

Marketing Partner

# Logistec

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



## ÚLTIMA MILLA NO BASTA CON CUMPLIR ¡HAY QUE MARCAR LA DIFERENCIA!



LOGISTEC  
EDICION  
**126**  
SEP | OCT 2021

**SUPPLY CHAIN:** BODEGAJE, MÁS QUE M3 UNA MIRADA AL SERVICIO  
**E-COMMERCE:** COMO ENFRENTAR LA ÚLTIMA ETAPA DEL AÑO?  
**TECNOLOGÍA:** RACK, CLAVE PARA LA EFICIENCIA LOGÍSTICA  
**FREIGHT MANAGEMENT:** TRANSPORTE AÉREO DE CARGAS



DESCARGA LA APP  
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA  
ACTUALIZADA



#revistalogistec



# NO TENER UN WMS EN TU ALMACEN ES COMO SALIR SIN GPS A UN CAMINO DESCONOCIDO



**¿LISTOS PARA SER SORPRENDIDOS?**  
 SOLICITA UNA DEMO DE WMSTEK



# ENE A 2 Y SAN BERNARDO: CALIDAD Y UBICACIÓN PARA TU NUEVO CENTRO LOGÍSTICO



Con la misma calidad y compromiso que define a Grupo Campos en el mundo, hoy presentamos nuestros nuevos centros logísticos: **Enea 2** y **San Bernardo**, con más de 150.000 m<sup>2</sup> construidos.

Dos soluciones de gran envergadura para optimizar las actividades de tu empresa integrando: **Procesos administrativos, bodegaje, seguridad y más.**

**¡Contáctanos!**



Grupo Campos

**Avanza Park**  
CONSTRUCTORA

**CAMPOS**  
INMOBILIARIA

**Avanza park**  
CONDOMINIO DE BODEGAS

**We Storage**  
EL MOTOR DE TU E-COMMERCE

[www.campos-chile.cl](http://www.campos-chile.cl)

  +56 22 333 7777

# LA INDUSTRIA LOGÍSTICA SE PREPARA PARA LA ÚLTIMA ETAPA DEL AÑO

Esta instancia es ideal para agradecer a todos quienes nos acompañaron en nuestro encuentro e-Logistics Day 2021. La oportunidad de poner a disposición de nuestros "amigos" experiencias y análisis de expertos internacionales da valor y refuerza nuestro objetivo que es ser una plataforma de conocimiento de la industria de Supply Chain en diversos formatos.

En esta edición, quisimos destacar el rol de algunos sectores que forman parte de esta cadena logística nacional, por ejemplo, reconocer la flexibilidad y adaptabilidad que ha demostrado el sector del bodegaje en cuanto a la adaptación a los cambios que ha vivido la logística.

Por otra parte, el reconocimiento a lo vital que han sido los partner de última milla

para el desarrollo y real posicionamiento del comercio electrónico como canal de venta en Chile. Si bien, los desafíos en este ámbito son tremendos, el sector se prepara para responder con el servicio esperado.

También en esta oportunidad hubo espacio para la tecnología que, sin duda, se ha transformado en un aliado indiscutible en tiempos complejos y desafiantes como los que ha enfrentado el sector. Pero la industria de los equipamientos intralogísticos también ha sido clave ante el diseño y ajustes de los centros de distribución.

Enfrentamos la última etapa del año, marcada por un Cyber Monday y mirando ya la temporada navideña que será, sin duda, un nuevo desafío para los logísticos, quie-

nes deberán cumplir a pesar de la contracción que aún mantienen las operaciones a nivel global con el incremento en la demanda.

Comenzamos a cerrar este 2021 que ha sido vertiginoso, una especie de año de transición y que comienza su último trimestre con la flexibilidad de las medidas sanitaria y el fin de algunas restricciones, la apertura del comercio físico y, desde el punto de vista operacional, se pone a prueba la omnicanalidad y los diseños híbridos. Queda ver cómo termina este año y cómo nos preparamos para lo que será el 2022.



<b>PUNTO DE VISTA</b> 6 ESTRATEGIAS PARA REALIZAR UN CAMBIO DE CARRERA	<b>04</b>
<b>PROVEEDORES ESTRATÉGICOS</b> BODEGAS SAN FRANCISCO DRIVIN TW LOGÍSTICA GPS CHILE INDUSTRIAL PROPERTY	<b>36 38 46 48 50</b>
<b>LÍDERES</b> EUTIVIO TOLEDO GUSTAVO CASTRO WILSON ROJAS	<b>40 42 44</b>
<b>LOGÍSTICA</b> WALMART Y LA OMNICALIDAD CÓMO RETENER EL TALENTO PENDIENTE	<b>70 76 80</b>
<b>PERFIL LOGÍSTICO</b> DOUGLAS GUILHERME	<b>74</b>
<b>ASOCIACIONES</b> LOGISNEWS	<b>86 88</b>

**P10**  
**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**  
10. MERCADO DE BODEGAJE  
16. LOS DESAFÍOS PENDIENTES EN 2021  
20. TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN URBANA  
24. NORMALIZACIÓN DE INVENTARIOS



**P26**  
**e-COMMERCE**  
26. ÚLTIMA MILLA  
30. PENDIENTE  
34. EVOLUCIÓN DEL ECOMMERCE



**P52**  
**EQUIPAMIENTO**  
52. RACK, RECONOCIDO EQUIPAMIENTO  
56. TECNOLOGÍA, MÁS QUE MODA UNA NECESIDAD



**P62**  
**FREIGHT MANAGEMENT**  
62. PENDIENTE  
66. DESAFÍOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL





Conecta con estas empresas en [www.hubfinder.expert](http://www.hubfinder.expert)



## LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

**AÑO 21 EDICION 126**

303 EDITORIALES S.A.  
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 402-08  
Conchalí - Santiago - Chile  
Tel.: 56 2 5830050  
[www.revistalogistec.com](http://www.revistalogistec.com)  
[revista@revistalogistec.com](mailto:revista@revistalogistec.com)

DIRECTOR EJECUTIVO 303 EDITORIALES S.A.  
Fernando Ríos M.  
[fernando.rios@revistalogistec.com](mailto:fernando.rios@revistalogistec.com)

DIRECTORA COMERCIAL LOGISTEC  
Paula Cortés L.  
[paula.cortes@revistalogistec.com](mailto:paula.cortes@revistalogistec.com)

EDITOR PERIODÍSTICO  
Claudia Sánchez M.  
[claudia.sanchez@revistalogistec.com](mailto:claudia.sanchez@revistalogistec.com)

PERIODISTAS  
María Victoria Moya  
[maria victoria.moya@revistalogistec.com](mailto:maria victoria.moya@revistalogistec.com)  
Fabiola Romo  
[fabiola.romo@revistalogistec.com](mailto:fabiola.romo@revistalogistec.com)

MARKETING DIGITAL  
Miguel Chandía  
[miguel.chandia@revistalogistec.com](mailto:miguel.chandia@revistalogistec.com)

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL  
**Supply Chain Council Chile**



Supply Chain Council Chile

SUSCRIPCIONES  
[mercedes.mura@revistalogistec.com](mailto: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.

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

 Southern Technology Group <a href="http://stglatam.com">stglatam.com</a>   C1	 POWERED BY SASCAR <a href="http://flotasconectadas.michelin.cl">flotasconectadas.michelin.cl</a>   C2	 <a href="http://jungheinrich.cl">jungheinrich.cl</a>   C3	
 CONSTRUYENDO CONFIANZA <a href="http://campos-chile.cl">campos-chile.cl</a>   1	 In Motion for Your Company <a href="http://westorage.cl">westorage.cl</a>   5	 Customized Global Logistics <a href="http://emotrans.com">emotrans.com</a>   7	 BODEGAS SAN FRANCISCO <a href="http://bsf.cl">bsf.cl</a>   9
 <a href="http://eit.cl">eit.cl</a>   13	 Delivering moments of happiness <a href="http://beetrack.com">beetrack.com</a>   15	 <a href="http://infor.com/">infor.com/</a>   17	 PARQUES LOGÍSTICOS <a href="http://bodenorflexcenter.cl">bodenorflexcenter.cl</a>   19
 ÚLTIMA MILLA <a href="http://llego.cl">llego.cl</a>   23	 TECNOLOGÍA EN ALMACÉN S.A. <a href="http://mindugar.com">mindugar.com</a>   25	 <a href="http://quadminds.com">quadminds.com</a>   29	 carga con expertos <a href="http://samex.cl">samex.cl</a>   31
 <a href="http://friosan.cl">friosan.cl</a>   33	 authorized dealer <a href="http://kardexchile.cl">kardexchile.cl</a>   35	 <a href="http://wisetrackcorp.com">wisetrackcorp.com</a>   41	 <a href="http://tw.cl">tw.cl</a>   43
 <a href="http://arrimaq.com">arrimaq.com</a>   45	 <a href="http://logisfashion.com">logisfashion.com</a>   55	 Innovative solutions for flexible handling <a href="http://ecowrapme.com">ecowrapme.com</a>   57	 <a href="http://esnova.com">esnova.com</a>   59
 <a href="http://dercomaq.cl">dercomaq.cl</a>   61	 <a href="http://patio.cl">patio.cl</a>   65	 <a href="http://dercomaq.cl">dercomaq.cl</a>   67	 <a href="http://megacentro.cl">megacentro.cl</a>   69
 <a href="http://gpschile.com">gpschile.com</a>   71	 <a href="http://www.danco.cl">www.danco.cl</a>   73	 SISTEMAS DE ALMACENAJE <a href="http://ar-racking.cl">ar-racking.cl</a>   77	 <a href="http://fleetup.com/es_cl/">fleetup.com/es_cl/</a>   79
 SMART DELIVERIES <a href="http://driv.in">driv.in</a>   81	 LOGISTICS <a href="http://rocktruck.cl">rocktruck.cl</a>   83	 <a href="http://cl.brinks.com">cl.brinks.com</a>   87	 MAQUINARIAS <a href="http://tattersall-maquinarias.cl">tattersall-maquinarias.cl</a>   89
 LOGÍSTICA INTEGRADA RED MEGACENTRO <a href="http://megalogistica.com">megalogistica.com</a>   91	 <a href="http://centralbodegas.cl">centralbodegas.cl</a>   93	 by transvip <a href="http://lollevo.com">lollevo.com</a>   95	 <a href="http://ifxnetworks.com">ifxnetworks.com</a>   96

# 6 ESTRATEGIAS PARA REALIZAR UN CAMBIO DE CARRERA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

**Muddassir Ahmed,**  
Líder en operaciones de fabricación, adquisiciones y cadena de suministro con experiencia internacional en fabricación en varios sitios en las industrias eléctrica, hidráulica e Internet. Con una experiencia considerable en la implementación de las mejores prácticas de mejora continua en Europa, Oriente Medio y África.

**UNA CARRERA PROFESIONAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO PUEDE SER DIVERTIDA, CREATIVA, GRATIFICANTE E INTELIGENTE A LARGO PLAZO, POR LO QUE SI DESEA OBTENER MÁS INFORMACIÓN SOBRE “CÓMO CAMBIAR DE CARRERA A LA CADENA DE SUMINISTRO”, ¡ESTÁ EN EL CAMINO CORRECTO!**

Las empresas siempre necesitarán profesionales de la cadena de suministro para administrar el flujo de información y el flujo de productos, sin importar que desarrollen cambios en el comportamiento del consumidor o las tendencias de la industria.

A medida que el mundo se transforma rápidamente y las trayectorias profesionales cambian a la velocidad de la luz, es posible que te sientas interesado en una carrera en torno a la cadena de suministro incluso sin mucha capacitación formal en ella, y eso es normal.

En estos días, no todo el mundo termina haciendo una carrera en su colegio o carrera universitaria. Personalmente, comencé mi carrera como ingeniero textil antes de decidirme a realizar una maestría en administración de producción en la

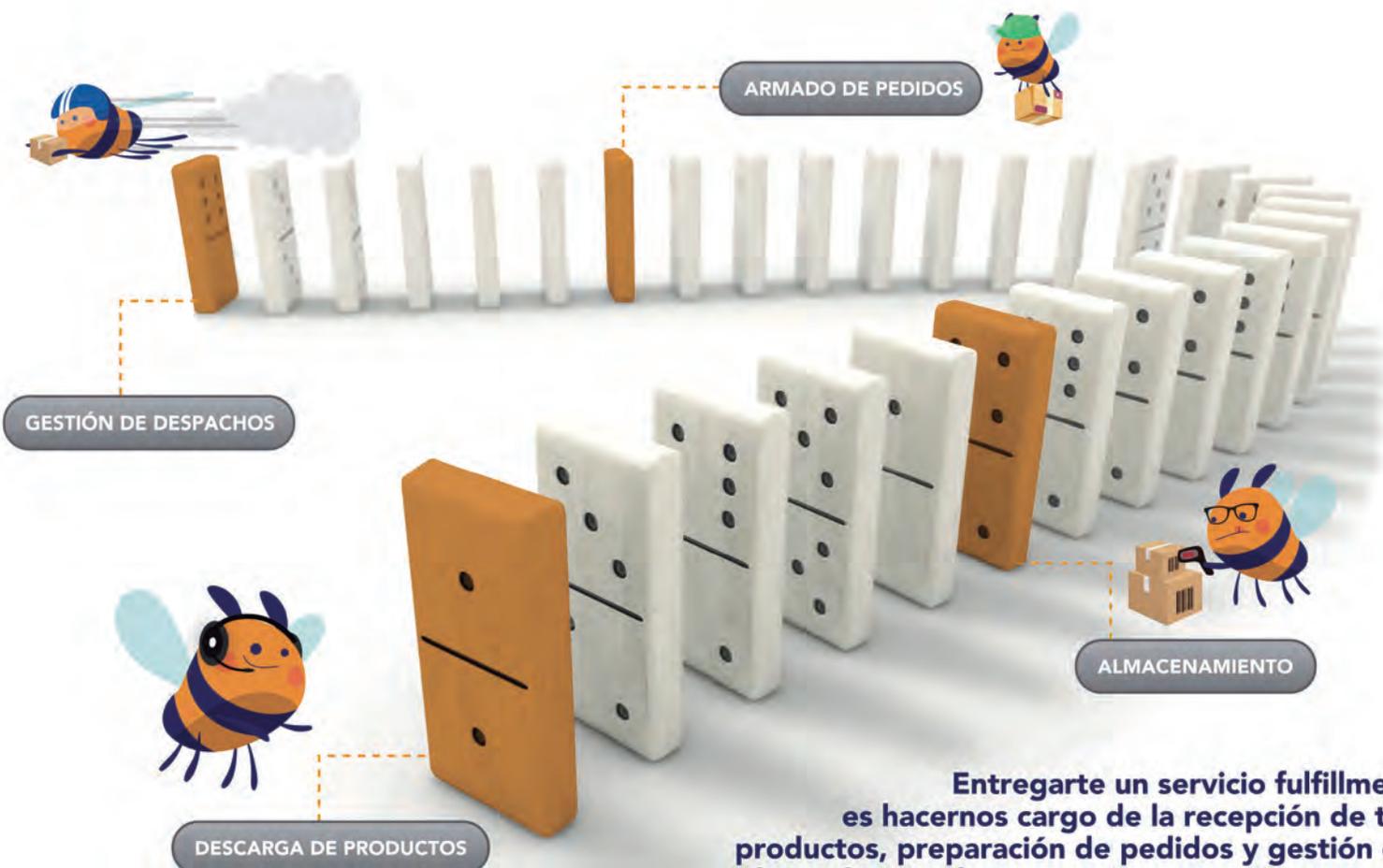
Universidad Tecnológica de Chalmers. Es posible que esté trabajando en una competencia como finanzas, fabricación o almacenamiento, pero desee cambiar a Gestión de cambios de suministro. Puede parecer abrumador e incluso inconcebible dar tal acto de fe sin sentir que se debe realizar algún tipo de calificación para iniciar un cambio de carrera en la cadena de suministro.

No necesariamente, como se demostró cuando contraté a alguien llamado Scott Williamson como gerente de distribución durante mi tiempo como gerente de cadena de suministro en uno de mis trabajos anteriores en el Reino Unido.

Me había puesto en contacto con Giuseppe Borsellino de Michael Page, alguien con quien hice un blog sobre los mejores consejos sobre cómo pre-



# EFECTO WESTORAGE: DALE A TU NEGOCIO EL MEJOR FULFILLMENT



Entregarte un servicio fulfillment es hacernos cargo de la recepción de tus productos, preparación de pedidos y gestión de despachos. Trabajemos juntos para potenciar la logística del e-commerce de tu negocio. ¡Déjalo en nuestras manos!



westorage.cl



**We  
Storage**  
EL MOTOR DE TU E-COMMERCE



pararse para las entrevistas de la cadena de suministro, para ayudarme a buscar candidatos, ya que necesitaba a alguien que tuviera las cualidades de líder de grupo / equipo para ser gerente en el área de distribución y almacenaje. El CV enviado no tenía experiencia en almacenamiento o distribución, pero me aseguraron que me reuniría con Scott antes de tomar una decisión final.

