas ocasiones y en ambientes de operación específicos, las heurísticas de picking pueden proveer soluciones muy cercanas al óptimo con la ventaja adicional de su simpleza de aplicación, facilidad de operación y generalmente son más intuitivas para el personal de bodega que las ejecuta. **LGT**

TECNOLOGÍAS QUE ACOMPAÑAN AL PICKING

“PICKING MEDIANTE VISIÓN”: Tecnología que consiste en la utilización de lentes inteligentes y realidad aumentada en un almacén. Los gráficos mostrados en los lentes guían al personal, a través del CD para acelerar el proceso de picking y reducir errores.

“VOICE PICKING”: Se trata de un dispositivo compuesto por un micrófono, audífonos y un pequeño soporte que contiene la información que necesita un operario para realizar sus tareas de Picking. Este artefacto tiene la función de dictar a la persona el pedido que debe seleccionar, esta persona a su vez debe verificar que realizó lo solicitado por el dispositivo y confirmarlo para que el sistema archive la acción hablada y continúe con las demás tareas de un operario.

“PICK-TO-LIGHT”: Este sistema permite al operario conocer de forma rápida e intuitiva la ubicación y cantidad exacta de la operación a llevar a cabo (pick/put) a través de LED's luminosos y displays que muestran la cantidad demandada y forzando la confirmación en cada recogida o pick de artículo.

EL RETO

INTERNACIONALIZACIÓN: LA CLAVE PARA EL GRAN SALTO



en especial del punto de vista de la generación de empleo.

Dada la importancia de este sector, entidades públicas y privadas han buscado y trabajado en aras de encontrar las claves que ayuden a potenciar el crecimiento y posicionamiento de estas pequeñas y medianas empresas en la economía, de la mano de la exportación de sus productos y servicios.

Es así como desde el Gobierno se dio a conocer el Plan para Potenciar las Exportaciones de las Pymes, anunciado en diciembre pasado por el Ministro de Economía, Fomento y Turismo, Luis Céspedes y el Director de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon), Andrés Rebolledo.

El plan consigna cuatro ejes principales: Agilización de los trámites; adecuación normativa; fomento y financiamiento de las exportaciones; y la creación del Consejo Público-Privado para la Competitividad Exportador. Asimismo, destaca además la asignación de cerca de US\$1,4 millones en el presupuesto 2015 de ProChile para potenciar las exportaciones de las Pymes del sector industrial y de servicios.

Tras los anuncios, Andrés Rebolledo, ahondó con Logistec sobre los alcances de estas medidas públicas, asegurando que como gobierno “tenemos el enorme desafío de apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, aquellas que hoy aportan el 37% del empleo nacional, que son el sustento de las familias chilenas, pero que debido a su tamaño, a su capacidad productiva y a los altos costos que deben asumir, no participan suficientemente en nuestro comercio exterior”.

Según la entidad estatal, en 2012 las Pymes representaron el 49% del total de empresas exportadoras nacionales. No obstante, su contribución en términos de valor exportado fue muy baja, ya que sólo alcanzaron el 2,1% de las exportaciones totales. A este respecto, el titular de la Direcon enfatizó que “queremos que esta participación crezca, para que las

Pese al gran valor y relevancia de que tienen las Pymes a nivel nacional, en términos de exportación su participación aún es escasa. Según la clasificación 2012 del Servicio de Impuestos Internos, de las casi 197 mil Pymes que tiene nuestro país, menos del 2% ha realizado ventas en el exterior, y apenas 1,4% lo ha hecho por un monto superior a US\$ 1 millón. Revertir esta situación es el gran desafío tanto del sector público como privado.

“Apoyo y más apoyo”. Esta parece ser la consigna que busca motivar la internacionalización comercial de las pequeñas y medianas empresas nacionales. Incentivar la relación de las Pymes con los mercados extranjeros busca potenciar a estas empresas, cuya importancia en la economía chilena es fundamental,

2° Congreso Latinoamericano Tecnología y Negocios

8 y 9 de Julio 2015

Espacio Riesco, Santiago, Chile



... un punto de encuentro

<http://congreso.chile-digital.com>

Pymes aprovechen los beneficios de la vasta red de acuerdos comerciales alcanzados por el país. Queremos hablarle a ese 98% de las Pymes que aún no exportan –según las cifras del SII a 2012- y para eso, estamos focalizándonos en una primera etapa en los sectores de Industrias y Servicios. Queremos llegar más y mejor a los mercados globales, logrando un aprovechamiento integral de nuestros recursos, y las Pymes tienen un rol fundamental en ese propósito”.

DESDE LA OTRA VEREDA

“Abrir caminos” es lo que a juicio de Rafael Cumsille, Presidente de la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile (Conapyme) es la tarea principal de las entidades, tanto públicas como privadas, para potenciar la exportaciones de las Pymes y por ende impulsar el desarrollo comercial y económico de este sector empresarial y así contrarrestar los problemas que afectan la capacidad competitiva de estas empresas en el mercado internacional.

En esta línea, el líder sectorial lamentó el hecho que “ni el 3% de las empresas Pymes son exportadoras en el país”, cifras que se espera revertir con estas iniciativas de impulsos, transformándose así en el principal desafío económico a nivel país. ¿Pero qué necesitan las Pymes para salir al mercado internacional? Ante esta interrogante, Cumsille señaló que los principales problemas que enfrenta el sector es la falta de financiamiento para las distintas áreas que conlleva una exportación.

“Hay que contar con recursos de financiamiento para poder preparar los productos a exportar y luego esperar el retorno. Además, exportar requiere de un stock mínimo establecido, que por lo general es mayor a la cantidad de productos que manejan las Pymes”, expresó. El contar con un stock menor ha llevado por años a las pequeñas y medianas empresas a vender a grandes compañías exportadoras sus productos, quienes cuentan con las condiciones y el

respaldo financiero para comercializar con los clientes internacionales. Es así como las Pymes han salido al mercado exterior desde la plataforma y vitrina de las grandes empresas.