En el momento de la entrevista, Scott era el técnico líder del equipo, la primera pregunta natural que le hice fue sin experiencia en la cadena de suministro, ¿por qué debería contratarlo?

6

Para responder a esta pregunta, Scott comenzó a ilustrar su respuesta con 5 habilidades clave que sabía que tenía y que coincidirían con los requisitos necesarios para completar el puesto de publicidad a pesar de no tener experiencia específica en la cadena de suministro.

## LAS 5 HABILIDADES DEMOSTRADAS POR SCOTT FUERON

**Mentalidad de mejora continua:** esto implica la aplicación de técnicas ingeniosas para mejorar su función actual y reducir el desperdicio, como era frecuente.

**Tener un conocimiento altamente competente de la gestión de datos:** para poder comprender, analizar y utilizar los números en el contexto de su función, independientemente de cuál sea. Los datos son fácticos y poder usarlos para mejorar es una habilidad valiosa que se puede transferir a cualquier función que implique el procesamiento de números.

**Aptitud de la curva de aprendizaje alta:** para aprender nuevos conceptos (ya sean nuevos para la empresa / función o nuevos para usted como alguien que está implementando un cambio de carrera) y no solo aplicarlos, sino utilizar su iniciativa para mejorar el proceso.

**Habilidad para aprender en el trabajo:** esta es una continuación natural de tener la mentalidad anterior al asumir un nuevo rol. Incluso si lo ascienten dentro de su empresa, es esencial es-

tar dispuesto y ser capaz de aprender en el trabajo. No es solo un título de trabajo lo que ha cambiado, los roles y responsabilidades cambian. Debe estar abierto a aprender en el trabajo para adaptarse lo más rápida y fácilmente posible.

**Ser un jugador de equipo:** disfrutar de ser parte de un equipo y ayudar a mejorarlo, y mucho menos es un rasgo importante y una disciplina que debe ser un requisito previo para cualquiera que quiera ser un líder / gerente de equipo.

Entonces, la conclusión fue que, aunque su experiencia y CV no mostraban experiencia en ninguna competencia de la cadena de suministro, el hecho de que demostrara habilidades y conocimientos transferibles, así como un hambre por aprender algo nuevo, supuso un cambio refrescante en la entrevista y se ganó el puesto, algo en lo que tuvo mucho éxito. Ahora veamos mis seis estrategias para hacer un cambio de carrera en la cadena de suministro.

## CONSEJO 1: APRENDER

Aprenda y demuestre las competencias, las habilidades y los comportamientos de la cadena de suministro que necesita para el rol de la cadena de suministro que elija para ingresar. Esto se puede dividir en 3 secciones demostrables:

**Habilidades técnicas de la cadena de suministro:** hay muchas áreas dentro de la Gestión de la cadena de suministro, como la logística, la gestión de materiales y las adquisiciones. Investigar para comprender qué es cada uno de los roles y así poder decidir qué camino desea tomar.

**Habilidades blandas,** es decir, habilidades de personas como comunicación, liderazgo, influencia y habilidades de presentación. Esto también incluye su inteligencia emocional y cómo

trata con las personas en su negocio, así como su capacidad para establecer contactos.

**\* Know-how tecnológico:** la comprensión de las tecnologías y aplicaciones actuales y emergentes, tales como la computación en la nube, Internet y el EPR robótica de automatización de procesos. En otras palabras, asegurarse de que está al corriente de las últimas aplicaciones y tendencias tecnológicas. Esto no se limita al área en la que está eligiendo entrar, sino a la "imagen" completa de lo que está sucediendo en SCM.

Este consejo es amplio que no se sabe dónde comienza ni dónde termina la investigación de las áreas. Para ayudarlo a encapsularlo y dirigirlo, consulte mi blog de Competencias de la cadena de suministro y la Herramienta de evaluación de competencias de administración de materiales junto con un video de discusión con Radu sobre ¿Cómo ser un talento superior en la cadena de suministro?, todos los cuales están llenos de consejos importantes y ayudan a optimizar el amplio espectro y la miríada de información, así como presentar y proporcionar información valiosa de la habilidad general que necesita.

## CONSEJO 2: **MUESTRE LAS COMPETENCIAS DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN SU TRABAJO ACTUAL**

Entonces, ha hecho su investigación, leído los muchos blogs y artículos que hay y ha visto algunos videos informativos. Eso es genial, pero no compensa el vacío que es la experiencia. Como es estándar ahora, con la excepción de los puestos de posgrado, sin experiencia, es muy difícil conseguir poner ese pie tan importante en la puerta.

¿Cómo gana experiencia cuando tiene un trabajo que no tiene nada que ver directamente con la cadena de suministro?

La clave aquí es comprender lo que tiene y qué hacer con él. Busque o enumere las habilidades y competencias en una cadena de suministro que se pueden adaptar a su función actual.

Intente involucrarse en proyectos relacionados con la cadena de suministro, mejore los procesos de planificación de materiales en el piso de producción, por ejemplo, realice el evento Kaizen, como la introducción de la cantidad de pedidos por lotes; básicamente, cualquier cosa que pueda hacer le abrirá una experiencia real en la cadena de suministro.

Esto llamará la atención, fundamentalmente al demostrar que se está involucrando en el aprendizaje de nuevas habilidades y en proyectos de habilidades y competencias diferentes a las que está capacitado y / o calificado actualmente, mostrando su deseo de aprender y adaptarse y potencialmente destinarlo a la progresión dentro de la empresa en la competencia de la cadena de suministro al postularse para cualquier puesto que pueda surgir.

## CONSEJO 3: **DEMUESTRE CÓMO PUEDE COMPENSAR LA FALTA DE EXPERIENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTRO**

Todos sabemos, hoy en día muchos trabajos y promociones se basan en su nivel de experiencia o si está solicitando un puesto de posgrado. Pero el enigma aquí es que si está haciendo un cambio de carrera, es probable que no tenga la cantidad adecuada de experiencia que normalmente se requiere para postularse

**EMO LOG**  
an EMO-TRANS Company

**3PL SOLUTION**  
SUCCESS BY PERFORMANCE



**LOGÍSTICA &  
DISTRIBUCIÓN  
DESCENTRALIZACIÓN**

SANTIAGO - IQUIQUE - ANTOFAGASTA - TALCA

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

**WWW.EMOTRANS.COM**

info@emotrans-chile.cl - Tel.: 562 2204 7000

a un trabajo que es diferente a su función comercial actual. ¿Cómo podemos compensar esto?

La mejor manera es "promocionarse" usted mismo para que muestre activamente interés en el campo. Por ejemplo, escriba sobre lo que ha aprendido y comprendido sobre la cadena de suministro. Publique sus comentarios y pensamientos en los canales de LinkedIn y redes sociales, participe en conversaciones dentro de la comunidad de la cadena de suministro, desarrolle su conocimiento y su red de las tendencias e ideas actuales.



**Muddassair Ahmed**  
Intraemprendedor  
Creador SCDOJO

Cuanto más salga más posibilidades tendrá que ese empleador busque a alguien con una perspectiva nueva y más amplia que solo un especialista en cadena de suministro.

#### CONSEJO 4: **COMPRENDA LOS ROLES EN UNA FUNCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO**

Hay muchos roles y categorizaciones dentro de la cadena de suministro, por lo que es importante comprender las diferentes categorías de trabajos y los roles que existen dentro de ellos.

Por lo tanto, para los trabajos de adquisición, tiene gerentes de categorías y productos, compradores e ingenieros de calidad de suministro. También hay la categoría de Logística y almacenamiento y otras funciones especializadas, como la planificación de la cadena de suministro, planificación de la demanda, la previsión y analista de la cadena de suministro. Cada

rol / funcionalidad tiene un conjunto específico de roles y responsabilidades.

Este consejo trata de investigar y analizar los distintos roles para comprender lo que desea explorar como su nueva trayectoria profesional. Una vez que sepa esto, comience a cerrar la brecha de conocimiento y experiencia entre su función actual y la función en la que desea embarcarse para su cambio de carrera, aprendiendo a demostrar las habilidades necesarias (como se describe anteriormente).

#### CONSEJO 5: **ACTUALICE Y PERSONALICE SU CV Y PERFIL DE LINKEDIN PARA QUE ESTÉ HECHO A MEDIDA PARA LA INDUSTRIA DE LA CADENA DE SUMINISTRO**

El CV y el perfil de LinkedIn deben demostrar las habilidades que necesita para el puesto que está solicitando. Un error común es no actualizar su CV para adaptarlo al trabajo que está solicitando (esto se aplica a cualquier trabajo que solicite). Sus competencias y habilidades claves deben estar hechas a medida para demostrar su comprensión y, como mínimo, las habilidades transferibles que tiene y que son relevantes para el trabajo que está solicitando. Este blog trata sobre un cambio de carrera, por lo que, por supuesto, es probable que no tenga mucha experiencia previa, pero su investigación e iniciativa para involucrarse en grupos y conversaciones en cuentas de redes sociales cobra valor, asegúrese de mencionar esto junto con la experiencia real que haya adquirido al solicitar oportunidades de proyectos siempre que sea posible. Todo esto formará parte de su sección de competencias claves y, como mínimo, le dará a la persona que revisa su CV la

confianza de que ha pensado y se ha esforzado en el trabajo que se ofrece, ha trabajado activamente en la confección de su CV para demostrarlo al postularse al trabajo y no están perdiendo el tiempo.

#### CONSEJO 6: **CRECIMIENTO CONTINUO: LEA Y APRENDA SOBRE LA CADENA DE SUMINISTRO TANTO COMO SEA POSIBLE**

Esto no se limita a los recursos educativos que existen: si tienen los fondos, la oportunidad y el deseo de completar la certificación APICS o CIPS o completar una maestría en SCM, eso es genial. Pero la conclusión a la que he llegado después de años en esta industria y brindando mi experiencia y conocimiento sobre el tema, es que ahora hay muchos cursos, incluidos los cursos publicados por SCMDOJO y las Guías y herramientas de mejores prácticas disponibles dentro de SCMDOJO, google, LinkedIn, por nombrar solo algunos que le brindarán con todos los conocimientos prácticos necesarios que necesita para ponerse en marcha y tener confianza en su decisión de cambiar de carrera a la cadena de suministro.

El conocimiento es poder y ya no es caro, escaso o inaccesible. Básicamente, intente obtener su conocimiento de donde sea posible. No tiene por qué costar un brazo y una pierna, el punto importante es su capacidad para demostrar su comprensión y, cuando sea posible, su aplicación del conocimiento que está aprendiendo. ¡NO TE LIMITES!



REVISA EL VIDEO  
"LAS CARRERAS  
ESTÁN CAMBIANDO  
LAS CADENA DE  
SUMINISTROS"  
**TOP 6 TIPS**

PIENSA EN  
**GRANDE**

En Bodegas San Francisco queremos que **tus proyectos crezcan**. Por eso te acompañamos en todas las etapas de tu negocio o emprendimiento, no sólo con bodegas sino también con oficinas, asesoría, maquinaria, suministros y mobiliario para que puedas **soñar en grande**.

EXPERIENCIA  
SEGURIDAD  
CONECTIVIDAD  
FLEXIBILIDAD



**BSF** BODEGAS  
**SAN FRANCISCO**

Antofagasta | Santiago | Chillán | Temuco | Puerto Montt | Perú

# MERCADO DE BODEGAJE: MÁS QUE M<sup>2</sup> CONSTRUIDOS, UNA MIRADA HACIA EL SERVICIO

10

Desde la denominada crisis social de 2019 y posteriormente con la pandemia, la industria del bodegaje ha transitado por un periodo de cambios que los ha llevado a participar activamente en las modificaciones del comercio y el consumo a nivel nacional. La preocupación por la seguridad y la necesidad de espacios para el desarrollo del canal online han marcado este último periodo.



**E**n momentos de cambios como los que hemos enfrentado, los mercados dan señales que reflejan en parte cuáles serán los movimientos y tendencias en el corto plazo. ¿Qué quedará?, ¿cómo evolucionarán las nuevas tendencias?, ¿cuáles serán los próximos desafíos y cómo los actores de un determinado sector ajustan, miran, interpretan e incorporan los cambios? Son interrogantes por dilucidar.

Como punto inicial de este análisis es necesario ahondar sobre los factores económicos, sociales y, por supuesto, sanitarios que han afectado al país en el último tiempo. En este sentido, Mathieu Méot, Broker Industrial Cushman & Wakefield, aseguró que el mercado de bodegas ha experimentado dos efectos notorios desde la crisis social de octubre de 2019 y luego los efectos de la pandemia. “El primero es el cambio de requerimientos, de parte de aquellas empresas que necesitan bodegaje. El segundo es la adaptación que tuvieron que implementar producto de la pandemia, lo que se vio reflejado en movimientos de oferta y demanda”, señaló.

Los dos fenómenos sociales anteriores se relacionan con el mercado de bodega de la siguiente forma: “desde el punto de vista de la seguridad, la crisis social de octubre de 2019 provocó que muchas empresas sintieran miedo de perder sus bienes, ante lo cual buscaron arriendos en parques logísticos que les proveyeran un buen sistema de seguridad. Luego, a causa de la pandemia, se generó un movimiento hacia la reactivación de parte de las empresas, pymes y servicios logísticos tercerizados (3PL), motivadas por la alta demanda de productos para combatir el Covid -19”, indicó Méot.

Este mayor dinamismo habría provocado que la vacancia de bodegas cerrara “el año 2020 en 5,89%, equivalente a una reducción de 40% o una disminución de la superficie disponible de 252.000 m<sup>2</sup>”, comentó el ejecutivo de Cushman & Wakefield. De la misma manera, la ur-

gente necesidad por este tipo de espacios, altamente demandados, causó un aumento en el built to suit o una suerte de pre-arriendo en las bodegas en estado de construcción, según el ejecutivo.

En el análisis de Méot, los valores de lista de pre-colocación de los espacios de bodegas son 5% superiores a lo observado durante el primer semestre 2021, debido a la escasa oferta y a que las empresas están dispuestas a pagar más para asegurar la disponibilidad de productos y servicios, y asegurar tiempos de entrega a sus clientes.

Finalmente, el ejecutivo de Cushman & Wakefield comentó que en la actualidad existe una baja vacancia de bodegas clase A, lo que se traduce en 10.800 m<sup>2</sup> disponibles en el primer semestre de 2021 en Chile, para los arrendatarios de grandes empresas internacionales. En este primer semestre, según analizó Méot, el arriendo alcanzó una cifra de 243.200 m<sup>2</sup> (sólo bodegas clase B), cifra comparable a la del cierre del 2020, producto de un mayor presupuesto de las empresas del retail que proyectaron un mejor año en cuanto a las ventas argumentadas por los retiros del 10% de las AFP, llevando a las bodegas a una vacancia histórica de 1,5%.

Así, para fin de año, se espera que se completen 138.000 m<sup>2</sup> de una obra en el submercado Norte, que estaría completamente alquilado.

## LA MIRADA **DE LA INDUSTRIA**

Como es sabido, el mercado del bodegaje por años reflejó su éxito en la cantidad de m<sup>2</sup> construidos. La grandeza de los principales Centros de Distribución eran reflejo del posicionamiento y eventual éxito comercial de una empresa. Sin embargo, hoy esa premisa de éxito ha quedado atrás de la mano de la tecnología, la automatización y, por supuesto, con el boom

del comercio electrónico que ha abierto un mundo nuevo para las empresas de bodegas.

Frente a estos cambios, cabe preguntarse ¿dónde radica entonces el factor diferenciador entre los actores de este mercado? y ¿cómo enfrentan estos cambios y se ajustan a las necesidades de los clientes? Para ahondar en estos temas, conversamos con Marco Ortega, gerente comercial de Bodegas San Francisco; Carlos Figueroa, Gerente General de Central Bodegas; David Furman, COO Empresas Danco y Rodrigo Núñez, Gerente de Expansión Campos Chile, quienes coincidieron que la actividad constante del mercado, el rol del comercio electrónico y las nuevas necesidades de la industria remecen constantemente el sector bodegaje, cuyo rol ha quedado en evidencia en estos tiempos complejos.



**Marco Ortega**  
Gerente Comercial  
BSF

La sensibilidad de este sector a los factores externos de la cadena logística, como por ejemplo, los problemas de abastecimiento, la dificultada del transporte marítimo, el cierre de puertos, las nuevas estrategias aplicadas al abastecimiento, el manejo del inventario, la necesidad constante de eficiencia en el transporte son sólo algunos de los factores que entran en juego al momento de analizar los cambios y las proyecciones de este mercado.

“Activa”, así define Marco Ortega la performance de la industria del bodegaje este 2021, resaltando “la constante captura de m2 de todo tipo, desde mini bodegas, bodegas de hasta 500 m2 y centros de distribución de distintas envergaduras”. Esta realidad hace pensar al ejecutivo de BSF que la demanda por m2 será algo que se mantendrá por los próximos meses, dando una señal de agilidad y estabilidad a la industria.

Por su parte, Figueroa aseguró que el mercado de bodegaje no sólo ha visto aumentada su demanda en los últimos meses, sino también ha sido “resiliente”; situación que a su juicio se refleja en los estudios que demuestran una caída importante de la vacancia como lo vimos anteriormente.



**Carlos Figueroa**  
Gerente General  
Central Bodegas

Al momento de ahondar en el porqué de esta situación, el gerente de Central Bodegas afirmó que la demanda por m2 se debe a una tríada de condiciones: “El crecimiento del e-Commerce, al aumento del stock de seguridad de muchas empresas y al rebalanceo de las ubicaciones”.

Por su parte, David Furman definió el momento de la industria como “movido”, en lo relativo a la oferta de nuevas superficies y a demanda de m2. En este sentido destacó los principales drivers, indicando: “incremento en la demanda por superficie, principalmente por el auge del comercio electrónico (la demanda 2021 se encuentra similar al promedio histórico); Disminución en la oferta de nuevas superficies, dada la postergación de nuevos centros por cautela ante la incertidumbre país y la pandemia; lo que es contrario a la demanda que se encuentra en su promedio histórico, la oferta se encuentra aún más de 30% bajo promedio histórico. Todo lo anterior ha hecho que la vacancia esté mínimos, en torno al 1%. En nuestro caso es 0%”



**Rodrigo Núñez**  
Gerente Expansión  
Campos Chile

Sin embargo, estos cambios estructurales han venido de la mano de un cambio

cultural, en cuanto, a las necesidades y requerimientos de los clientes que han impulsado a las empresas a mirar más allá y, en algunos casos, a reajustar sus servicios y soluciones. En este sentido, Carlos Figueroa comentó que lo más frecuente, en cuanto a los nuevos requerimientos de los clientes, en el último tiempo, ha sido “el rebalanceo de posiciones o la diversificación de las ubicaciones geográficas”.

“Empresas, por ejemplo, que tenían solo una bodega buscaron diversificar geográficamente, agregando posiciones más cerca de sus clientes, o bien, empresas que tuvieron que salir a buscar nuevas posiciones fruto de que su bodega, que antes de la pandemia cumplía con sus necesidades, les quedó chica. Sin embargo, desde el punto de vista de los requerimientos que debe cumplir un centro de bodegaje no se vieron cambios en las necesidades. Ubicación, seguridad y precio siguen siendo los más importantes a la hora de elegir una bodega”, detalló.



**David Furman**  
COO  
Empresas Danco

En este sentido, Núñez destacó la ubicación y buenos accesos como un factor diferenciador, más aun considerando el desarrollo online. También destacó el hecho de que los clientes hoy vean las instalaciones con una mirada clara de automatización, lo que le da un sello diferente a las instalaciones.

En tanto, el ejecutivo de BSF coincidió en que la seguridad, flexibilidad en m2, flexibilidad en periodo de contratos, ubicación estratégica para la logística y, por último, pero no menos importante, un precio competitivo y constante en el tiempo son atributos y requerimientos que se han mantenido entre los clientes.

Como queda en evidencia, tras los comentarios de los ejecutivos, las necesida-

des de los clientes en términos de atributos o cualidades de las instalaciones no ha tenido grandes cambios. La seguridad, en todas sus dimensiones, sigue siendo un factor de preocupación y un elemento diferenciador entre los actores de esta industria.

## EL REMEZÓN ONLINE

No es un misterio que la pandemia impulsó el desarrollo del comercio electrónico en Chile, generando un cambio en cuanto a la demanda de servicios relacionados con esta actividad. En este sentido, el mercado del bodegaje no ha estado exento a este movimiento y también fue remecido por el boom del canal online.

Tal como comentó Marco Ortega, el desarrollo del comercio electrónico se ha vuelto más importante y ha ido tomando un rol clave en la captura de m2. En

este sentido, el ejecutivo enfatizó en lo importante que es "identificar cómo los clientes se van adaptando a los desafíos del e-Commerce, desde sus actuales espacios o simplemente moviéndose a nuevas bodegas para incorporar este modelo en su logística". Para el COO de Empresas Danco, en tanto, "la mezcla que se generó producto de la aceleración del comercio online entre: la atomización de las labores de picking y packing, a nivel de bultos pequeños y también la necesidad de montar procesos que permitan procesar los retornos de productos, incrementaron la superficie logística necesaria para un mismo volumen de venta", impulsando el sector. En tanto, para Carlos Figueroa el comercio electrónico es hoy el principal driver del mercado. "Mientras más crece la penetración de mercado del e-Commerce, mayor es la necesidad de buscar posiciones para satisfacer a la demanda de los clientes", afirmó el ejecutivo, dejando claro el rol que tendría este canal en la oferta/demanda de m2.

Asimismo, el gerente de Central Bodegas ahondó en los que –a su juicio– son los requisitos que plantea el canal de venta online, cuyo foco central está en alcanzar una cercanía con sus clientes, lo que genera a su vez una mayor agilidad y eficiencia de la operación, sobre todo en la última milla o despacho. "Las nuevas posiciones deben estar cerca de la demanda, con la finalidad de cumplir con el compromiso de entregar a un costo razonable. Hoy más de la mitad del costo de la logística se lo lleva el transporte", agregó Figueroa.

## ¿CÓMO NOS PROYECTAMOS?

Tras un periodo marcado por la incertidumbre es difícil realizar análisis y proyecciones. La sensación de constante cambio es algo que aún está presente en las distintas industrias, a nivel mundial; más aún cuando todavía quedan aspectos por mejorar que influyen en la cadena logísti-



¿Ya estás  
listo para dar el siguiente paso?

creceit

Pon a los expertos en logística a trabajar por tí.  
Contrata el nuevo servicio CreceIT diseñado para  
quienes necesitan crecer, sin perder el control.

Escríbenos a [contacto@eit.cl](mailto:contacto@eit.cl)

eit  
LOGISTICA



ca como es la reactivación económica, el comercio marítimo internacional, la estabilidad en la empleabilidad, entre otros.

Sin embargo, y considerando dichos factores, Ortega comentó que “los altos valores de fletes marítimos, la baja disponibilidad de contenedores, los cierres de los principales puertos en China y la rápida recuperación de la recesión provocada por la pandemia, sin duda ha generado una distorsión en los arriendos de espacios de almacenaje”.

Núñez se declaró confiado en que la industria mantendrá su “buen ritmo; y la venta online cada día seguirá funcionando mejor; lo que hará que la operación de clientes que tienen bodegas construidas y/o arrendadas en pandemia sigan funcionando y mejorando procesos internos para maximizar la experiencia de sus clientes”. Por su parte, Carlos Figueroa reiteró al rol del comercio electrónico en la industria del bodegaje como factor clave en la proyección del mercado; indicando que

“si bien, es probable que las tasas de penetración del comercio electrónico caigan un poco de los actuales niveles serán, sin duda, más altas que las tasas prepandemia.

Por otra parte, dada la visión más estrategia de la logística dentro de la empresa, creemos que los requerimientos y solicitudes de los clientes irán en línea la construcción de Centros de Distribución que permitan generar un flujo fluido de transportistas, que permitan mayor flexibilidad y con una ubicación más estratégica”. Responder a estos requerimientos marcará –según el gerente de Central Bodegas- el movimiento del mercado en los próximos meses.

Desde la mirada de Furman, la industria continuará con una baja en la vacancia. Sin embargo, el ejecutivo proyecta que a dos años plazo, la oferta de nuevas superficies “podría llegar a niveles promedios históricos y, por ende, la vacancia debería volver a ser del orden del 5-6%”. Y para

responder a estos nuevos desafíos, las empresas se han preparado. En BSF, por ejemplo, están construyendo 4 proyectos en la Región Metropolitana, enfocados en el e-Commerce, siendo 3 de ellos Centros Logísticos monoclientes. En tanto, Central Bodegas ha incorporado la modalidad built suit dentro de su oferta y en la actualidad se encuentra construyendo uno de ellos en el sector Norte de Santiago, el que se espera sea entregado en el primer semestre de 2022.

En Empresas Danco están enfocados en la construcción de centros a la medida y para eso cuenta con más de 50 hectáreas en la Autopista del Sol y Noviciado. Finalmente, Campos Chile se encuentra con varios proyectos en diferentes ubicaciones de Santiago, ya sea trajes a la medida o bodegas especulativas; y viendo también el desarrollo en Regiones para 2022. Así, tal como queda en evidencia con las opiniones de los ejecutivos de estas cuatro importantes empresas del mercado, la industria de bodegaje enfrenta un momento de desafíos, pero también de oportunidades para posicionarse como un partner de sus clientes, a través de la oferta de soluciones diferenciadoras.

La capacidad de mirar los cambios y las necesidades de los clientes; el fortalecimiento de la relación comercial de la mano de la flexibilidad y el reforzamiento de los pilares estratégicos de cada compañía han sido fundamentales para mantenerse, desde la denominada crisis social de 2019 y posteriormente con la pandemia, activos y poder responder a las modificaciones del comercio y el consumo, a nivel nacional.

Veremos cómo se moverá el mercado el próximo año; cuáles serán los desafíos de la denominada nueva normalidad y quiénes sabrán leer los escenarios de la ‘Nueva Logística’; actitudes comerciales que les permitan seguir creciendo y posicionándose como un eslabón fundamental en el ecosistema logístico actual. ■

# Y TÚ **¿AÚN NO EMPIEZAS A ENTREGAR**



## **MOMENTOS DE FELICIDAD A TUS CLIENTES?**

Tu aliado para la **planificación de rutas óptimas**,  
**trazabilidad** y control de las **entregas en tiempo real**.

¿Aún no tienes Beetrack?

**Conversemos** 😊

Vistítanos en

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

# LOS DESAFÍOS PENDIENTES EN 2021

*TERMINO EL CYBERMONDAY Y SE ACERCA LA NAVIDAD, DOS GRANDES EVENTOS PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA. PERO, NADIE PUEDE SENTARSE A ESPERAR EN LA BUTACA, ES HORA DE SALIR A ENFRENTAR LOS RETOS PARA QUE EL CIERRE DEL AÑO SEA MEMORABLE.*



16

Las restricciones que nos impuso el coronavirus definió un nuevo perfil de consumidor, en un escenario marcado por un aumento del “vitruino” online, el teletrabajo y donde el entretenimiento es más digital. En el último año y medio, las ventas online crecieron más de 40%, lo que trajo consigo varios cambios: en cómo organizar los procesos logísticos, en cómo dirigir el marketing y muchos otros que convergen hacia un mismo centro: el consumidor.

Según Verónica Jara, académica de la Facultad de Ingeniería de la Universidad

Andrés Bello (UNAB), en lo que queda de este 2021 van a sobresalir y tener buenas experiencias aquellas empresas que estén preparadas para un mayor flujo de productos. “Este mayor flujo no se dará solamente a raíz de las festividades de fin de año, sino además porque estamos viviendo el efecto de ir saliendo de la pandemia, ya de manera más segura, por lo tanto aumentarán las actividades que implican la compra de productos, servicios, materiales o materias primas”, señala.

Además, la posibilidad de un cuarto retiro de fondos previsionales, independiente del calendario y las condiciones sanitarias,

podría marcar un peak en el ámbito logístico, dado que las personas consumen más y de manera inmediata. Por esto, se esperaría que haya aún más movimiento y las empresas deben estar preparadas para que sus sistemas de soporte puedan dar respuesta a esta mayor demanda. “Como siempre, la mirada estará puesta en la calidad del servicio, un aspecto clave ya que las empresas de última milla son la cara al cliente, por lo tanto, el servicio que presenten determinará la apreciación del cliente hacia la empresa a la que compró el producto o servicio”, añade la académica de la UNAB.

## ALIADOS ESTRATÉGICOS

De esta forma, las empresas de última milla deben estar preparadas y alineadas con la empresa contratante respecto a la valoración del servicio al cliente, la visión de lo que significa un servicio de calidad óptima, y cómo se abordan los factores esenciales para una entrega a tiempo y oportuna.

En definitiva, Verónica Jara, cree que un buen alineamiento con las empresas contratantes es fundamental para las empresas de última milla, ya que sobre sus hombros recae la responsabilidad de dar un buen servicio, fidelizar clientes y aumentar la cartera, en un contexto en el que el e-commerce seguirá manteniéndose y creciendo.

Por su parte, el docente de la Escuela de Administración y Negocios de Duoc UC sede San Bernardo, Luis Leyton, considera que tanto la crisis social como la pandemia revelaron que las cadenas de abastecimiento locales, cuyas inversiones y operaciones se centraban en la distribución a nivel de establecimientos físicos, donde habitualmente las familias asistían a adquirir productos o servicios. “Lo anterior no hizo más que acelerar el shock tecnológico y el cambio comportamental que cambió radicalmente los modelos de negocio; esta vez tendremos que llegar

a los hogares directamente y con miles o millones de transacciones en tiempos aceptables y sin errores”, comenta.

Igualmente, el exceso de liquidez en la economía no ha hecho más que acrecentar los desafíos, según el profesor de Duoc UC San Bernardo, y si agregamos a esto las restricciones y el hecho de contar con una infraestructura logística internacional, prácticamente colapsada, es hora de replantearse las actividades puntuales o estacionales que quedan por afrontar. Pero, esto no solo en términos logísticos sino también tomando en cuenta lo que marcará la pauta para el desarrollo futuro de la distribución física:

**1 CREDIBILIDAD:** por el bien de la sostenibilidad del negocio debemos ser capaces de cumplir con la promesa de valor y servicio a un costo, stock y tiempo adecuados. - Flexibilidad: debemos ser capaces de incrementar y/o reducir nuestra capacidad

operacional en cuanto la demanda lo requiera.

**2 MINIMIZAR RIESGOS:** si no actuamos con velocidad en la adaptación de nuestros procesos, estructura e infraestructura, podemos dejar de ser competitivos y finalmente el riesgo para nuestros accionistas se incrementará.

**3 SATISFACCIÓN:** en tiempos donde nuestra operación estará sometida a un estrés adicional, debemos contar con colaboradores alineados y motivados; colaboradores satisfechos generan clientes satisfechos.

## TECNOLOGÍA Y MARKETING

Según el profesor instructor de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibá-

ñez (UAI), Martín Ruete, el marketing digital abrió un mundo nuevo a las pequeñas empresas: la opción de llegar a un público más masivo. “Antes las empresas grandes solamente podían hacerlo, a través de la televisión u otros medios. Ahora, los medios digitales han permitido que cualquier empresa sin importar su tamaño logre llegar a un público objetivo más amplio y específico”, explica.

En este contexto, el académico de la UAI, hace hincapié en que el cliente actual quiere saber todo sobre el producto. “Por eso, muchas empresas están entregando soluciones de ruteo que permiten que con un código uno pueda saber donde está su pedido. Eso está generalizado, es un ‘desde’ y no un plus. Además, está la forma en que los clientes se relacionan con las empresas, donde los chatsbots ayudan mucho porque vienen a reemplazar a los call centers y son 24/7”, detalla. Aunque siempre tendrá que existir la opción de ser atendido por una persona, el mundo



# Cuatro formas en las que un WMS en la nube ofrece un mayor retorno de inversión que un ERP solo

Los módulos de almacén de un ERP ofrecen una funcionalidad limitada. Las empresas con operaciones más complejas pueden recurrir a las capacidades añadidas que un sistema de gestión de almacenes (WMS) de primer nivel puede proporcionar. Conozca cuatro formas en que un WMS puede generar un mayor retorno de la inversión.



Acceda al contenido  
a través del código QR



logístico tendrá que adoptar nuevas formas de comunicación como el WhatsApp Business que, según Martín Ruete, llegó para quedarse, porque la inmediatez es un valor agregado que hoy no puede pasarse por alto. “El cliente ya no espera un correo electrónico o el llamado de vuelta, sino que necesita tener la respuesta a lo que está cotizando lo antes posible.



**Verónica Jara**  
Académica de la Facultad de Ingeniería UNAB

La pandemia llegó a acelerar la digitalización. En Chile, fueron al menos tres o cuatro años de adelanto y muchos actores se vieron desprevenidos, hubo tiendas que en un par de meses tuvieron que montar todo su sitio web y su logística porque no estaban preparados. Muy rápidamente, en menos de un año algunas abrieron su centro logístico”, sostiene el profesor de la UAI, quien cree en lo que queda del año hay que tener en cuenta que la externalización de los servicios será importante.