Sin embargo, pesa al bajo número de pequeñas y medianas empresas exportadoras, el presidente de la Conapyme valoró el trabajo realizados por entidades como ProChile; sin embargo, instó a todas las autoridades e instituciones públicas a “materializar y concretar las promesas y discursos”. “ProChile ha cumplido una buena función en cuanto a potenciar a Chile como un país exportador, en países donde nuestros productos eran desconocidos. Sin embargo, en muchas giras de carácter comercial las Pymes participan muy poco y generalmente se ven a las empresas tradicionales”, argumentó.

Es así como Cumsille aseguró que una de las medidas que serían efectivas en esta materia es impulsar una “política agresiva” con el fin de potenciar a las Pymes, “logrando financiamiento, apoyándolos, orientándolos de manera de conocer a los potenciales compradores en el exterior”.

En otras palabras, el líder sectorial llamó a “tener una política y no un discurso”. “Las Pymes son una excelente bandera de lucha en ciertas oportunidades en Chile, pero los discursos hay que concretarlos y en esa línea está brindar apoyo y abrir caminos a las pequeñas empresas”. Asimismo, instó a los empresarios a “juntarse, ya que la asociatividad es la clave. El empresario pequeño es muy individualista y ese es un problema”. “Hemos participado en muchas reuniones con el sector económico y he escuchado sus posturas y proposiciones y en el papel se ven muy bonitas. Una cosa son las buenas intenciones y otra es que eso se realicen y concreten”, enfatizó.

¡A TRASPASAR FRONTERAS!

Tras su análisis, Rafael Cumsille recaló que el gran desafío de Chile como país exporta-

dor “es que se puedan instalar a las empresas pequeñas y medianas en el marco del comercio exterior” con sus características, cualidades y diferencias.

Todas las iniciativas propuestas por la Confederación busca revertir la actual situación del sector, ya que -según su titular- “Chile no puede vivir con cerca de 300 empresas que exportan cerca del 90 % de los productos. La importancia de impulsar la participación de las Pymes radica, por una parte, en su rol en la economía chilena como generadora de empleos y que han perdido porcentaje de mercado interno, alcanzando hoy sólo cerca del 15%”.

En esta línea, Andrés Rebolledo, enfatizó en que: “Queremos que las Pymes sepan que ProChile -así como en las otras instituciones estatales involucradas en este proceso- es un aliado estratégico y estamos para apoyarlas a traspasar las fronteras”.

Es así como el apoyo, la orientación y las distintas iniciativas tendientes a facilitar y potenciar el intercambio comercial no busca más que el éxito de las pequeñas y medianas empresas.

Finalmente, el director de la Direcon citó los resultados de un estudio realizado por IHS y DHL Express, donde el comercio y la cooperación internacional se consideran factores claves para que las empresas sean exitosa; puntos a considerar cuando se habla de crecer económicamente como país.

“De acuerdo a ese monitoreo realizado a directores de Pymes de las economías del G7 y BRICM (Brasil, Rusia, India, China y México), las empresas que participan en mercados internacionales tienen el doble de probabilidades de éxito, respecto de las que sólo venden en un mercado local. Asimismo, evidencian mejores rendimientos, llegan a nuevos mercados, tienen acceso a know-how y a la tecnología y la diversificación de sus productos y servicios”. **LGT**

BOREAL TECHNOLOGIES

SOCIO DE NEGOCIOS DE ZEBRA
TECHNOLOGIES EN ARGENTINA,
CHILE Y BRASIL



info.ar@borealtech.com
www.borealtech.com
Tel: +56 2 2378 9539

SEMINARIO “GESTIÓN DE COMPRAS Y ABASTECIMIENTO 3.0”



De cara al cambiante escenario económico mundial que se espera en 2015, las empresas tendrán como desafío mejorar sus márgenes mediante la adecuación de sus costos operativos y aumentar la eficiencia a través de la innovación, especialmente aquellas que deben lidiar con el manejo de inventario y cadena de abastecimiento.

Para preparar a las diferentes industrias frente al nuevo escenario, el pasado 20 y 21 de Enero, la empresa Seminarium organizó un concurrido seminario para ejecutivos y gerentes del área de Supply Chain Management, Retail y Abastecimiento. A esta tercera versión del evento, que se realiza en conjunto con el Instituto Tecnológico de Monterrey, asistieron cerca de 60 ejecutivos del área.

Durante el encuentro se realizó un análisis profundo sobre la evolución de la función de compras, evaluación y selección de proveedores, técnicas de negociación, manejo de contratos, desarrollo de talentos y temas éticos. En tanto, el expositor del evento fue Manuel Farías, MBA del Tecnológico de Monterrey y especialista en logística, transportes, cadena de suministro, abastecimientos, negocios internacionales

e innovación; además, reconocido con el premio a la Labor Docente del ITESM Campus Monterrey.

Respecto del evento, la gerente general de Seminarium, Carola Dañoibeitia, enfatizó que “en momentos de incertidumbre, es fundamental transformar el proceso de abastecimiento en una ventaja competitiva, ya que de lo contrario podría provocarse un daño severo en la organización. Es primordial que la inversión sea efectiva y se presenten la menor cantidad de costos posibles”.

Dentro de las sesiones que se realizaron destacaron: “La Evolución De La Función De Abastecimiento”, “Negociación – Técnicas Y Herramientas”, “Suministro Estratégico” y “El Futuro De Las Compras”. Además, cada bloque finalizó con actividades como análisis de casos, discusiones y reflexiones grupales. **LGT**

PURPLU INAUGURA NUEVAS OFICINA EN SECTOR ORIENTE DE SANTIAGO



87

Con la presencia de sus principales clientes y prospectos, Purplu celebró la inauguración de su nueva oficina comercial, ubicada en calle los Diamelos en la comuna de Providencia. El encuentro se transformó en el momento propicio para estrechar relaciones comerciales y disfrutar de un momento distendido.

Con esta nueva casa comercial, Purplu -empresa chilena de tecnología, dedicada a la trazabilidad y logística en tiempo real- comienza con fuerza este 2015.