**Martín Ruete**  
Profesor Instructor de la Escuela de negocios de UAI

18

Actualmente, el ecosistema digital conversa con los indicadores y softwares para que todo funcione. “Hay un proveedor por lo general que está encargado del sitio web, otro del CRM y son muy pocas las empresas que hacen todo eso, en paralelo, de forma amigable con el usuario, pensando en medianas y grandes empresas sobre todo. Acelerar el proceso depende de toda la coordinación de todos los proveedores. Hay muchas empresas trabadas y complicadas, algunas llevan seis o siete meses y aún no logran terminarlo y que todo converja hacia lo que quieren. Ese es un desafío grande”, indica Martín Ruete. En toda la industria, este año ha sido todo

un reto el capital humano especializado, especialmente en el área de la tecnología. Así lo cree el coordinador de Educación Continua del Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile, Christian Bridevaux, para quien es un hecho la significativa escasez de talento. “La pandemia no sólo ha sido un trauma mundial para los sistemas de salud, sino que también para organizaciones de todos los sectores que han debido adaptarse rápidamente a las transformaciones tecnológicas requeridas para enfrentar estos tiempos. Esto ha generado un incremento en la búsqueda por profesionales TI que no ha podido suplirse, generando un déficit va entre el 25% al 40%, según Fundación Chile y consultoras internacionales”, comenta.



**Luis Leyton**  
Docente Duoc UC San Bernardo

Por eso, el desarrollo de conocimientos y habilidades en estas áreas es crítica. Y aún cuando se pueden vislumbrar varias soluciones, la formación continua pareciera ser fundamental para generar los perfiles que el mercado requiere, según Christian Bridevaux. “Poder acortar la brecha entre oferta y demanda debe ser un eje gravitante a trabajar para empresas y la academia, sobre todo si queremos que el país sea –efectivamente– un centro tecnológico líder en América Latina”, comenta.

## TRANSPORTE EN CIUDADES

Cuatro proyectos basados en análisis de datos, automatización y uso de sensores pasaron a la primera fase del programa Desafíos Públicos impulsado por el Ministerio de Ciencia, Corfo y el Laboratorio de Gobierno, que busca una solución para caracterizar el flujo de los vehículos de carga. Éstos fueron seleccionados en el reto de innovación abierta “Caracteri-

zación del transporte de carga en ciudades”, liderado por el Ministerio de Ciencia y Corfo, junto al Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, y el Laboratorio de Gobierno, en el contexto del programa Desafíos Públicos.

Con esto, se busca recopilar información sobre el comportamiento de los vehículos de carga en las zonas urbanas, que permita planificar y desarrollar sistemas de transporte de calidad, eficientes, seguros y sustentables. Los proyectos seleccionados fueron presentados por el Instituto de Sistemas Complejos de Ingeniería (ISCI) y las empresas Spaceweare, Indemin SpA y Conciencia Logística SpA (spin off de la Universidad Andrés Bello). Todas estas organizaciones trabajarán en el desarrollo de una metodología para caracterizar de manera periódica el movimiento de camiones en Santiago.

“Utilizando tecnologías como análisis de imagen y video, posicionamiento GPS, machine learning y procesamiento de grandes volúmenes de datos, cerca de 40 innovadores y emprendedores se enfocarán en generar soluciones para seguir el comportamiento de los vehículos de carga en las zonas urbanas. El trabajo que harán es fundamental, ya que en estas zonas se concentra más del 88% de la población y los flujos de camiones impactan la vida de más de 11 millones de personas”, destacó el Ministro Andrés Couve.

Caracterizar el transporte de carga en la gran ciudad, integrando el uso de múltiples tecnologías para generar, recolectar y procesar datos de manera automática era un desafío pendiente debido a que, actualmente, no hay información completa sobre el movimiento de los camiones ni de su carga en ciudades. “Cuando existen datos, en general están incompletos o no se encuentran consolidados para combinarlos. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:  
www.revistalogistec.com  
Sección: SCM/ESTRATEGIA LOGISTICA



# Securitas la protección inteligente en Bodenor Flexcenter



Securitas

## EN BODENOR FLEXCENTER LIDERAMOS LA TRANSFORMACIÓN DE LA SEGURIDAD

DESDE LA SEGURIDAD TRADICIONAL A UNA VISIÓN MUCHO MÁS AMPLIA DE SERVICIOS DE PROTECCIÓN, BASADOS EN LA INTEGRACIÓN EFICIENTE DE TECNOLOGÍA, PERSONAS Y CONOCIMIENTOS.

## Altos estándares de seguridad



SEGURIDAD PERIMETRAL



DOMOS MOTORIZADOS



COMUNICACIÓN RADIAL



ANULACIÓN DE SEÑALES



ALARMAS DE INTRUSIÓN



DETECCIÓN DE INCENDIO



CONTROL DE ACCESO

Av. Boulevard Poniente N°1313, Enea Poniente, Pudahuel, Santiago.

+ 56 22530 8000 contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

**BODENOR FLEXCENTER**  
PARQUES LOGÍSTICOS

# TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN URBANA DE MERCANCÍAS

*LA LLEGADA DEL COVID-19 NO SÓLO ALTERÓ LAS CADENAS DE SUMINISTRO INTERNACIONALES, TAMBIÉN GENERÓ UNA EXPLOSIVA CONVERSIÓN HACIA LOS CANALES DE VENTA DIGITALES Y, EN CONSECUENCIA, UN EXPONENCIAL CRECIMIENTO DE LOS PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN DE ÚLTIMA MILLA. HOY, EN UN NUEVO CONTEXTO DE “NORMALIDAD RELATIVA”, LA APERTURA DEL COMERCIO Y LA MAYOR MOVILIDAD DE LAS PERSONAS HACE PREVER QUE LA DISTRIBUCIÓN URBANA DE MERCANCÍAS SE TORNARÁ MÁS COMPLEJA, CON LA APERTURA DEL CANAL DE VENTA FÍSICO. ¿CÓMO HACER FRENTE AL NUEVO ESCENARIO QUE SE PROYECTA PARA LA DUM SIN COLAPSAR NUESTRAS URBES A NIVEL VIAL Y MEDIOAMBIENTAL? ES LA PREGUNTA POR RESPONDER...*

de personas sin restricciones a nivel regional; viajes interregionales con pasaporte sanitario; el retorno a clases presenciales y la consecuente reactivación del comercio físico, la atención presencial a público en restaurantes, cines, teatros y recintos deportivos, el turismo y actividades de esparcimiento general.

Enfrentados al escenario actual, con cifras positivas respecto de 2020, los diversos actores del comercio y la logística nacional advierten ciertos niveles de incertidumbre respecto a cómo esta “nueva normalidad” influirá, por ejemplo, en los hábitos de consumo de las personas y, en consecuencia, cómo deberá evolucionar, por ejemplo, el Transporte y Distribución Urbana de Mercancías (DUM) en un contexto regido por nuevas variables, tales como: el cuidado medioambiental, la incertidumbre ante nuevos brotes y, por supuesto, el aumento y cambio de paradigma en el consumo; ligado al significativo crecimiento del e-Commerce y la reactivación del comercio físico.

## DINAMISMO, CONSUMO Y CAMBIO DE HÁBITOS

Si nos remitimos a las cifras, según la Cámara de Comercio de Santiago, la actividad comercial durante el último año ha experimentado importantes avances hacia la normalización de inventarios, registrando un fuerte crecimiento en las importaciones de bienes de consumo

Según el último reporte de la CCS, publicado en septiembre, dentro de las importaciones durables, destacan las internaciones de automóviles que, por séptimo mes consecutivo, muestran cifras positivas al crecer 171% respecto de agosto del año pasado. Así, las importaciones de bienes consumo crecieron un 92% en 12 meses durante agosto, luego de haberse duplicado durante el segundo trimestre del año. El dinamismo observado desde

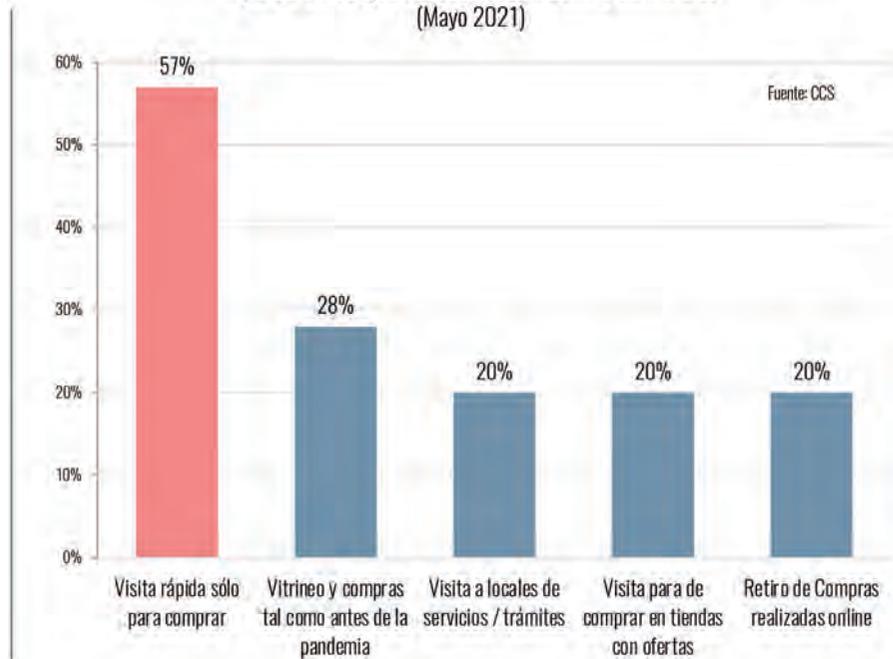


20

**T**ras meses de confinamiento, nuestro país ha comenzado una lenta, pero progresiva reactivación, tanto de la actividad económica y productiva, como en la movilidad de las personas. Factores como el exitoso proceso de

vacunación y la considerable baja en el número de contagios registrada durante el último semestre móvil, han sido claves para que las autoridades gubernamentales y sanitarias decretaran procesos graduales de apertura en todo el territorio nacional, permitiendo el desplazamiento

**Tipo de visita que realizará a un centro comercial**  
(Mayo 2021)



marzo a la fecha alcanza marcas históricas, completando nueve meses consecutivos de incrementos, luego de una larga trayectoria de contracciones producto de la pandemia. Según el análisis de la CCS lo experimentado a nivel de importaciones se debe, entre otras variables "al aumento transitorio en los ingresos de los hogares (retiros previsionales y ayudas fiscales extraordinarias), a la recuperación parcial del empleo, a las mejores expectativas de las empresas ante el crecimiento de las ventas y, sin duda, al desconfinamiento mayoritario de la población". De este modo, las importaciones de consumo de los últimos meses se ubican en niveles muy superiores a los alcanzados incluso antes de la crisis sanitaria.

En general, la CCS indica que la recuperación de las importaciones ha ido de la mano de la recuperación de las ventas minoristas, en respuesta al nuevo contexto. Así, a partir de septiembre la entidad espera una moderación en el ritmo de expansión de las importaciones, influida por el avance en el proceso de normalización de inventarios y bases de comparación más exigentes para los mismos meses del año pasado, argumentando que "la de-

manda de consumo se mantendrá activa, habiendo certeza de los recursos comprometidos hasta fin de año producto del IFE, que por sí solos aseguran una altísima disponibilidad de liquidez en los hogares; a lo que se podría sumar un nuevo retiro de recursos previsionales".

¿Cómo seguirán consumiendo los chilenos en la nueva normalidad? en su tradicional Informe de Ventas Online, la Cámara Nacional de Comercio (CNC) informó que, éstas "aumentaron un 93% anual en el segundo cuarto de 2021, tras crecer un 195,8% durante el primer trimestre". Destaca en el recuento el mes de mayo con un alza anual de 99,5% y luego junio con un incremento de 91%. De esta manera las ventas digitales del sector acumulan en el primer semestre de este año un alza anual de 118,4%".

Considerando los datos expuestos y el actual contexto de apertura, desde la CCS manifiestan que si bien se espera una mayor penetración de las ventas presenciales (canal físico), el e-Commerce seguirá su avance ascendente, de hecho, según datos recopilados por la entidad en enero de este año, un 44% de los consumidores

aseguró que "retomará las compras en las tiendas físicas, pero mantendrá compras en el canal online". Lo propio expresa en su reporte de junio, en el cual indica que un 44% de los consumidores creen que "los cambios en los hábitos de consumo serán permanentes, más allá de la crisis sanitaria". En esta línea, la CCS indicó que durante el primer semestre de 2021 ya se han experimentado cambios en los hábitos de consumo en el comercio físico, reportando que "las visitas a tiendas se han vuelto más funcionales; ya que la mayoría de las personas trata de ir sólo lo necesario y se ha visto un aumento en las tasas de conversión de las visitas" (Gráfico 1).

## HABLEMOS DE LA DUM

Considerando las cifras expuestas el comercio electrónico mantendrá altas tasas de conversión; los consumidores han ingresado al mundo digital y no se retirarán de este espacio, aun cuando volverán a las tiendas físicas, esta vez con una actitud más funcional. En tanto, si las proyecciones de crecimiento y consumo se mantienen, los niveles de inventario seguirán en ascenso. No obstante, debemos estar alertas a la evolución de la pandemia a nivel internacional y local, ya que -como hemos presenciado- el efecto de un rebrote mundial sería -a todas luces- un evento disruptor a nivel global.

El llamado entonces es a "estar atentos a la coyuntura", sin perder de vista el profundo dinamismo que la actividad logística ha evidenciado. En este orden de cosas, la Distribución Urbana de Mercancías (DUM) es uno de los eslabones de la cadena que requerirá mayores niveles de atención, flexibilidad y resiliencia; a fin de adaptarse rápidamente a los escenarios emergentes para alcanzar el justo equilibrio entre la satisfacción de los clientes/consumidores y los costos.

Ahora bien, en lo concerniente a transporte y distribución urbana de mercancías, la nueva normalidad impone un reto inme-

diato: afrontar la congestión vehicular que se acrecienta a partir de las aperturas, a fin de seguir satisfaciendo la demanda de los comercios físicos y de los consumidores finales. En plena crisis sanitaria, la reducción de la movilidad urbana debido a las cuarentenas permitió a las compañías dedicadas a la última milla, principalmente, movilizar grandes volúmenes de pedidos generados por el auge del comercio electrónico. Lo propio ocurrió con los actores dedicados a la distribución de mercancías a puntos de venta operativos durante la pandemia; ventaja que les permitió incrementar sus niveles de eficiencia en los desplazamientos, en las paradas de carga y descarga y en la recepción de paquetes por parte del consumidor final.

Ante el nuevo escenario vial, la dificultad de desplazarse y desarrollar las actividades de descarga urbano podría incrementar los costos operativos de las empresas de distribución y transporte de mercancías. Al mismo tiempo, la actual y progresiva vuelta a la normalidad en lo que respecta a la movilidad y la actividad económica está implicando nuevamente la aparición de graves problemas medioambientales y de congestión agravados, en parte, por los nuevos hábitos tras la pandemia como el significativo trasvase del uso del transporte público al privado. En este sentido, cabe destacar que cerca del 11% de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero en Chile son atribuidas al transporte de carga carretero en el país.

En relación con las crecientes problemáticas mencionadas anteriormente (medioambientales, de congestión urbana y de rentabilidad de las empresas), urge la necesidad de impulsar mejoras en los modelos de distribución y transporte urbano de mercancías.

En este sentido, en el estudio publicado recientemente por Deloitte, "Logística de Última Milla: retos y soluciones", además de abordarse los desafíos fundamentales de la última milla para los principales sectores, se detallan potenciales soluciones para la distribución y transporte urbano

de mercancías, basadas en experiencias internacionales, entre las que se cuentan:

## 1 EL DESARROLLO DE PLATAFORMA DE GESTIÓN DE ZONAS DE CARGA Y DESCARGA PARA MEJORAR LA MOVILIDAD.

Según indica el estudio de Deloitte, se ha estudiado que, en núcleos urbanos y en función de la franja horaria, la demanda de plazas de carga y descarga puede superar en un 70% la oferta fija disponible para este tipo de estacionamiento. Esta realidad impacta de forma clara sobre la congestión urbana y genera ineficiencias en los procesos de reparto de las empresas de distribución y transporte de mercancías. La búsqueda de plazas de estacionamiento alternativas, el estacionamiento en doble fila o el incremento de las distancias recorridas a pie desde el vehículo hasta el punto de entrega son solo algunas de las consecuencias derivadas de esta situación. Por esta razón, la creación de plataformas de gestión de zonas de carga y descarga supone una solución clave para resolver esta cuestión ya que permiten reservar aparcamientos con anticipación, incentivar el uso de vehículos más sostenibles y, en paralelo, desincentivar el reparto en horas punta.

## 2 DESARROLLO DE RED DE PUNTOS DE ENTREGA Y RECOGIDA EN LUGAR DE ENTREGAS A DOMICILIO.

La creación de una red de puntos de entrega y recogida resulta fundamental para mejorar la eficiencia de los procesos de reparto de las empresas de distribución y transporte de mercancías. Se debe tener en cuenta que, en España, la entrega a domicilio es la opción preferida por los consumidores y que menos del 10% de las entregas de e-Commerce se realizan en puntos de entrega y recogida. Este desequilibrio en la modalidad de entrega genera unos costes más elevados para los operadores logísticos, principalmente por la capilaridad de las entregas y porque el

10-15% de las entregas no se pueden finalizar, requiriendo por ello de un segundo intento.

## 3 DESARROLLO DE ALMACENES O BODEGAS URBANAS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA DE LAS OPERACIONES LOGÍSTICAS.

Ante las restricciones al tráfico de vehículos motorizados en los centros de algunas grandes ciudades, el reparto a pie o con vehículos no motorizados se ha consolidado como la alternativa más eficaz y sostenible en términos medioambientales. Esta apuesta por la sostenibilidad se apoya sobre el establecimiento de almacenes urbanos que refuercen la eficiencia de las operaciones logísticas.

## DUM: CRECER DE FORMA SUSTENTABLE

Sin perder de vista que el transporte de carga urbano es un componente clave para la sociedad, dado que las mercancías hacen funcionar las ciudades, nutren su dinámica social y económica, y las mantienen vivas; los expertos coinciden en que la próxima discusión que se debe dar entre los actores del sector es el impacto medioambiental y el crecimiento sustentable de la actividad. Si consideramos que los flujos de mercancías son vitales para tener ciudades competitivas y que la gran mayoría de bienes que se producen o consumen en el país, entran, salen o atraviesan zonas urbanas; lo lógico es atender el impacto que este tipo de operaciones implica. Si miramos, por ejemplo, la concentración de camiones en determinadas zonas y vías de la red urbana, que usualmente confluyen con los flujos de la movilidad obligada de personas por motivos de trabajo, el panorama del impacto vial y medioambiental queda de manifiesto. ■



# NO TE QUEDES A MITAD DE CAMINO



Sabemos que el cyber nos desafía a todos, es por eso que nos preocupamos de entregar un **servicio personalizado** para cada operación, acompañando a nuestros clientes en todo momento.



Ingresa en **llego.cl** y juntos recorramos la Última Milla.



Llegó Última Milla



LLEGÓ



Servicio **B2B**  
Punto a punto  
Multipunto



Servicio **B2C**  
Mini ticket  
Big ticket  
Super big ticket



Llego

17 AÑOS DE  
TRAYECTORIA

# COMERCIO AVANZA A NORMALIZACIÓN DE INVENTARIOS CON FUERTE CRECIMIENTO EN IMPORTACIONES DE BIENES DE CONSUMO

**EL ESTUDIO REALIZADO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO INDICA QUE, DENTRO DE LAS IMPORTACIONES DURABLES, DESTACAN LAS INTERNACIONES DE AUTOMÓVILES QUE, POR SÉPTIMO MES CONSECUTIVO, MUESTRAN CIFRAS POSITIVAS AL CRECER 171% RESPECTO DE AGOSTO DEL AÑO PASADO.**

En septiembre pasado, la Cámara de Comercio de Santiago publicó su tradicional Informe de inventarios, cuyo titular indica que las importaciones de bienes consumo crecieron un 92% en 12 meses durante agosto, luego de haberse duplicado durante el segundo trimestre del año.

Según la entidad, “el dinamismo observado desde marzo a la fecha alcanza marcas históricas, completando nueve meses consecutivos de incrementos, luego de una

larga trayectoria de contracciones producto de la pandemia. En lo más reciente, las importaciones de consumo han revertido esta situación, debido al aumento transitorio en los ingresos de los hogares (retiros previsionales y ayudas fiscales extraordinarias), a la recuperación parcial del empleo, a las mejores expectativas de las empresas ante el crecimiento de las ventas y, sin duda, al desconfinamiento mayoritario de la población”. De este modo, las importaciones de consumo de los últimos meses se ubican en niveles muy superiores a los alcanzados incluso antes de la pandemia.

Respecto al comportamiento de las importaciones por tipo de bienes, los denominados Bienes Durables han mantenido una trayectoria creciente desde octubre del año pasado, “producto de los retiros previsionales y las ayudas fiscales que se ha ido extendiendo, tanto a más personas, como por periodos más largos”.

Al mismo tiempo, el estudio realizado por la CCS indica que las internaciones de bienes durables aumentaron 116%, respecto de agosto del año pasado, luego de que en el trimestre previo mostraran un alza récord de 153%. Según la Cámara “estas cifras encuentran solo un episodio similar en la historia reciente, luego del 27-F de 2010, cuando las importaciones de este tipo de bienes subieron en promedio 113% en el semestre posterior al desastre, debido a la necesidad de reponer gran cantidad de bienes durables destruidos en dicho episodio”.

Así, según lo descrito los resultados recientes reflejan el significativo aumento de la demanda por este tipo de bienes. En efecto, la CCS indica que “las ventas minoristas de durables subieron en promedio un 74% anual entre enero y julio de este año, presionando a las empresas a incrementar sus inventarios”.

## SEMIDURABLES

En lo relativo a las internaciones de bienes semidurables, el informe de la CCS indica que estas mostraron en agosto un alza importante, de 94% en 12 meses, luego de que en julio aumentararan un 82% anual. En ambos casos, la magnitud del aumento refleja el fuerte crecimiento en la liquidez de los hogares.

Dentro de los bienes semidurables destacan las importaciones de vestuario y calzado, “cuya demanda se vio fuertemente afectada durante la pandemia, y que en los más reciente han retomado gran dinamismo. En efecto, entre marzo y julio de este año las ventas de vestuario y calzado muestran un aumento promedio de 137% anual”, indicó el reporte.

Importaciones de bienes Consumo v/s Ventas reales del Retail  
(Variación 12 meses: %)



Al descomponer las importaciones durables, el informe de la CCS destaca el comportamiento de las internaciones de automóviles que, "por séptimo mes consecutivo, muestran cifras positivas, al crecer 171% respecto de agosto del año pasado (junio 426% y julio 208% en 12 meses). Este dinamismo ha ido de la mano de las ventas de automóviles. Las ventas de unidades en el mercado local crecieron un 97% en 12 meses (en junio 296% y en julio 233% anual), según cifras de ANAC", informó.

En cuanto a los electrodomésticos, el reporte indica que la internación de estos bienes semidurables "aumentaron 134% en 12 meses, fuertemente influidos por la presión de inventarios que se produjo debido a la pandemia, donde se sumó el alza en la liquidez de los hogares. Esta situación se vio reflejada en la demanda por este tipo de bienes. Es así como las ventas de electrodomésticos y equipamiento para el hogar y tecnológicos, crecieron

61% en los primeros siete meses del año". A su vez, las internaciones de celulares también han tenido un desempeño destacado, según el informe, al aumentar en agosto un 44% en 12 meses, acumulando un alza de 62% en lo que va del año.

En torno a las importaciones de computadores, según el reporte de inventarios, éstas registraron un crecimiento de 92% anual, con lo cual acumulan un aumento de 101% en el año. "Estos resultados se han visto fuertemente influidos por el cambio de hábitos entre consumidores y empresas hacia el teletrabajo y la educación a distancia, entre otros factores, sumándose a ello el aumento transitorio de los ingresos en los hogares", indicó el reporte. Así, en general, la trayectoria de las importaciones de bienes de consumo ha seguido una tendencia sincronizada con las ventas del comercio minorista, con correcciones severas en los trimestres afectados por el estallido social de octubre de 2019 y luego por la emergencia sanitaria.

En lo más reciente, la recuperación de las importaciones ha ido de la mano de la recuperación de las ventas minoristas, en respuesta al mencionado aumento en los ingresos.

Según estiman desde la CCS, "el desempeño reciente de las importaciones de consumo se relaciona principalmente con el fuerte aumento de la demanda a partir de agosto-septiembre del año pasado, lo que se tradujo en una baja de los inventarios (en algunos casos con quiebres de stock), y en una reprogramación de las existencias óptimas para los siguientes trimestres".

Como corolario, desde la cámara sostuvieron que "a partir de septiembre esperamos una moderación en el ritmo de expansión de las importaciones, influida por el avance en el proceso de normalización de inventarios y bases de comparación más exigentes para los mismos meses del año pasado". ■

# SOLUCIONES INTEGRALES EN ALMACENAJE Y AUTOMATIZACIÓN

**50 AÑOS**

**AUTOMATIZACIÓN**

**APROBADO POR LA NATURALEZA**

**ISO 9001:2015**

**mindugar**

**mindugar**  
TECNOLOGIA EN ALMACENAJE

**ALMACENAJE**

**COMPLEMENTOS**

STOCK RACK • PUSH BACK® • ALTILLO SIGMA® • PICKING • TRANSPORTADORES • SORTERS • DRIVE IN®

**CONSULTA AHORA POR TODAS NUESTRAS SOLUCIONES**

☎ 56 2 2870 7400

✉ [ventas@mindugar.cl](mailto:ventas@mindugar.cl)

🌐 [www.mindugar.cl](http://www.mindugar.cl)

**E**n plena crisis sanitaria, quienes tenían un canal online desarrollado se pusieron a la delantera; otros incursionaron rápidamente a nivel de procesos para responder a las demandas del canal online y finalmente el grupo que no estaba preparado –luego del golpe– asumió un compromiso con el desarrollo de su e-Commerce. Nadie pudo evitar la transformación. Así, hoy más que nunca las empresas están enfocadas en la satisfacción del cliente, en el desarrollo de la omnicanalidad, en la búsqueda constante de mejoras operacionales sobre todo en las etapas más demandadas como la última milla y en la mirada hacia la tecnología; todo ello de cara al comercio electrónico.

“¡No me ha llegado el producto!”, ¿A qué hora llegará el pedido? ¿Quiero devolver el producto? ¿Cuál es el costo del despacho? Son las principales reacciones e interrogantes de los clientes y que deben preocupar y ocupar a los actores del e-Commerce, sobre todo a aquellos que operan en el despacho y última milla, que tienen en sus manos la satisfacción del consumidor, un factor decisivo con conversión y recompra.

Clave para la satisfacción del cliente, costosa y diferenciadora son algunas de las cualidades que definen al proceso de “última milla”. Tradicionalmente, este proceso se entendía con flujos determinados, determinados por las políticas de las empresas y la disponibilidad del producto. Sin embargo, las compañías se han movido hacia el cliente, ofreciendo diferentes servicios de entregas, ya que son ellos los que demandan y aceleran estos procesos. Hoy la última milla es un driver de las nuevas formas de distribución.

Con nuevos flujos de productos y mayor capilaridad. El desafío es creciente y consiste en adaptarse para ofrecer alternativas a las necesidades del cliente y entregarles toda la satisfacción de la entrega, reformulando procesos, integrando procesos, invirtiendo en tecnología, etc.

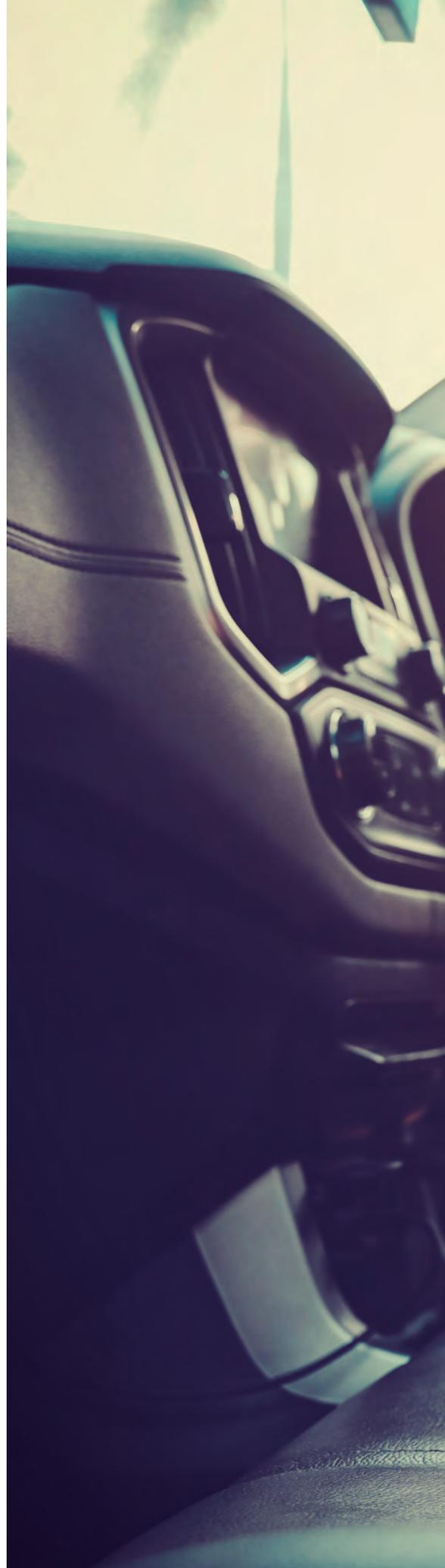
En estos momentos de cambios constante y tremendos desafíos para la industria logística hemos sido testigos de las complejidades que ha tenido el sector con aspectos como: las devoluciones o logística de reversa; los costos de los servicios, las exigencias de menores tiempos de despacho ante lo cual ha asomado como alternativa la incorporación de nuevos centros de abastecimiento urbanos (microhubs, dark store, etc.).

## TECNOLOGÍA: UN ALIADO INNEGABLE

La fricción de esta etapa es una realidad y los actores de la industria así lo han vivido. Tener capacidad y poder atender el aumento de la demanda y las exigencias es la principal tarea de los actores involucrados en este proceso. Hacer inversiones que mejoren la eficiencia en la entrega, la comunicación con el cliente, optimizar operaciones, adecuando los procesos de acuerdo con cada canal (B2B o B2C) y dar una mirada al abastecimiento de múltiples puntos.

Claro está que la tecnología juega un papel fundamental. Desarrollar capacidades y definir una propuesta de servicio al cliente son pilares que sustentan el éxito de la operación, más aún cuando el proceso que une un producto desde el CD hasta las manos del cliente es considerado una etapa lenta, compleja, costosa y sensible.

La cantidad de paquetes entregados cada día es inmenso, tal como lo deja en evidencia las calles de las principales ciudades del país y los resultados del estudio realizado por SOTI, quien recopiló comentarios de 450 gerentes de tecnologías líderes en la industria del transporte y la logística para descubrir tendencias, desafíos comunes y cómo mejorar las operaciones comerciales en 6 países (EE.UU., Canadá, Reino Unido, Alemania, Suecia y Australia). A medida que los consumidores recurren al comercio online para satisfacer sus





# ÚLTIMA MILLA: NO BASTA CON CUMPLIR, ¡HAY QUE MARCAR LA DIFERENCIA!

El desarrollo del comercio online ha demandado fuertemente a los actores de la última milla, quienes ya no sólo miran la operación desde el nivel de cumplimiento, sino que hoy apuntan y asumen un rol clave y diferenciador a nivel de servicio final al consumidor.

27

necesidades de compra, especialmente durante el reciente confinamiento global, la entrega rápida ya no es un lujo, es definitivamente una expectativa. Sin embargo, si las entregas no llegan a tiempo, los clientes se quejan. Con tantas opciones a su disposición, los consumidores eligen con sus billeteras en mano y compran en otra parte.

“Este problema no afecta solo a un país. Es un desafío mundial en toda la industria y al que se enfrentan las empresas de transporte y logística. El trayecto de un producto desde el almacén hasta la puerta del cliente es, con frecuencia, la parte más lenta del proceso de entrega. Paradójicamente, también tiene un gran impacto en la satisfacción del consumidor”, destaca el Estudio.



**Juan Astete**  
Director Comercial  
Brink's

El problema se agrava aún más por el hecho de que esta etapa final de entrega ha experimentado un crecimiento asombroso. Según SOTI, en 2018, la demanda de entrega de última milla había aumentado 67% para el sector “empresas a consumidores” durante los 18 meses anteriores. Entre los resultados claves del estudio destacan, por ejemplo, el que más de 6 de cada 10 entrevistados coincidan en que la entrega de la última milla es el proceso más ineficiente de toda la cadena de suministro.

A nivel tecnológico, casi la mitad de los participantes del estudio (49%) manifestaron que su tecnología está desactualizada y los frena. De hecho, el documento indica que el uso de nuevas tecnologías es bajo: solo el 27% de las organizaciones de T&L utilizan relojes inteligentes y el 28% usan Google Glass, por ejemplo.

En esta línea, un 76% de los entrevistados está de acuerdo en que una estrategia

centrada en los dispositivos móviles para la entrega de la última milla permite experiencias de clientes potentes y transparentes y el 58% está de acuerdo en que tener una estrategia centrada en los dispositivos móviles para la entrega de la última milla ha reducido sus costos operativos. De hecho, casi la mitad de quienes tienen una estrategia de dispositivos móviles está de acuerdo en que esto ha mejorado la productividad (48%) y visibilidad (46%). A partir de lo expuesto, el análisis concluye que “los problemas de entrega de la última milla requieren una solución móvil”.

## ¿CÓMO NOS PREPARAMOS?

¿Qué tanto ha cambiado o evolucionado la última milla en Chile?, ¿cómo responder a las exigencias de los clientes y al aumento de la demanda? y ¿cómo incorporar tecnologías al proceso puede marcar diferencias? son algunas de las preguntas que responden Juan Astete, director comercial de Brink's y Santiago Caicedo, gerente general de Te Lo Llevo by Transvip.