Para ampliar sus servicios y potenciar fuertemente el equipo comercial, Purplu se instaló en esta vivienda de 200 m², donde se habilitaron espacios de cooperación con partners tecnológicos y showroom de soluciones de softwares logísticos, los cuales

-en esta oportunidad- fueron presentados a los asistentes. En esta nueva instalación, el equipo comercial creció al triple para entregar una mejor asistencia a los clientes y consolidar un servicio de clase mundial, los que al mismo tiempo “permiten habilitar espacio de conversación con clientes”, según comentó Raúl Aránguiz, Ceo de Purplu.

Según el ejecutivo este cambio va en la búsqueda de crear un lugar accesible para sus clientes y una consolidación de HQ

para salida de sus operaciones al extranjero, iniciativa que ya se encuentra en marcha a través de Colombia, Perú y Panamá. Ante este panorama, Aránguiz enfatizó que la empresa espera consolidar este 2015 “el buen momento por el que pasan las ventas locales y dar el primer paso para internacionalizar las operaciones al extranjero”.

ALOG Chile A.G., socio de la Federación Internacional de Asociaciones de Agentes de Carga – FIATA, dictará a partir de marzo de 2015 el Diplomado Internacional en Gestión de Transporte y Logística, máximo estándar de conocimiento y capacitación práctica en la industria, reconocido a nivel nacional e internacional.

ASOCIACIÓN LOGÍSTICA DE CHILE DICTARÁ DIPLOMADO INTERNACIONAL

La Asociación Logística de Chile A.G., preocupada por la constante profesionalización de los actores de la cadena logística y de comercio internacional del país, comenzará a dictar a partir de marzo de 2015 el Diplomado Internacional en Gestión de Transporte y Logística, programa que cuenta con acreditación internacional otorgada por la Federación Internacional de Agencias de Carga y Transporte (FIATA) y, a nivel nacional, por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), entregando un doble título a quienes completen exitosamente los requisitos de aprobación.

En este contexto, el pasado viernes 16 de enero ALOG Chile finalizó el programa "Train the Trainer (TOT) program from FIATA", el cual tuvo por objeto capacitar y certificar a quienes serán los futuros facilitadores de los contenidos del Diplomado Internacional.

De esta forma, los futuros facilitadores de los distintos módulos recibieron instrucción por parte de cuatro representantes de FIATA, en cada uno de los aspectos metodológicos y técnicos que requiere este Diplomado. Los Instructores Internacionales, fueron Sr. Thomas Sim de Singapur, Chairman del Advisory Body Vocational Training de FIATA ; Sr. Uwe Schick de Alemania, Director de Estudios y Jefe del Departamento de Forwarding y Logística y Profesor Superior de la Universidad de Julius- Leber- Schule



en Frankfurt, Alemania; Dr. Vincent Valentine de Inglaterra, Economista de Transporte de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y el Dr. Peter Wong, BSc (Hons), MSc, Med, PhD del Departamento de Logística y Estudios Marítimos de la Universidad Politécnica de Hong Kong.

Así, la Asociación Logística de Chile A.G. ya está preparada para dictar este prestigioso plan de estudios, el cual está dirigido a todos los profesionales vinculados con las cadenas logísticas comerciales a nivel internacional. En el caso de empresas productivas, a los encargados del área de logística. En las

empresas prestadoras de servicios de transporte (navieras, ferroviarias y aéreas) a las áreas comerciales y de marketing. También a las Agencias de Carga, Agencias Aduanales y, en general, a operadores logísticos que contratan servicios de terceros para armar cadenas logísticas para sus clientes.

A su vez, para las entidades públicas y académicas, este Diplomado representa una ventana para comprender la manera en que operan las compañías comerciales, dándoles mayor sensibilidad y acercamiento al mundo operativo, en sus tareas de regulación y academia.

alog



chile

asociación logística A.G.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATOLICA
DE VALPARAISO



Diplomado Internacional en Gestión de Transporte y Logística

El Diplomado Internacional en Gestión de Transporte y Logística cuenta con acreditación internacional otorgada por la Federación Internacional de Agencias de Carga y Transporte (FIATA) y, a nivel nacional, por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), entregando un doble título a quienes completen exitosamente los requisitos de aprobación.

El objetivo del programa es entregar conocimientos y herramientas del más alto nivel a las personas que tienen un grado de responsabilidad en las operaciones y en la toma de decisiones logísticas dentro de las empresas o bien para sus clientes.

El plan de estudios conducente a la obtención del Diplomado consiste en la aprobación de los 8 módulos del programa, en un plazo de 2 años corridos desde la ejecución del primer módulo. No obstante, cada Módulo, en forma independiente, es considerado un curso en sí, por lo que aprobarlo, conlleva la certificación en dicha área.

El Diplomado está dirigido a todos los profesionales vinculados con las cadenas logísticas comerciales a nivel internacional:

- Operadores logísticos
- Encargados del área de logística
- Encargados áreas comerciales y de marketing
- Agencias de Carga
- Agencias Aduanales

Módulos del Diplomado

1. Introducción al Agente de Carga
2. Transporte Marítimo y Aguas Interiores
3. Transporte Aéreo
4. Transporte Terrestre y Ferroviario
5. Multimodal y Logística
6. Mercancías Peligrosas, Seguros y Safety and Security
7. Procedimientos Aduaneros
8. TICs en el Agenciamiento de Carga.

GS1 Chile, es parte de una organización mundial que desarrolla estándares globales para la identificación de productos y servicios, lo que permite a las empresas mejorar la eficiencia de su cadena de abastecimiento y la de sus socios comerciales mediante la incorporación de información útil en el intercambio comercial.

EL CATÁLOGO ELECTRÓNICO DE PRODUCTOS DE GS1 CHILE: UNA HERRAMIENTA EFICIENTE Y EFECTIVA



90

El trabajo permanente de GS1 Chile, es otorgar un servicio de calidad para entregar una comunicación eficaz entre todos los participantes de la cadena, es por ello que en el año 2001 creó el Catálogo Electrónico de Productos (CATE), con la finalidad de otorgar un sistema para la calidad de la información.