“El cambio de esta operación es que hoy no solo se trata de brindar una entrega, sino que los tiempos y garantías de servicios cumplen un rol importante, como parte final de la cadena”, afirmó Astete, quien recalca que este rol se entiende porque “la percepción del servicio del cliente se finaliza, considerando la satisfacción de entregas como resultado final”.



**Santiago Caicedo**  
Gerente General  
Te Lo Llevo

En tanto, para el ejecutivo de Te Lo Llevo el foco de esta operación está hoy en “la inmediatez”, que se ha transformado en el principal eje de cambio en la industria. “Los tiempos se van acercando cada vez más a la entrega en horas y no en días. Además, ha dejado de ser una industria

apalancada en activos para convertirse en una industria soportada casi por completo en tecnología, afirma Caicedo.

Y estos cambios han obligado a mirar esta etapa operacional con ojos distintos. La última milla se ha transformado en uno de los procesos más sensibles y clave para el éxito final de las compañías. A este respecto, el director comercial de Brink's afirma que esta etapa “juega una alta ponderación del servicio entregado al consumidor. La exigencia de ‘On time deliveries’ puede hacer la diferencia al momento de decidir sobre mis próximas alternativas de compras. Hoy, además con el acceso a redes sociales, comentarios en portales puede ser un factor de éxito o fracaso al momento de elegir un servicio. La experiencia hoy define factores importantes sobre el cumplimiento de necesidades”.

En esta línea, Santiago enfatiza que la última milla está tremendamente asociado y vinculado a la “experiencia del cliente en la forma y tiempo de respuesta en las entregas”. Por lo tanto, el ejecutivo señala que “el coordinar las entregas y superar las expectativas es parte de los desafíos de la última milla. Hoy el desempeño en esta etapa determina el nivel de satisfacción de los consumidores finales”.

## DESAFÍOS

Y considerando el panorama en el cual se mueven estos actores; un escenario desafiante, demandado y sobre todo observado, los desafíos que enfrentan no son menores y ante esa situación las empresas de servicios de última milla han trabajado en el reforzamiento de su diseño operación, en la planificación de sus operaciones, en la incorporación de tecnologías y muchos han dado un tremendo salto en la profesionalización de sus servicios.

La demanda por estas soluciones de entrega ha crecido fuertemente, producto del boom del comercio electrónico en tiempos de pandemia. Sin embargo, todo hace presagiar que esta demanda y exi-

gencia perdurarán en la nueva normalidad post pandémica, obligando a todos a seguir en la mejora constante de la operación, sobre todo en la eficiencia, rapidez y el nivel de cumplimiento.

Para Santiago Caicedo, “superar las expectativas de los consumidores o destinatarios finales, disponibilizando información en línea con trazabilidad de los envíos es uno de los principales desafíos que enfrenta la industria. Asimismo, agregó que es “un desafío ampliar la malla de cobertura domiciliar para llegar a donde hoy está la demanda”. A juicio del director comercial de Brink’s el principal desafío de la industria está en la alta competitividad. “Hoy cada vez más, las empresas de transporte de valores estamos ampliando nuestro portafolio de servicios y cada vez nuestros clientes exigen servicios a la medida de cada necesidad, por lo mismo, la flexibilidad y rapidez con la que nos adaptamos genera desafíos propios del sector”.

Y ¿cómo dar respuesta a estas demandas y exigencias propias del desarrollo, profesionalización y crecimiento del sector? Ante esta interrogante, los ejecutivos reconocen que el camino para responder a los nuevos requerimientos va de la mano de equipos de alto rendimiento, planificación de ruta, inversiones en infraestructuras y tecnología. Todo -tal como señala Caicedo - para mejorar los tiempos de entrega y respuesta.

## ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO

Como señalamos el mundo cambio y eso hace prever que la logística no será la misma que antes de la pandemia. La denominada nueva normalidad incluye la consolidación de los nuevos hábitos de consumo, la flexibilidad operacional, el foco en el nivel de servicio, la preocupación por responder a las demandas de los consumidores; todo debido al nuevo

rol que tiene el canal online en el diseño estratégico de las compañías. El mundo online llegó para quedarse y eso impulsa tremendamente a las empresas en cuanto a su nivel logístico. En este sentido, es fundamental para los distintos actores de la cadena estar constantemente mejorando, midiendo su nivel de servicio, innovando y por supuesto atentos a los clientes y sus demandas.

Y para eso las empresas se preparan. En este sentido, el ejecutivo de Te Lo Llevo, Santiago Caicedo, asegura que las tecnologías son claves para esta mirada de futuro. “Hoy más allá de la operación, la última milla es un proceso tecnológico que entrega información a los clientes y a los destinatarios, el control de flujo de los envíos y el saber dónde está cada uno de los envíos es fundamental.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:  
www.revistalogistec.com  
Sección: E-COMMERCE

# QuadMinds

## Plataforma Online para optimizar la planificación de rutas



Gana visibilidad sobre la operación



Mejora los tiempos de planificación de rutas



Envía notificaciones al cliente



Mejora el nivel de servicio



Reduce costos asociados al transporte



Contacta un asesor para más información

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





se ha presentado al alza, sino también la apertura de las tiendas físicas que, a partir del levantamiento de las restricciones sanitarias, han ido ganando protagonismo en términos de visitas.

Si bien la Navidad pasada fue una gran prueba en términos logísticos para el Retail, debido a los retos operativos que impuso el comercio electrónico, este año se espera que lo aprendido, los ajustes en términos logísticos, las implementaciones tecnológicas realizadas y el desarrollo que ha tenido el canal online en materia de experiencia sean claves para lograr una performance eficiente.

De más está decir que, para la temporada navideña 2021, todos esperan que el e-Commerce cumpla un rol fundamental. Esta vez el "Viejo Pascuero" seguirá pendiente de la demanda online. A partir de lo dicho, resulta importante ahondar en algunas situaciones que entran en juego para estar preparados para esta Navidad 2021.

## EFEECTO DOMINÓ

Poner una fila de piezas de dominó paradas, una al lado de otra, a una distancia determinada. Luego una pieza cae y de forma secuencial cada una de las piezas van cediendo. Este imagen que habla del reconocido efecto dominó deja en evidencia que cuando las partes están vinculadas, cercanas o unidas, lo que pase en una de ellas afectará ineludiblemente el comportamiento y actuar de la otra pieza.

Al igual que el efecto dominó, la logística mundial ha dejado entrever su vinculación a nivel global. Por más lejano que a veces parezcan los países o las situaciones que a ellos les afectan, muchas de las medidas aplicadas en algunas naciones han dejado en evidencia la importancia económica de algunos sectores geográficos y la relevancia que tiene para el funcionamiento de la cadena de suministro global. Ningún país ni ninguna empresa están tan lejos para

# RETAIL: ¿CÓMO ENFRENTAR LA ÚLTIMA ETAPA DEL AÑO?

30

CON LA PREOCUPACIÓN DE GRANDES MULTINACIONALES EN CUANTO A SU ABASTECIMIENTO PARA HACER FRENTE A LAS DEMANDAS DE LA ÚLTIMA PARTE DE 2021, LO TENSIONADO QUE ESTÁ AÚN LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS A NIVEL MUNDIAL O LOS BUENOS NÚMEROS DEL RETAIL CHILENO SON ASPECTOS QUE ENTRAN EN JUEGO CUANDO LA INDUSTRIA SE PREPARA PARA RESPONDER EN NAVIDAD.

Comienza a declinar este año y con ello se acerca uno de los eventos de consumo más importantes del año: la Navidad. Ante los desafíos que depara esta temporada navideña no es de extrañar que los retailers nacionales hayan preparado sendas estrategias a fin de garantizar stocks

para satisfacer la demanda y, al mismo tiempo, estén preparando sus procesos logísticos de importación, transporte, almacenamiento y distribución a fin de lograr resultados exitosos a nivel comercial. Y es que, imbuidos en la "nueva normalidad", tanto los retailers como sus partners logísticos enfrentarán no solo la demanda e-Commerce que en los últimos meses

Seguimiento  
MY SAMEX



**SAMEX**  
carga con expertos



Muchos ven el transporte de carga industrial como una dificultad. Su tamaño, sus cualidades, las características de su manipulación y los vehículos que se requieren para su movimiento lo transforman en una actividad especializada.

#### SISTEMA DE TRAZABILIDAD (MYSAMEX)

Plataforma web que permite conocer el estado de tus envíos, obtener reportes y monitorear el cumplimiento de los plazos de entrega en línea.

En Samex contamos con distintas soluciones de transporte para el segmento industrial, donde la tecnología, la trazabilidad, la infraestructura, los equipos y la cobertura son pilares centrales para transformarnos en un "Experto en Carga".



INDUSTRIA  
LOGÍSTICA



COMERCIO  
INTERNACIONAL



CARGA  
SOBREDIMENSIONADA



PARTES  
Y PIEZAS

**EN SAMEX:  
MOVEMOS  
LO QUE OTROS  
NO PUEDEN**



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

no verse inmersas en la trastienda del comercio mundial. Atendiendo a esta lógica y tal como se vivió a inicios del año 2020, la pandemia ha puesto en jaque el abastecimiento de importantes empresas.

Con el correr de los meses muchos aspectos han quedado en evidencia y algunos puntos se han establecido como resultados de estos cambios, tales como: la importancia de algunos países asiáticos en el abastecimiento mundial –zona geográfica reconocida como la gran fábrica del mundo; el rol predominante y estratégico que tiene el transporte marítimo para el comercio global, dado que buena parte de las transacciones mundiales se sustenta en este medio de transporte; la importancia de tener planes de contingencia ante situaciones extremas o disruptivas; contar con flexibilidad en la operación; tener visibilidad de todo del inventario y stock disponible y estar atento y conectado con la contingencia global; pero sobre todo, tener una relación cercana con cada actor involucrado en tu cadena.

Todo lo anterior nuevamente sale al tape, tras las medidas sanitarias anunciada por Vietnam. Y es que el país del sudoeste asiático ha cerrado sus fronteras e iniciado un periodo de cuarentena para controlar la propagación del coronavirus. Ya en agosto pasado el cierre en Vietnam había provocado una acumulación de 100 mil TEU en el puerto de Cat Lai de la ciudad de Ho Chi Minh. Sin embargo, la situación hasta el momento no mejora.

A fines de septiembre, la atención por la situación de vietnamita crecía, ya que muchas multinacionales manifestaron su preocupación por una eventual escasez de productos. Marcas mundiales como Nike y Gap que se han vuelto dependientes de los fabricantes del país del sudeste asiático levantaron alertas.

Así, los atrasos y restricciones se han transformado en un dolor de cabeza para las empresas extranjeras, muchas de las cuales se han trasladado a Vietnam desde China en los últimos años. Encontrándose

en una situación extrema e inimaginable. Existe el consenso que las empresas han iniciado un proceso de análisis, en cuanto a la necesidad de diversificar su producción, donde asoma, por ejemplo, establecer alianzas de fabricación con proveedores más cercanos geográficamente que te permitan en parte responder ante emergencias.

Volver la mirada al abastecimiento local o regional ha cobrado fuerza. En Chile según los expertos, la mirada se ha volcado a nivel regional, donde, por ejemplo, pensando en el mundo de la moda existente y desarrollados sectores textiles en Perú y México; que no está mal considerar.

## EL RETAIL CHILENO

En estos días, Chile vive el último evento de comercio online del año. El Cyber Monday acapara la atención de clientes y también de las empresas, quienes han robustecido sus estrategias digitales y logísticas para responder al volumen de transacciones que se realizarán en los 3 días del evento comercial.

Las cifras hablan por sí solas. El desarrollo del e-Commerce parece ya consolidarse en Chile como un canal de venta importante que no sólo atrae en tiempos complejos como las restricciones de movilidad, sino que ya se ha transformado en un canal de venta por elección.

No obstante, el Retail chileno por su parte vive uno de sus periodos más dinámicos con un fuerte crecimiento que han demostrado prácticamente todos sus índices que, en parte, refleja la recuperación económica en Chile. Los grandes retailers han capitalizado buena parte de la abundante liquidez que existe en este momento, producto de las ayudas fiscales y cómo no, de los tres retiros de fondos del 10% de las AFP.

Como reflejo de lo anterior, Cencosud registró ingresos por US\$ 7.066 millones en

el primer semestre del año, lo que implica un alza de 10,74% en doce meses, de acuerdo a los resultados reportados a la CMF.

Falabella, en tanto, registró ventas por US\$ 6.333 millones a junio 2021, lo que representa un salto de 37,73% frente al mismo lapso de 2020. Ripley es el tercer gran Retail chileno. Los ingresos de la compañía ligada a la familia Calderón treparon hasta los US\$ 834 millones en el primer semestre, esto es un potente salto de 46,77% en doce meses.

## UNA NAVIDAD HIBRIDA

Si bien, el Viejo Pascuero está atento mirando cómo avanzan estos últimos meses del año para los analistas del sector, no cabe duda, que esta navidad será una “muy buena fecha para el Retail”. Los factores señalados anteriormente, en cuanto a la liquidez financiera de las personas, hace presagiar que esta época será muy beneficiosa para las compañías en términos de ganancias y transacciones cerrando así un buen año para la industria.

En términos logísticos, ¿Cómo enfrentamos y nos preparamos para Navidad? ha sido la pregunta que ha rondado a los ejecutivos nacionales en el último tiempo. Si bien, la Navidad 2020 se transformó en la “navidad online”, dado el desarrollo que tuvo el comercio electrónico ese año; este 2021 se espera que la Navidad sea definida como la “navidad híbrida”, en términos del rol de los canales de ventas.

Sin embargo, los servicios logísticos en torno a esta operación siguen tensionados, lo que hace imaginar que no será nada fácil en términos de nivel de servicio de cara a los clientes; obligando a las compañías a robustecer –ante la incertidumbre que aún existe ante la pandemia– tanto sus canales de ventas presenciales como también los online.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:  
www.revistalogistec.com  
Sección: E-COMMERCE



**Nuestro Master Plan, incorpora más de 20.000 posiciones de pallet al mercado de la carga congelada, teniendo ya más de un 60% contratado.**

**FRIOSAN SPA es el Almacén Frigorizado -20° más moderno de Sudamérica, inicia su construcción en Julio de 2021, gracias a la participación de dos actores líderes en sus mercados, Acciona Capital y Caltronic como proveedor y gestión de la automatización y robotización del Centro Logístico Friosan SpA.**

# **EL PRIMER HOTEL 5 ESTRELLAS PARA TU CARGA CONGELADA**

**Procesos automatizados que disminuyen el error humano  
Rapidez en procesos de carga y descarga  
Almacenamiento para toda la carga en un solo lugar**



[contacto@friosan.cl](mailto:contacto@friosan.cl)



# LA EVOLUCIÓN DEL ECOMMERCE Y EL ECOSISTEMA DIGITAL

34

**PARA LA CADENA DE SUMINISTRO A NIVEL GLOBAL, EL COVID-19 HA SUPUESTO MUCHOS DESAFÍOS Y HA EJERCIDO UNA PRESIÓN SIN PRECEDENTES EN LOS RECURSOS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN.**

**N**o es novedad que el comercio electrónico ha tenido un crecimiento exponencial a nivel mundial, en este sentido Chile no se queda atrás, situándose en el segundo lugar en el podio de Latinoamérica de los países que más utilizan los medios digitales para realizar sus compras. Si nos vamos a cifras el pasado año, según datos de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), las ventas

del comercio electrónico aumentaron en un 214%, superando con creces las expectativas de crecimiento que bordeaban del 15 al 25%. Estamos avanzando hacia un nuevo modelo comercial híbrido y omnicanal, con diferente peso de las ventas presenciales y online, con el claro ascenso del online, que se ha visto muy favorecido por varios eventos como el Cyber Day y el Cyber Monday, campañas que están alcanzando altas puntas de crecimiento y suponen un gran desafío para las empre-

sas y sus cadenas de suministro, quienes tienen que cumplir con las expectativas y necesidades de un mercado y unos consumidores que crecen constantemente y son cada vez más demandantes.

Las empresas deben adaptarse y buscar soluciones sostenibles dentro de la cadena de suministro. La tecnología, la automatización y los vehículos eléctricos autónomos buscan así mismo un papel importante para hacer que las cadenas de suministro sean más eficientes y ecológicas. Los operadores logísticos tienen un gran reto por delante, conforme aumenta el consumo y las ventas omnicanal, aumentan los desafíos, por lo que la oportunidad de profesionalizar la gestión de la cadena suministro y tercerizar las operaciones es cada vez más interesante.

Exigencias en cuanto a empaquetado, con clientes que valoran cada vez más como llegan los productos, cuanta dedicación hay en su proceso de encajado. Los tiempos de entrega que buscan ser cada vez más acotados, las distintas opciones de envío, pensando siempre en comodidad del cliente.