CATE, es una herramienta tecnológica que permite a las empresas usuarias consultar, solicitar, modificar o eliminar códigos de barras, posibilitando al mismo tiempo a quienes lo requieran, acceder de manera rápida, segura y confiable a la información de productos inscritos y a su información logística asociada. Cuenta con una Base de Datos centralizada, donde los datos se obtienen al momento que las empresas inscriben o solicitan sus códigos de barras GS1, asocia el GTIN a los atributos de los productos y la

relación entre éstos y sus embalajes, permitiendo llevar un control histórico de los códigos asignados, para evitar duplicidad de datos. También permite manejar fotos de productos, con la finalidad de facilitar la identificación e interpretación de los datos. Los objetivos de CATE son facilitar y apoyar la alineación de datos, la implementación de proyectos de Comercio Electrónico y la operación de GS1 Chile, haciendo que la interacción con los usuarios sea más expedita y confiable. Asimismo ayuda a generalizar estándares de identificación de productos y de locaciones.

Actualmente la plataforma de CATE cuenta más de 500.000 productos categorizados y 1.200.000 productos registrados, inscribiéndose alrededor de 6.000 códigos nuevos mensualmente. Es el mayor Catálogo de Productos del comercio vigente en el país, contiene códigos de productos y códigos para envase y empaque de productos, además cuenta con más de 6 mil visitas mensuales que hacen alguna operación en él, más las visitas de sólo de lectura.

Entre los beneficios para proveedores que entrega esta plataforma, está que ayuda a eliminar la digitación de atributos logísticos en el portal de los clientes, facilitándoles el alineamiento de base de datos con sus clientes, también disminuye el papeleo y burocracia para incorporación de productos en las maestras de sus usuarios, aumenta la visibilidad de los productos en el mercado nacional e internacional y permite la administración de su codificación en forma eficiente y ordenada.

Asimismo otorga ventajas para supermercados, mayoristas, etc., ya que es una fuente única y confiable de información logística basado en estándares, estableciendo bases para un ciclo de abastecimiento electrónico seguro y confiable. Del mismo modo reduce el tiempo destinado a la creación y actualización de productos en la maestra, y proporciona una trazabilidad exitosa mediante la identificación única de los productos.

CATE posee una serie de funcionalidades en apoyo de la industria. Así se encuentra la solicitud e inscripción de códigos de productos (proveedores), en que todas empresas asociadas al sistema de codificación pueden realizar solicitud de códigos mediante la aplicación Web, además todas sin excepción, pueden publicar sus productos en la plataforma. Por otra parte, está la consulta y bajada de datos de productos, donde proveedores y otros usuarios pueden realizar consultas en línea por atributos de producto, por empresa o por categoría, con bajada de datos restringida según tipo de usuario. También permite efectuar consultas vía webservice, que permite consultas por sistemas computacionales.

De la misma forma, está la solicitud e inscripción de códigos de locación que permite realizar solicitud de códigos de locación a través de la Web a las empresas asociadas al sistema de codificación; y la consulta y bajada de datos de locaciones en que la bajada de datos está restringida según tipo de usuario. Ambas funciones están disponibles para proveedores y otros interesados.

Una delegación de 13 gremios empresariales y tres empresas, visitaron Guatemala -en enero pasado- en el marco de la gira que realizó la Presidenta Michelle Bachelet a ese país, donde sostendría una amplia agenda comercial orientada a profundizar las relaciones económicas con sus pares guatemaltecos.

CHILE Y GUATEMALA BUSCAN NUEVAS OPORTUNIDADES PARA INCREMENTAR EL COMERCIO Y LAS INVERSIONES

Representantes de los distintivos sectores empresariales de Chile se encontraron en Guatemala, donde llevarán a cabo una amplia agenda económica – comercial para fortalecer los lazos bilaterales con empresas de ese país.

Entre los gremios asistentes se encuentran Sofofa, Asimet, Vinos de Chile, ChileNut, Asipla, Asilfa, Asexma, CPC, APA, Exporlac, Sonami, Asoex y SNA. Junto a ellos la empresa Clean Energy, Netprovider y la Cámara de la Industria Cosmética Chilena, entre otros.

Los gremios empresariales y las empresas participantes, sostuvieron una rueda bilateral de negocios con las Asociaciones y empresas de Guatemala. Asimismo, participarán de un desayuno con el Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala y de un seminario organizado por la embajada de Chile en el país centroamericano, junto a la Cámara de Industria de Guatemala.

Durante esta actividad se evaluaron las relaciones comerciales entre ambos países a cuatro años de la entrada en vigencia del Protocolo Bilateral del Tratado de Libre Comercio Chile-Centroamérica.

En la oportunidad expusieron, entre otros, el ministro de Economía de Guatemala, Sergio de la Torre; el vice ministro de Co-

mercio Exterior de Chile, Andrés Rebolledo; el presidente de la Cámara de Industria de Guatemala, Fernando López; el presidente de la Sociedad de Fomento Fabril de Chile, Hermann von Mülenbrock, y la coordinadora de ProChile -la agencia de promoción de exportaciones chilena- para América Central y el Caribe, Marcela Aravena.

CENA SABORES DE CHILE Como cierre a su visita, los gremios participaron de la cena que ofreció la Presidenta Michelle Bachelet, denominada "Sabores de Chile".

Esta cena fue preparada por la reconocida chef chilena Pilar Rodríguez, quien elaboró un menú de 4 tiempos donde los invitados disfrutaron de mariscos típicos como mejillones y ostiones, entre otros, además de salmón y cordero. Todo ello acompañado con vino chileno que maridó cada plato.

Sabores de Chile tiene como objetivo mostrar las cualidades de nuestro país como proveedor confiable de alimentos y bebidas. La particular geografía de Chile y sus barreras naturales, así como el desarrollo de su industria hacen de nuestro país un lugar único para la producción de alimentos saludables, inocuos y de calidad.

INTERCAMBIO COMERCIAL CHILE-GUATEMALA De acuerdo a cifras de la Dirección General de Relaciones Económicas de Chile, durante el año 2013, el intercambio

comercial de Chile con Guatemala totalizó US\$ 238 millones. Luego de la entrada del Protocolo Bilateral (2010) del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Centroamérica, las exportaciones chilenas se expandieron levemente el año 2011, para luego estabilizarse en torno a los US\$ 100 millones. Los envíos chilenos a Guatemala corresponden mayoritariamente a alimentos procesados.