## UN NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

En este sentido, surgen nuevas piezas de juego en el ecosistema digital chileno, producto del aumento del comercio online, los denominados Marketplace; espacios digitales que agregan innumerables productos y que, bajo una misma marca, garantiza una rapidez y calidad de entrega cada vez mayor. Los Marketplace desempeñan un papel cada vez más importante en el comercio electrónico global. En 2020, fueron responsables del 63% del gasto digital a nivel mundial. Y, tras los meses más severos de la crisis sanitaria, más del 40% de todo el gasto realizado a través de la red provenía de estos canales online. Incluso, el 72% de los compradores globales dicen que las compras en línea los salvaron en 2020. Además de

eso, el 73% de los consumidores considera que el comercio online continuará siendo importante de cara al futuro próximo. Consecuencia de ello, han surgido nuevas marcas que compiten con otras más tradicionales, en esta nueva arena digital, que reducen su distancia, porque son nativas digitales y dominan los procesos que hay detrás de cada compra online. Un nuevo competidor, moderno y sin cargas estructurales, que se mueve con rapidez hacia el segmento de mercado que ofrece mejores márgenes.

En esta línea, Latinoamérica dispone de un panorama diversificado de Marketplace con muchos competidores en el juego que alcanzan cantidades notables de GMV (Valor Bruto mercancía) e importantes cifras de crecimiento. En este escenario, surgen nuevos portales que se unen a los ya conocidos portales como Mercado Libre y Linio que son los más grandes, tanto a nivel nacional como regional. Linio, además, forma parte de Falabella que acaba de lanzar su propio Marketplace en el que unifica el área retail, Sodimac, Linio, Tottus y productos de más de 10.000 pequeñas y medianas empresas.

De igual modo, surgen otros portales como Premium Outlet Arauco que aloja hasta el momento un catálogo de miles de productos y un portafolio de más de 40 marcas. Todo ello, para ofrecer un servicio que permita a sus clientes comprar marcas premium de manera virtual, fácil y con descuentos; además de recibirlos en su casa. También han irrumpido los Marketplace internacionales que quieren competir en Chile, así como marcas chilenas que quieren convertirse en Sellers traspasando fronteras. La competencia está servida, poniendo el foco en el comercio electrónico transfronterizo o cross-border.

Un fenómeno que silenciosamente está creciendo a pasos agigantados y está ganando un gran impulso a medida que los clientes compran productos fuera de sus fronteras. Sin embargo, tiene sus propias dificultades ya que no solo es la comer-

cialización vía online de productos entre diferentes países; sino que engloba el complejo proceso logístico, además del transporte, temas arancelarios y de impuestos, así como tiempos de tránsito y entregas. Todo un universo que en Chile comienza a ser relevante y que va a verse muy favorecido en los próximos tiempos por la consolidación de los nuevos hábitos de consumo, el aumento de la oferta disponible y la mejora de los servicios de entrega; una clara consecuencia de la apuesta por el comercio online en el país latinoamericano.

Las grandes organizaciones del país, los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas tienen el reto ante sí de consolidar su futuro negocio sobre esta base digital, mediante una estrategia omnicanal que preste la misma atención a cualquier operación, sea presencial o no. Para ello es imprescindible contar con experiencia y servicios especializados. Apoyarse en operadores logísticos internacionales que puedan proveer de un servicio de origen a fin, y que pueda gestionar las distintas etapas de la cadena de suministro, según las necesidades de cada marca, ya sea la gestión del transporte internacional y los temas aduaneros y arancelarios, el almacenamiento y la preparación de pedidos, así como la distribución al cliente final y la logística inversa.

Operadores que cuenten con un expertise en la gestión única del stock para servir a los clientes, donde se necesite, desde donde sea más rentable y eficaz hacerlo. Un servicio integral que, además, debe satisfacer al consumidor, cada vez más exigente y en continua búsqueda de una experiencia de compra única y satisfactoria. Asistimos a una nueva etapa en este desarrollo del eCommerce en Chile que ofrece oportunidades y desafíos a todas las marcas comerciales que tienen como destinatarios a clientes finales, que buscan por su cuenta el producto que desean, y que lo quieren recibir cuanto antes, en perfectas condiciones y con todas las garantías que encontraban en un comercio físico.

Fuente: Logisfashion. ■

# Módulo Búfer Vertical

## ¿Qué es un Módulo Búfer Vertical?

El nuevo LR 35 es una solución dinámica de gestión de contenedores que consiste en un sistema compacto de estanterías con un mástil móvil en el centro que almacena y recupera los contenedores, transportándolos hasta una estación de picking ergonómica o enviándolos automáticamente a través de una banda transportadora de salida.



- 99.9% de precisión de picking
- 2/3 menos personal requerido
- Acceso 100% ergonómico (golden zone)
- Consumo energético 70% más eficiente

**kardexremstar**  
kardex.com



# “PIENSA EN GRANDE”

## LA INVITACIÓN DE BODEGAS SAN FRANCISCO PARA QUE TODOS PUEDAN CRECER CON APOYO LOGÍSTICO

Con 36 años de experiencia, Bodegas San Francisco es la empresa de bodegaje más grande y con más larga trayectoria del país, y su servicio abarca desde módulos de 25 m<sup>2</sup> hasta grandes centros de distribución. Actualmente cuenta con más de 1.000 clientes, siendo la mayoría pymes que buscan un lugar para hacer crecer su negocio.

**BSF DESEMPEÑA UN ROL FUNDAMENTAL EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS GARANTIZANDO LA CADENA DE ABASTECIMIENTO, EN UN CONTEXTO DONDE LOS HÁBITOS DE CONSUMO EXPERIMENTARON PROFUNDAS TRANSFORMACIONES QUE OBLIGARON A LAS EMPRESAS A ENFRENTAR UN RETO INELUDIBLE: ADAPTARSE A LAS NUEVAS CONDICIONES DE MANERA ÁGIL Y EFICAZ.**

Sergio Barros, gerente general de BSF, explica que *“en esa adaptación es donde los invitamos a ‘Pensar en Grande’, porque los cambios no son solo en la forma en que opera la actividad económica. Entendemos que en medio de todas estas transformaciones estamos llamados a ejercer nuestro rol social y ambiental con más fuerza que nunca”*.

*“Porque somos mucho más de lo que nuestras soluciones pueden ofrecer en términos de experiencia, seguridad, ubicación estratégica y flexibilidad. Nuestra convicción es que somos parte de un ecosistema y nos inspira ver crecer a todos y cada uno de los que lo habitan y lo rodean. Para Bodegas San Francisco ‘Pensar en Grande’ es abrir las puertas al desarrollo sostenible de nuestros clientes, co-*

*laboradores, proveedores y comunidades, significa hacer la diferencia, creando un espacio para que todos puedan ser grandes sin importar su tamaño”,* enfatiza Barros.

A lo largo de los años BSF ha alcanzado una infraestructura de más de 2.130.000 m<sup>2</sup> de bodegas distribuidas en 14 centros, de los cuales siete están en Santiago y cuatro en regiones (Antofagasta, Chillán, Temuco y Puerto Montt), además de tres centros en Lima, Perú.

## UN MODELO QUE APORTA A LA CIUDAD

El modelo de Centros Logísticos Multi-clientes (CLM) con que opera BSF en sus “condominios de bodegas” cuenta con administración, gran infraestructura, junto a una amplia gama de servicios asociados y complementarios a la actividad del bodegaje. Esta configuración de CLM permite la interacción clientes-proveedores dentro de los mismos centros logísticos, lo que genera una serie de ventajas

para quienes son parte del día a día de la actividad, sumado a beneficios también para la ciudad. Estas ventajas fueron evidenciadas en una investigación del Centro de Innovación en Transporte y Logística de la Universidad Diego Portales (CityLog UDP), publicado en septiembre de 2021, titulado “Estudio del beneficio social de la instalación de centros logísticos multi-cliente en zonas urbanas. Caso de estudio Bodegas San Francisco”.

La investigación reportó un ahorro anual cercano a los 1,4 millones de litros de diésel; y 3,1 millones de kilómetros menos recorridos en un año. En emisiones atmosféricas esto se traduce en una disminución de más de 6 toneladas de material particulado MP10. Asimismo, el ahorro anual en kilómetros recorridos por el transporte

de carga dentro de la Región Metropolitana es de 3,23 km menos por cada m<sup>2</sup> del centro logístico que se construye en la periferia de la ciudad.

En términos económicos, el ahorro anual en costo social (es decir, la medida en la que la sociedad en su conjunto se beneficia de la existencia del centro logístico estudiado) es enorme.

En el escenario más conservador, se sitúa en \$ 6.382 millones, mientras que en el más optimista supera los \$ 7.800 millones.

Incluso los beneficios podrían ser mayores, ya que los investigadores señalan que no se han considerado las eficiencias producto de la reducción de atochamientos y accidentes de tránsito a nivel vial, ni las eficiencias producidas por la colaboración horizontal que se genera entre los usuarios de estos centros, logrando que los centros de mayor tamaño sean considerablemente más beneficiosos que los pequeños. El informe está enfocado en los centros logísticos de Bodegas San Francisco de Puerto Madero, Lo Aguirre y La Farfana, en Pudahuel, donde se midieron los beneficios sociales de su instalación en

**Sergio Barros**  
Gerente General  
BSF





un ejercicio de cuatro etapas: recolección de datos, mapeo origen-destino, cálculo de distancias y análisis de sensibilidad.

En el estudio se consideró los movimientos de carga de empresas de retail para determinar el costo social que existiría si dejaran de operar a través de BSF y lo hicieran cada una en sus múltiples centros de distribución, en distintos lugares de la ciudad. Para dicho cálculo se utilizan parámetros conocidos y establecidos por el Ministerio de Desarrollo Social que permiten una cuantificación de los ahorros mencionados.

## TU NEGOCIO, TUS SUEÑOS, DEBEN SER GRANDES

Como un compromiso de confianza con sus clientes, BSF no ha subido sus tarifas en 30 años, con la excepción de Antofagasta. Incluso hoy, donde los porcentajes de vacancia son muy bajos y no se registraban índices similares desde el periodo 2012-2013. Para que los clientes puedan ser grandes, BSF es flexible. Esto se traduce en una oferta en espacios y en períodos de contratación, donde ocupan los

metros cuadrados que necesitan, lo que genera condiciones óptimas para su crecimiento. Y tener esa capacidad de adaptación a un costo fijo es algo muy valorado por los clientes.

Como otra de sus ofertas de valor, en BSF destaca el modelo de administración de infraestructura de terceros, ya sea bajo la marca BSF o las marcas propias de clientes, con el cual pone a disposición de estos el mismo sello de calidad y todas las cualidades que ofrece en sus propios centros. Bajo este esquema, BSF puede arrendar y administrar un bien raíz completo subarrendándolo al cliente final, o bien administrar el bien asegurando al cliente una vacancia máxima.

Otro de los aspectos más destacados es la ubicación estratégica de los centros logísticos: con acceso a las carreteras que se conectan a los principales puertos de Chile y del Aeropuerto de Pudahuel, que es la puerta de entrada y salida de bienes por vía aérea del país.

## AVANZAR HACIA LA SOSTENIBILIDAD ES PENSAR EN GRANDE

En el contexto de la historia económica del país, la industria del bodegaje se desarrolló de acuerdo con lo que exigía una época donde lo que primaba en Chile era el despegue económico. Hoy en cambio, los requerimientos sociales son distintos: la sostenibilidad debe estar presente en toda acción empresarial.

Para esto, ha desarrollado una serie de iniciativas en materia energética, entre los que se incluyen, la instalación de 500 metros cuadrados de paneles solares en el Centro Logístico Lo Aguirre, el estacionamiento solar más grande de la Región Metropolitana con 408 metros cuadrados de paneles fotovoltaicos en su centro Puerto Madero, y ya varios puntos de carga para vehículos eléctricos, esperando así poder propiciar un transporte más limpio, con menor impacto en el entorno.

A estas iniciativas de energía limpia y electromovilidad se suma la gestión de residuos de clientes y usuarios, para extender la generación de valor a toda la cadena logística. Según lo que informa la empresa, en 2021 ya se ha reciclado más de 1.700 toneladas de residuos para reciclaje. ■



# DRIVIN: LA CONSOLIDACIÓN Y CRECIMIENTO DE UN TMS FLEXIBLE Y MODULAR

Gracias a la robustez de su solución, la capacidad de sus equipos profesionales y la confianza de grandes empresas, Drivin vive un momento de expansión a nivel regional que lo tiene hoy abriendo sus oficinas en Estados Unidos, desde donde continuará consolidando su papel en la industria.

**“SOMOS UN PARTNER TECNOLÓGICO CON UN OÍDO DESARROLLADO PARA ESCUCHAR LAS NECESIDADES DE LA INDUSTRIA”, AFIRMA ERNESTO GOYCOOLEA, GERENTE GENERAL DE DRIVIN, QUIEN RECALCA ADEMÁS QUE LA EMPRESA TIENE COMO FOCO CAMBIAR LA MANERA EN QUE SE PLANIFICAN Y EJECUTAN LOS DESPACHOS, PERMITIENDO “A NUESTROS CLIENTES MEJORAR SU COMPETITIVIDAD Y ENTREGAR UN SERVICIO DE CALIDAD A SUS CLIENTES FINALES”.**

Esta mirada de servicio y de cercanía sumado a la robustez de su TMS SaaS es lo que ha posicionado a Drivin como una compañía líder en el sector tecnológico, de la mano de software TMS 4.0 que gestiona y automatiza la gestión del transporte, incluyendo acciones de planificación, recolección, procesamiento y entrega de información relacionada con los despachos de productos y servicios.

Gracias a su constante política de innovación y desarrollo, Drivin es una de las soluciones más completas del mercado y se ajusta a las necesidades logísticas de las empresas, a través de una plataforma modular, muy sencilla de implementar y usar.

La empresa se caracteriza además por impulsar constantemente la digitalización de sus clientes, cuyas operaciones logísticas son intensas en transporte.

“Somos una solución modular que interconecta a todos los actores de la cadena logística, a través de módulos independientes que el cliente puede incluir de acuerdo a sus necesidades. Hemos invertido en un equipo técnico y consultivo de alto nivel con la principal misión de desarrollar soluciones efectivas y adecuadas a los reales desafíos de la industria”, recalca Goycoolea.

## CONSOLIDACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO

El último año y medio ha sido vertiginoso en cuanto a expansión geográfica para la empresa. Según Ernesto, Drivin vive un momento de crecimiento, “con muchos clientes y hartos cambios, dado que muchos han debido adaptarse a las nuevas formas y procesos para atender a sus clientes. Todo se ha visto desafiado ante la clara intención de atender a los consumidores”.

“En las cadenas de suministro existe un proceso de transformación digital y automatización y en ese sentido nuestra mirada está en hacer estos procesos más fáciles. Todos los clientes están obligados hoy a asumir estos cambios y, en ese sentido, encuentran

en Drivin un aliado para esta situación llena de desafíos”, recalca el profesional. Pero el reconocimiento de los clientes y el reposicionamiento a nivel de industria no han sido gratuitos. Drivin se ha caracterizado por desarrollar un modelo de innovación constante que se alimenta de la relación con sus clientes y, por ende, de las necesidades que ellos tienen a nivel operacional.

“Comenzamos hace años con la automatización de rutas y fuimos creciendo haciendo el seguimiento de los pedidos y el estatus de las órdenes. Así hemos abordado bastantes flujos de trabajos de distintas empresas. Tenemos todos los procesos bien definidos y flexibles para así poder responder a las características del flujo logístico de cada cliente, desde el movimiento de la carga hasta la entrega a los clientes finales”, añade.

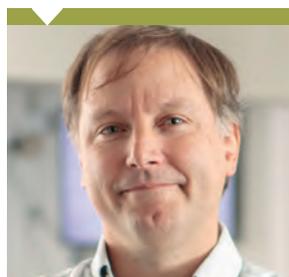
Así, Drivin cuenta hoy con un software capaz de responder a casi todas las operaciones logísticas posibles de las empresas, gracias a la experiencia en la industria y a la diversidad de sus clientes. “Tenemos miles de activaciones que nos permiten implementar casi cualquier cosa. Si no lo tenemos, nuestros equipos lo desarrollan rápidamente para dar respuestas a las necesidades de cada empresa”, agrega Goycoolea.

Si bien, la empresa comenzó en Chile, el alcance y éxito de su solución le ha permitido expandir su servicio, actualmente, en más de 22 países, entre ellos, México y Perú; mercados donde Drivin está fuertemente presente.

“Cuando presentamos nuestra solución, los clientes se sorprenden de la

cantidad de módulos que podemos ofrecerles, confirmándoles que pueden tener en Drivin todo en uno, ya que apuntamos al desarrollo de un software completo de gestión. Somos más que un TMS, somos

**Ernesto Goycoolea**  
Gerente General  
Drivin



un software con soluciones completas”, expresa el ejecutivo. Si bien, la empresa reconoce que aún queda mucho por crecer a nivel regional, valoran lo avanzado en Latinoamérica y continúan con foco en su expansión. Este éxito, a su vez, le ha dado a Drivin la fuerza para seguir creciendo con el respaldo de la calidad de su solución y de su equipo técnico, comercial y de soporte.