91



En tanto, la canasta exportada desde Guatemala a Chile exhibe una fuerte concentración, donde el 90% se explica por solo dos productos: los demás azúcares de caña y los cauchos naturales, los que gracias a las concesiones arancelarias otorgadas en el acuerdo comercial, ingresan al mercado nacional chileno con cero por ciento de arancel.

Según las últimas cifras de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) sobre el transporte aéreo global de mercancías, los volúmenes de carga medidos en toneladas / kilómetros de carga transportadas (FTK) crecieron 4,2% respecto a noviembre de 2013. La capacidad creció un 3,3% respecto al mismo mes en comparación con octubre de 2014, cuando la demanda de carga registró un crecimiento saludable (0,8%).

CRECIMIENTO DE TRANSPORTE DE CARGA AEREA SE CONCENTRA EN ASIA Y ORIENTE MEDIO

Las aerolíneas de Asia-Pacífico y Oriente Medio registraron el mejor desempeño: 5,9% y 12,9% respectivamente. Ambas regiones concentraron el mayor crecimiento en el mercado global (93%): las aerolíneas de Asia-Pacífico crecieron un 55% interanual (con una cuota de mercado del 39,7%) y un 38% las aerolíneas de Oriente Medio (con una cuota de mercado del 13,3%).

92



De esta forma a finales de 2014 se registró un excelente avance, buen augurio para los mercados de carga aérea si continúa esta tendencia. El crecimiento de este sector estrechamente vinculado con el comercio mundial, se había estancado a partir de 2011 como consecuencia de la caída de la producción nacional que, a su vez, provocó una reducción del comercio mundial. En la segunda mitad de 2014 se activó del forma significativa el comercio transfronterizo (mientras que la producción industrial

nacional se mantuvo estable), lo que ha tenido un impacto positivo en los volúmenes de carga aérea.

"La mayor comercialización de productos internacionales está favoreciendo el crecimiento de la carga aérea. Era evidente que el crecimiento del sector en noviembre iba a producirse sobre todo en aquellas regiones con una actividad empresarial más dinámica y un clima más favorable para los negocios, como Asia-Pacífico y Oriente Medio. Este año esperamos que los mercados de carga aérea crezcan un 4,5%, por encima del promedio del comercio mundial (4,0%). Aunque los riesgos macro-económicos y políticos que siguen afectando los flujos comerciales ensombrecen este optimismo", dijo Tony Tyler, Director General y CEO de la IATA.

ANÁLISIS REGIONAL

Las aerolíneas de Asia-Pacífico registraron un aumento del 5,9% en los FTK y un aumento de la capacidad del 4,0%. Aunque la confianza empresarial en China se ha debilitado, las políticas gubernamentales para fomentar el consumo están teniendo un impacto positivo. Japón, aunque debilitada por un reciente aumento del impuesto al consumo, ha registrado una mejora de la confianza empresarial. Este panorama más positivo ha provocado un incremento de las importaciones en las economías emergentes de la región en los últimos seis meses. Las aerolíneas europeas vieron un pequeño

aumento del 0,9% en los FTK. La capacidad creció un 2,6%. La economía de la eurozona sigue con una tendencia plana de crecimiento ante la nueva preocupación sobre el euro y las sanciones a Rusia.

El potencial de los mercados de exportación asiáticos y norteamericanos no contrarresta el efecto negativo de la debilidad de los mercados nacionales. En Norteamérica, los FTK cayeron un 0,3% y la capacidad se contrajo un 2,6%, a pesar de la huelga en los puertos de la Costa Oeste, que derivó parte del transporte marítimo hacia el sector aéreo. Los indicadores subyacentes de la economía de Estados Unidos siguen siendo sólidos, por lo que se espera un cambio positivo en la tendencia de crecimiento.

Las aerolíneas de Oriente Medio volvieron a registrar un buen desempeño. Los FTK crecieron un 12,9% y la capacidad, un 17,1%. Los hubs de la región continúan proporcionando una sólida plataforma para conectar el transporte de carga de larga distancia.

Las aerolíneas latinoamericanas vieron una caída de los FTK del 0,7%, una muestra de la debilidad económica en todo el continente, especialmente en Brasil y Argentina. La capacidad se contrajo 0,5%.

Las aerolíneas africanas registraron una subida de los FTK del 10,5%, en línea con la tendencia positiva de meses anteriores. El factor de ocupación también mejoró con la contracción de la capacidad en un 2,9%.

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

sologistik

Solución **Logística** Integral

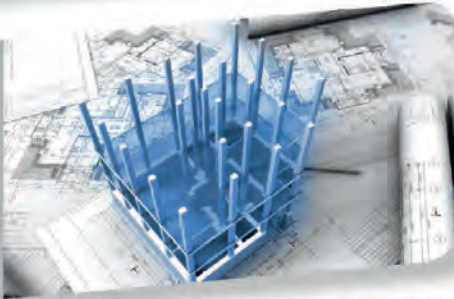
Somos una empresa que pertenece al grupo **Megacentro** y al **grupo SDI**, y que se orienta a ofrecer soluciones para todas las áreas que integran el Supply Chain de nuestros clientes.

Modelo de Negocios



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

Diseño de Centros de Distribución



Operación Logística



Tecnología y Software



Asesoría



Gestión Inmobiliaria



contáctenos: 02 2 783 2 214

www.sologistik.cl

CENTRAL BODEGAS MODERNIZA SUS PROCESOS

Uno de los proyectos más importantes para este 2015 es el nuevo centro Milagro de Nos, y junto con ello una serie de mejoras para innovar el negocio. Manteniendo el foco en el cliente como socio estratégico, la empresa se aboca a mantener el programa de fidelización, escuchando, atendiendo y solucionando las necesidades de los clientes y generando lazos de confianza.

Central Bodegas apuesta por las nuevas ideas y da respaldo a las empresas que quieren emprender, esto genera más que un negocio una alianza que va más allá de una transacción, crea fidelidad y preferencia.



También buscando simplificar el acceso a la empresa, trabaja en importantes mejoras a la página web, en tamaño, gráfica y acceso a las diferentes categorías. Se incluirá información acerca del nuevo centro, Milagro de Nos, que se ubica muy cerca del cruce de la Ruta 5 Sur con Calera de Tango. El usuario podrá acceder a un

video aéreo del nuevo centro, desde dónde se ve el terreno y los trabajos que ya se realizan, podrán ver la ubicación y dimensión del sitio.

Por otro lado, Central Bodegas quiere modernizar el marketing, por ello apuesta a las redes sociales, donde este año se espera potenciar la marca y marcar una diferencia dentro del rubro. Así, la empresa busca ser una solución rápida y flexible para todos quienes decidan convertirse en aliados para crecer juntos hacia el futuro.

USACH – FAE GRADÚA ALUMNOS DE DIPLOMADOS 2014

En enero pasado se realizó la ceremonia de graduación de los profesionales que el año 2014 cursaron sus diplomados en la Facultad de Administración de la FAE-USACH, evento que acreditó a más de 170 personas en las especialidades de: Logística, Recursos Humanos, Finanzas, Product Management, Administración de Negocios, Compensaciones y Habilidades Gerenciales.



Los egresados cursaron entre abril y noviembre en horario vespertino (19 a 22 horas, dos veces por semana) sus programas especialmente diseñados para el desarrollo de conocimientos y habilidades habilitantes para desempeñarse con las competencias requeridas por el actual mundo laboral.

De esta manera, la Universidad completó un nuevo ciclo de aporte al mejoramiento de las capacidades técnicas y conductuales del capital humano nacional, contribuyendo a su vez, al aumento de la competitividad de la industria y organizaciones de nuestro país.

MECALUX EQUIPA NUEVO CD DE COSMOPLAS



La Empresa Cosmoplas, dedicada a la comercialización de productos y accesorios del área agrícola, calefacción y aire acondicionado, eléctrico y energías renovables, instaló un nuevo centro de distribución en el Parque Empresarial Los Espinos, sector Noviciado – Pudahuel de 7.200 m² de superficie. El Centro de Distribución fue equipado con un sistema de almacenamiento provisto por Mecalux que consiste en rack selectivo de 7.456 Posiciones de pallet y Rack Cantilever compuesto por 06 baterías simples y 10 baterías dobles. Cada batería de rack cantilever cuenta con 4 cuerpos, 10 niveles de almacenaje, una altura total de 9,0 metros y una capacidad de almacenaje de 7.800 kg cada una.

Previo a la implementación del proyecto, Mecalux apoyó a Cosmoplas en el diseño e implementación del sistema de almacenaje, ya que debido a la amplia variedad de productos que tiene la empresa se requería de un layout moderno, eficiente y que soportará también el crecimiento futuro.

Javier Vera, Gerente de Logística de Cosmoplas, comentó que: "El hecho de poder concentrar sus operaciones en un solo lugar permite mejorar el control en la recepción y despacho de los productos, pero además los sistemas provistos por Mecalux permitieron contar con una mayor capacidad de almacenamiento en altura (las bodegas del nuevo CD poseen una altura cercana a los 10 metros)". Asimismo, precisó que "en el caso de las tuberías podemos manejarlas de una forma totalmente diferente a cómo se hacía antes; hoy podemos abastecer a los clientes de una forma mucha más rápida y efectiva".

PUERTO VALPARAÍSO EXPUSO LAS CLAVES DE SU MODELO PORTUARIO EN ENCUENTRO INTERNACIONAL DE EXPERTOS LOGÍSTICOS

Entre el jueves 4 y sábado 6 de enero, se desarrolló en Viña del Mar el programa de actividades del encuentro "FIATA Working Group Sea Transport Meeting", instancia organizada por la Federación Internacional de Asociaciones de Freight Forwarders (FIATA) en conjunto con la Asociación Logística de Chile (ALOG).

La cita reunió durante dos días en el Sheraton Miramar a expertos internacionales y representantes de empresas del rubro logístico en Chile y el extranjero, con el fin de discutir y compartir información sobre el mercado y la actualidad de la industria del transporte marítimo.

Durante el encuentro, Puerto Valparaíso jugó un importante rol al exponer en el marco del plenario de la primera jornada la ponencia "Puerto de Valparaíso, Plataforma logística para el comercio internacional chileno". En ese marco, el jefe de la Unidad de Competitividad y Marketing Portuario, Erick Novoa, repasó la evolución del modelo logístico de uno de los principales puertos del Pacífico Sur, destacando los esfuerzos en materia de desarrollo de soluciones logísticas innovadoras (a través del sistema Siloport) y de sustentabilidad.

En cita también participaron el Ministerio de Transportes, la Dirección de Asuntos Económicos del Ministerio de Hacienda (Direcon), el Servicio Nacional de Aduanas, además de FIATA y ALOG.

BSF CONSOLIDA SU PRESENCIA EN PERÚ Y PROYECTA NUEVAS INVERSIONES



Más de 120 clientes e inversiones por casi US\$ 150 millones marcan los cinco años de Bodegas San Francisco (BSF) en Perú, donde actualmente es uno de los principales operadores de centros logísticos.

La empresa, líder también en Chile, cuenta con dos centros en Lima (Villa El Salvador y Portada Lurín) que, en total, suman 440.000 m² de bodegas y generan una facturación anual cercana a los US\$ 30 millones. La llegada de BSF a ese mercado fue en 2010, asociada con el grupo Algeciras. Allí operan con la marca BSF Almacenes del Perú y su cartera de clientes incluye a los principales retailers de ese país como Supermercados Peruanos, Saga Falabella, Tottus, Cencosud WONG, importadores, marcas de ropa, proveedores de la minería, operadores logísticos, etc.

"Luego de estos años de operación, en un mercado en donde la infraestructura para la logística se encontraba en un nivel de desarrollo muy bajo, la empresa ha crecido en forma exponencial", destaca el gerente de Desarrollo de BSF, Alberto Fluxá.

Para los próximos años, la empresa espera seguir creciendo y consolidando su participación de mercado, que hoy alcanza el 80% en el sector de almacenes para alquiler. Para ello, ha comprado importantes terrenos, por más de 2 millones de m² hacia el sur de Lima, que le permitirán mantener, a futuro, un importante ritmo de crecimiento y cubrir la demanda del mercado por condominios de bodegas modernos.

KUEHNE + NAGEL CUMPLE 125 AÑOS

Hace 125 años, August Kuehne y Friedrich Nagel fundaron una compañía de expedición en Bremen con el nombre de Kuehne + Nagel. Lo que comenzó con el transporte de materias primas como el algodón, los cereales, madera, alimentación y azúcar, es hoy en día Kuehne + Nagel una red logística mundial que ofrece a sus clientes soluciones logísticas con valor añadido integrado.

Por ello, la filial nacional de la compañía celebrará este 5 de Marzo los 125 años de vida en un evento privado que se realizará en el Parque Bicentenario. Además, con motivo del aniversario la compañía enviará dos contenedores de 40 pies en 14 lugares del mundo. Los contenedores ofrecen cuatro estaciones multimedia, donde descubrir la historia de la empresa, la cartera de servicios, las innovaciones y las opciones de carrera en el Grupo Kuehne + Nagel.

PASADO Y FUTURO

Fue a principios de 1960 que una nueva era comenzó para la empresa de gestión familiar. Con la llegada de la tercera generación - Klaus-Michael Kuehne: Se persiguieron nuevos objetivos. La meta era establecer una red mundial de logística que se consolidara con los años. El sueño se hizo realidad, al punto que ahora Kuehne + Nagel cuenta con alrededor de 63.000 empleados en 1.000 localidades de más de 100 países. "El Grupo Kuehne + Nagel está preparado para el futuro, no sólo para dominar los desafíos de las próximas décadas, también será capaz de darles forma", dijo Karl Gernandt, Presidente de Kuehne + Nagel International AG. "Eso es lo que significa el 'Plus' en nuestro logotipo del aniversario."

MINDUGAR LANZA NUEVA DIVISIÓN DE AUTOMATIZACIÓN LOGÍSTICA

Con la llegada del 2015, Mindugar S.A. lanzó oficialmente su nueva división de Automatización Logística. A este respecto, el nuevo Gerente Técnico del área Francisco Letelier contó que "si bien, nuestra empresa lleva ya 3 años incursionando en estas tecnologías, y hemos desarrollado y ejecutado a lo menos unos 10 proyectos de relativa complejidad, consideramos que ya hemos adquirido la madurez suficiente para establecernos oficialmente como un proveedor destacado en este tipo de soluciones".

Sobre la consolidación del área, Letelier señaló que: "Han sido años de intenso análisis y reconocimiento del mercado, de configurar una oferta integral acorde a las necesidades detectadas, búsqueda de los mejores aliados estratégicos del mundo, llegando a consolidar representaciones oficiales con los mejores fabricantes de equipos de automatización, con empresas de gran trayectoria y líderes internacionales en su rubro. Con todos ellos hemos realizado sendas capacitaciones a nuestros ingenieros y hemos recibido todo el respaldo que nos hace sentir la seguridad de estar enfrentando este desafío de la forma más profesional posible".



Respecto de la oferta que la división de Automatización Logística de Mindugar pondrá a disposición de sus clientes, el Ingeniero dijo que: "hemos conformado una amplia línea de productos, que satisface en forma integral todas las necesidades que las empresas requieren para dar el gran paso a la automatización, que incluye los sistemas de transportadores, con todas las tecnologías de control necesarias (Pick to Light, RFD, WMS, WCS, etc.); Carroses verticales y horizontales para el almacenaje y picking directo de ítems pequeños y masivos; Robots palletizadores en todas sus versiones; Carros satélites radiocontrolados para almacenaje de alta densidad; A-Frame para el picking automático de productos pequeños, entre otros".

WMS EN MODALIDAD SAAS: UNA HERRAMIENTA DE EXCELENCIA A UN BAJO COSTO

Con más de 17 años en el mercado, Altanet S.A se ha posicionado de la mano de la comercialización de su sistema Altanet Logística WMS, bajo la modalidad SaaS (Software como Servicio), cuyas funciones también se dan en la nube.

Más de 20 empresas en Chile utilizan actualmente el WMS de Altanet, quienes sin una gran inversión incorporan este sistema WMS de grandes prestaciones; convirtiéndose en una excelente alternativa de tamaño medio en el mundo. Según Carlos de Camino, Gerente Comercial de ALTANET, la cantidad de empresas chilenas que hoy en día tienen WMS en sus operaciones ha aumentado fuertemente en los últimos años. Lo anterior se debe a distintos factores, como al mayor conocimiento de estos sistemas, de sus bondades, y al hecho de que la modalidad SaaS ha bajado mucho sus costos, haciendo accesible esta herramienta a muchas empresas.

Los sistemas WMS en la modalidad SaaS están enfocados hacia operadores logísticos de tamaño medio y empresas de logística compleja pero que no pueden acceder a sistemas WMS tradicionales por los altos niveles de inversión que estos implican. Así un WMS en la modalidad SaaS es hoy una excelente opción de contar con esta herramienta a un bajo costo mensual.

CHILEXPRESS PRESENTA NUEVA GERENTE CORPORATIVO DE FINANZAS



Como forma de responder al crecimiento de la empresa en los últimos años, Chilexpress creó una nueva Gerencia Corporativa de Finanzas y Planificación, la cual será encabezada por Verena Horst.

La ejecutiva es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez. Cuenta con más de 20 años de experiencia y se ha desempeñado como Gerente de Administración y Finanzas en mineras de Antofagasta Minerals, ENAMI y Cencosud.

En Chilexpress, empresa de envíos expresos de encomiendas y documentos en el país, Verena Horst

liderará el trabajo de la Gerencia de Administración y Finanzas, y de la Gerencia de Planificación y Control de Gestión de la compañía, la cual cuenta con más de 320 sucursales a lo largo de Chile.

ESTRELLA SOLITARIA ASISTIRÁ A PROMAT 2015

96

Para conocer las últimas tendencias del mercado de soluciones para la cadena logística, Estrella Solitaria asistirá al destacado evento Promat 2015, encuentro que se realizará en la ciudad estadounidense de Chicago, entre el 23 y 26 de marzo próximo.

La cita reunirá a los más importantes desarrolladores de soluciones de manufactura, distribución y Supply Chain dan a conocer sus innovaciones, transformándose en la exposición más grande de este rubro en norteamérica, reuniendo a más de 800 empresas de todo el mundo. "Dada la importancia del evento a nivel de industria, Estrella Solitaria no puede dejar de participar", afirmó Jorge Leiva, Gerente Comercial. La empresa chilena participará directamente en el stand de Boplan, compañía líder mundial de barreras contra impacto y segregación peatonal.



"Nosotros somos representantes de Boplan y esperamos encontrarnos en esta importante feria con clientes de Chile y otros países de la región como Perú, Colombia, Ecuador, entre otros, con quienes nos reuniremos en el stand 2249 de Promat 2015", afirmó Leiva. La importancia de este evento para Estrella Solitaria radica, fundamentalmente, en la posibilidad de conocer las nuevas tendencias del mercado, ampliar el portafolio de productos y dar a conocer fuertemente Boplan a los visitantes.

"Tras Promat esperamos integrar 1 o 2 líneas de productos más a nuestro portafolio actual, adecuar nuestro mix enfocado en las innovaciones y tendencias de la industria y poder ampliar nuestra red de distribución de Boplan en esta parte del continente", concluyó el ejecutivo.

LINDE MATERIAL HANDLING AMPLÍA SU CARTERA DE RETRÁCTILES

Linde Material Handling dispone de cuatro nuevas grúas retráctiles. Los nuevos modelos R10B - R16B de Linde, con capacidad de carga de 1,0 a 1,6 toneladas complementan la serie actual de retráctiles como modelos de gama básica.

Estos nuevos vehículos están diseñados para aplicaciones medias y ligeras, con un nivel de equipamiento que permite a los conductores trabajar de forma comfortable.

Las características principales de las series R14 - R20 "Performance" de Linde que fueron lanzadas al mercado el año pasado también se reflejan en la serie B. Estas características incluyen el puesto de conducción desacoplado, la consola de mando ajustable de forma longitudinal, el sistema de dirección reológico (permite establecer la resistencia de dirección y un número de giros de dirección), el asiento del conductor ajustable en altura, los frenos de rueda de carga, la velocidad de retracción ajustable y la amortiguación del final de carrera de elevación.



Entre el equipamiento de la serie también se incluyen importantes funciones de seguridad como el Linde Curve Assist, que adapta proporcionalmente la velocidad de la grúa durante el giro en las curvas, así como cuatro sistemas de frenado completamente independientes y el indicador de altura de elevación por encima de la elevación libre.

PAGEGROUP FORTALECE SU PLANA EJECUTIVA IMPULSANDO SU OPERACIÓN PARA 2015

La consultora global de reclutamiento PageGroup, que opera a través de sus marcas: Page Executive, Michael Page, Page Interim y Page Personnel, anunció cambios en su estructura organizacional. La firma busca fortalecer sus servicios de calidad en la búsqueda de candidatos y asesoría en empleabilidad.

Ainara Ormazábal, quien lleva más de diez años en la compañía, asumirá la dirección de Page Executive Chile y continuará liderando la marca Page Interim. Anteriormente se desempeñó como directora de Michael Page, encargada de las áreas de Ingeniería, Property & Construction, Supply Chain & Procurement, Secretarial & Office Support, Sales & Marketing.

Por otro lado y con el mismo objetivo de fortalecer los servicios de la compañía, el ingeniero comercial, Alvaro Parker, quien se desempeñaba como Director de Michael Page, ahora asumirá el cargo de Executive Director de Michael Page, teniendo bajo su responsabilidad la completa operación de la marca y las divisiones Finance & Accounting, Banking & Insurance, Human Resources, Tax & Legal, Mining, Sales & Marketing, Engineering & Manufacturing, Property & Construction, Supply Chain & Procurement, IT & E-Commerce.

Álvaro lleva cuatro años dentro de la compañía y en su antiguo cargo lideró las áreas de Finance & Accounting, Banking & Insurance, Human Resources, Mining y la Oficina Zona Norte en Antofagasta.

De esta forma, se agiliza la estructura al quedar cada unidad de negocio con un solo director a cargo y se puede atender con mayor efectividad las necesidades requeridas por los clientes, destacándose por la asertividad, rapidez y especialización funcional de sus consultores.



Servicios, Proyectos
e Ingeniería Limitada

Soluciones logísticas para el correcto manejo de sus productos



Líder Visionario en INTRALOGÍSTICA
A la vanguardia en Chile y Europa en Tecnología Trilateral

Ventas

Servicio Técnico

Repuestos

Arriendo

Partner of
JUNGHEINRICH



Casa Matriz: Av. Puerto Madero 9691 , Puerto Santiago , Pudahuel, Santiago / 📞 9060983 / ☎ + 56 2 2499 7100

Sucursal : Camino a Coronel Km10, Módulo 3-D , San Pedro de la Paz, Concepción / 📞 4121506 / ☎ + 56 41 279 2644

www.spitec.cl / ventas@spitec.cl



“INVIERTO EN EL ESPACIO QUE MI NEGOCIO NECESITA PARA SU CRECIMIENTO”



40% VENDIDO! (*)
DESDE 1.000 A 20.000 M²
GRAN PLUSVALÍA



Valle Grande ofrece la posibilidad de comprar Bodegas en Condominio especialmente diseñadas para optimizar y hacer mas eficiente las operaciones logísticas. Ubicada estratégicamente en una zona industrial con acceso a las principales carreteras, es solución integral que le permite proyectarse a largo plazo.
Disponibles desde Marzo 2015. (*) Etapa 1.

- 🏠 BODEGAS Y OFICINAS DE ALTO ESTANDAR
- 🏠 ESCALABLES, MODULARES Y FLEXIBLES
- 🏠 SEGURIDAD 24/7 - CCTV
- 🏠 GRAN CONECTIVIDAD
- 🏠 ALTURA 9 MTS. AL HOMBRO



CONTAMOS CON 50 AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA CONSTRUCCION DE BODEGAS MÁS DE 1 MILLÓN DE METROS CUADRADOS CONSTRUÍDOS
EL ROBLE 970 - LAMPA - SANTIAGO
Tel.: +562 2444 6100 - Cel.: 98185302 - ventas@rezepka.cl