“Contamos con equipos sólidos de consultoría, soporte y desarrollo que acompañan al cliente en sus iniciativas de impulso de nuevos negocios o mejora continua, creando una experiencia que aporta valor a sus cadenas de suministro”, agrega.

## EL RECONOCIMIENTO DE LOS GRANDES

Un pilar clave del éxito que ha experimentado la compañía en su corta trayectoria es el compromiso y esfuerzo del equipo que la conforman, quienes –a juicio de

Goycoolea- trabajan con “orgullo en Drivin, porque saben que cada uno de los avances que realizamos son reconocidos por grandes empresas y líderes del sector. La venta consultiva y el respaldo que da la robustez de la solución se han transformado en el eje central de la confianza del equipo para crecer en el tiempo”.

“Estamos bien posicionados en empresas globales, lo que nos da la confianza para ofrecer servicios en países a veces no dimensionados”, detalla el ejecutivo.

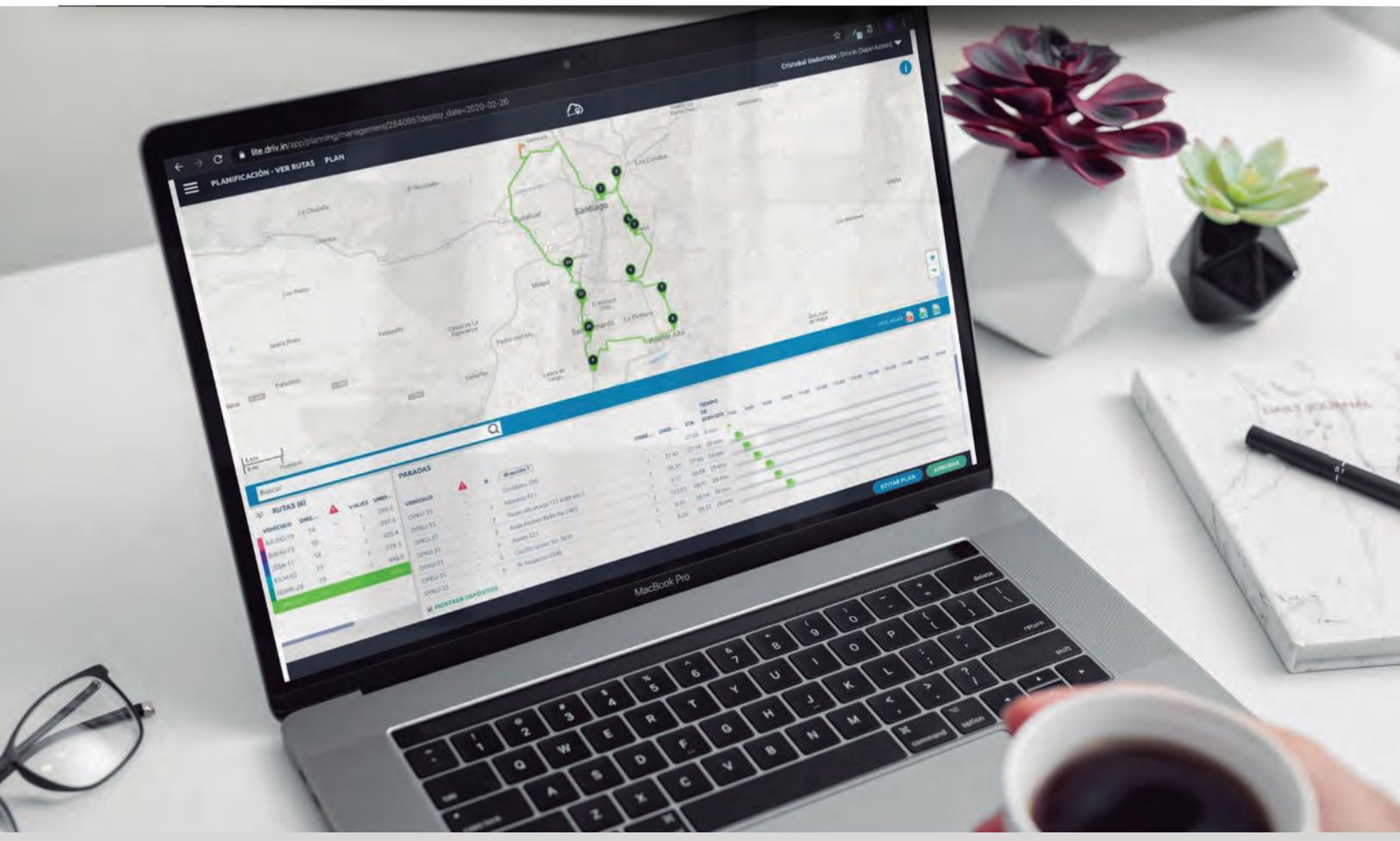
Sin embargo, Ernesto recalca que –a pesar de los éxitos- el foco y la diferenciación de la empresa siguen estando en la flexibilidad, la modulación de los procesos, la cercanía con los clientes, la confianza y capacidad de los equipos.

En cuanto a estimaciones de crecimiento, el gerente general de la compañía, reconoce que “hace 4 años que venimos creciendo al doble y es lo que esperamos para este año también. Quedan muchos

desafíos por delante, pero siempre nos hemos planteado una meta ambiciosa, pero cumplible”. Para alcanzar estos objetivos, la empresa cuenta con un equipo profesional motivado para seguir posicionando a Drivin como un actor relevante en el camino de la digitalización de las operaciones logísticas.

Al elegir Drivin, las empresas llevan su logística a otro nivel, consiguen eficiencia real y pueden ofrecer un mayor valor agregado a sus clientes, tal como lo ha comprobado importantes compañías globales y regionales.

Las cualidades y el reconocimiento alcanzado por Drivin permiten a la empresa seguir avanzando en el posicionamiento de su software. ■





Líder:  
**Eutivio Toledo**  
Gerente General  
ILETSA

## CINCO FUERZAS DISRUPTIVAS EN LA GESTIÓN DE COMPRAS. UNO DE LOS DESAFÍOS MÁS IMPORTANTES PARA LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES A LO LARGO DE LATINOAMÉRICA, Y QUE NO ADMITE EXCUSAS PARA ENFRENTARLO, ES CÓMO SE HA DE RESPONDER A LOS CADA VEZ MAYORES INCREMENTOS EN LA VOLATILIDAD DE LA DEMANDA.

El esquema de agilidad, que no solo implica velocidad de adaptación, es lo que guía y hasta cierto punto, direcciona cómo responder. Dentro de la gestión logística, la respuesta del proceso de compras, es clave, para de inicio brindar un muy buen nivel de competitividad a la empresa.

Claramente, el impacto de un reabastecimiento a destiempo, por adelanto o atraso, posee implicaciones en el costo logístico, reflejado en el quiebre o exceso de inventario. Martin Christopher (2005), ya lo visualizó, al sugerir el concepto de cadena ágil de suministro.



Ello implica 7 aspectos preponderantes

1. Sincronizar las actividades a través de intercambio de información (Networking) - 2. Trabajar más inteligentemente (Base procesal) - 3. Asociarse con los proveedores para reducir los tiempos efectivos de reabastecimiento - 4. Enfocarse en reducir la complejidad operativa - 5. Ejecutar la acción final de producir o comercializar, lo más cercano a la entrega - 6. Gerenciar no por funciones, sino por procesos - 7. Emplear las métricas de desempeño apropiadas.

Esta conjunción de recomendaciones, se necesitan aplicar, dentro de un ambiente disruptivo, cuyas fuerzas, en el aspecto de compras se muestran a continuación

### ANÁLISIS AVANZADO (ADVANCED ANALYTICS)

La analítica de datos permitirá tomar decisiones en tiempo real, con menos supuestos. Aprovechando los datos históricos y aproximando los aportes cualitativos con mejor asertividad.

### RIESGO (RISK MANAGEMENT)

La gestión de riesgos, en los procesos de compra, pasará de un aspecto cualitativo, a uno de características cuantitativas, es decir, sustentada en datos y modelos estructurados.

### TRANSPARENCIA

Cada proceso ha de ser transparente, con un mayor control y reporte de resultados (Accountability)

### SUSTENTABILIDAD

Conforme la economía circular va creciendo y sustituyendo al modelo lineal, el esquema de sustentabilidad se hace más presente en el proceso de compras y de la gestión de la cadena de suministro.

### GLOBALIZACIÓN

Los esquemas de categorización tanto de productos, como de servicios y proveedores, continuarán creciendo y haciendo de la interrelación global un estándar. Ya no es solo la información, sino inclusive la forma cómo se relaciona la empresa con sus proveedores.

El profesional de las compras en Latinoamérica ha de asumir estas fuerzas con un alto grado de comprensión, dentro de su día a día. La reciente pandemia, es solo un hecho que refrenda la fragilidad del modelo funcional, controlado por directrices y regulaciones poco flexibles.

Nos ha mostrado, en vivo, que la nueva economía está fuertemente asociada a fuerzas globales y de interacción instantánea. La realidad del cambio se patentiza con harta vehemencia.

Es una oportunidad enorme de crecimiento, dejarla pasar, nos puede pasar una factura de alto costo.



**WISE  
SHARING**

**OPTIMIZAMOS Y  
RENTABILIZAMOS**

App para  
auto compartido

**MOBICUA**

**SALVAMOS VIDAS**

Seguridad para  
el conductor  
y su entorno

**PROTECT**

**PROTEGEMOS  
TU CARGA**

Resguardo  
antivandalismo

Integramos **tecnología e innovación** para  
liderar los procesos de **logística en transporte.**

*Be Wise*

Ter lugar Ranking 2020  
MOST INNOVATIVE COMPANIES  
Tecnología



Líder:  
**Gustavo Castro**  
Gerente General  
Cygnus  
Latinoamérica

## DESDE EL CANAL DE SUEZ A LA ÚLTIMA MILLA... VISIÓN DE LA SUPPLY CHAIN DESPUÉS DE LA PANDEMIA DESDE LA PERSPECTIVA TECNOLÓGICA. CASI TODOS NOS PREGUNTAMOS ¿CÓMO SEGUIMOS DESPUÉS DE LA PANDEMIA? PARA EMPEZAR A RESPONDER ESA PREGUNTA, PODEMOS COMENZAR MIRANDO LO QUE ESTÁ PASANDO EN UN EXTREMO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO (LOS GRANDES CENTROS PRODUCTIVOS) Y EN EL TRANSPORTE DESDE LOS MISMOS, EN DONDE LOS CAMBIOS DRÁSTICOS EN LA DEMANDA GENERARON ESCASEZ DE CIERTOS PRODUCTOS ALTERARON NUMEROSOS PLANES DE PRODUCCIÓN.

Junto con esto, el comercio internacional tuvo problemas importantes con los cierres temporales de puertos por el Covid, y eventos excepcionales como el accidente en el Canal de Suez que generaron el aumento de los precios de los fletes marítimos en más del 100%. Considerando estos eventos se estima que el comportamiento en la otra punta de la cadena (los retailers y distribuidores) seguirá tendiendo al incremento de los stocks de seguridad, tanto para asegurar la provisión a los clientes en el menor tiempo posible, como para poder fijar costos y rentabilidades.

El incremento de los stocks de seguridad lleva a una mayor necesidad de metros cuadrados de almacenaje, demanda que también se está verificando en las principales ciudades de Sudamérica. Más difícil es determinar dónde deben estar esos metros cuadrados y qué características deben tener.

Mucho se habló del drástico incremento del e-commerce, debido a la pandemia, y de las necesidades de altos niveles de omnicanalidad que esto trajo. Estos cambios en los hábitos de consumo mantendrán el foco permanente en la distribución de última milla y en la entrega ágil a los consumidores finales (fulfillment), en donde el camino a seguir puede resultar claro, pero los volúmenes conseguidos y la rentabilidad del negocio desafiarán a la velocidad de avance en la reconfiguración de la cadena de abastecimiento y en las innovaciones a aplicar. Por si no hubiera suficiente, lamentablemente, el impacto del cambio climático generará eventos imprevistos con mayor frecuencia, lo que obliga a los actores de supply chain a desarrollar una mayor capacidad de reacción.

¿El retail físico desaparecerá? Es sobradamente conocido que la pandemia aceleró el proceso de adopción de canales digitales de compra por partes de los consumidores, pero también nos hizo valorar el contacto, la cercanía, y lo presencial. Por lo tanto evitar la 'commoditización' y mejorar la experiencia de compra será aún más determinante para el futuro del retail físico. Y también llevar la omnicanalidad a los puntos de

venta, incorporándole funcionalidades de punto de recogida (pick up point): un cliente que pasa a retirar un pedido de venta online, sigue siendo un cliente de esa marca que también tiene potencial para comprar físicamente.

Ya se observan centros comerciales en Sudamérica que se están empezando a reformular como 'Centros de Servicios', incluyendo sectores novedosos tales 'Co-Working' y actividades deportivas. Por lo tanto es de esperar que alguien que tenga una modalidad de trabajo 'híbrida' se pase toda una tarde en un mall trabajando, retirando pedidos comprados online, y comprando físicamente. De esta manera, los conceptos 'híbrido' y 'omnicanalidad' parecen ir de la mano en la nueva normalidad.

Desde la perspectiva tecnológica es imposible pensar en una adecuada gestión de omnicanalidad y distribución de última milla sin sistemas tales como: los ruteadores y sistemas de transporte (TMS) y los Order Management Systems (OMS). En cuanto a los WMS, desde hace muchos años se convirtieron en una herramienta 'neurálgica' e imprescindibles para obtener control y eficiencia, pero ahora además se les exige flexibilidad para adaptarse rápidamente a los cambios en el negocio y facilidad para la integración con los ERP, TMS, OMS, automatismos, nuevas tecnologías emergentes, Business Intelligence y hasta incluso las plataformas de tipo marketplace.

Aspectos tales como el cumplimiento de las ventanas de entregas comprometidas a los consumidores finales hacen que los WMS pasen de ser un sistema de administración de stocks a convertirse en una herramienta clave para la evolución de muchos negocios.

Por último, la diversidad de tecnologías como por ejemplo las tecnologías de luces (PTL) aplicadas a Put to Wall, presenta tanto el atractivo de su potencial como el desafío de demostrar buen retorno de inversión a largo plazo en un marco donde los ciclos tecnológicos son cada vez más cortos, y en donde más de una tecnología puede resolver un problema determinado.



LOGISTICA

# TRAZABILIDAD SEGURA Y EFICIENTE PARA HITECH



## NUESTRA PROPUESTA



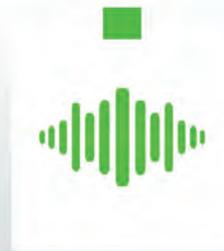
Experiencia



Seguridad



Estándar ESD



Sistemas



Infraestructura

## NUESTROS SERVICIOS

### Soporte Técnico



1. Diagnóstico
2. Reparación - Reacondicionamiento
3. Remozamiento
4. Testeo
5. Control de calidad
6. Configuración de Software

### Logística



1. Recepción de mercadería
2. Almacenamiento
3. Control de stock
4. Preparación y Despacho de pedidos
5. Administración de recepciones y órdenes de despacho
6. Transporte bajo alto estándar de seguridad
7. Trazabilidad a través de sistema HPAM



Líder:  
**Wilson Rojas**  
Ingeniero Civil  
Industrial, Magister  
en Informática

## **RE.IMAGINE SU EMPRESA.** LA COMPUTACIÓN EN LA NUBE DEFINITIVAMENTE HA AYUDADO EN ALGO A NIVELAR LA CANCHA ENTRE LAS GRANDES EMPRESAS Y LAS PYMES DE NUESTRO PAÍS. HA DEMOCRATIZADO EL ACCESO A TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA, A LA OPORTUNIDAD DE INNOVAR, DE CRECER Y DE CREAR NUEVAS FUENTES DE INGRESOS. LA COMPUTACIÓN EN LA NUBE PERMITE ACCEDER A RECURSOS DE TECNOLOGÍA BAJO DEMANDA EN UN ESQUEMA DE PAGO POR USO. YA NO ES NECESARIO COMPRAR Y MANTENER SU PROPIA INFRAESTRUCTURA.

Históricamente el acceso a la última y mejor tecnología - que soportaba los procesos de negocios de las empresas - estaba indexado al acceso a capital necesario para grandes inversiones, traduciéndose en una importante barrera de entrada, muy difícil de superar en la mayoría de los sectores económicos.

Con la irrupción de la nube y sus modelos de servicios, precios y esquemas de pago, hoy no se requiere de una gran inversión inicial para acceder a cientos de servicios. Esencialmente se paga por uso. En esta modalidad pago, si algún recurso no está siendo utilizado no genera gasto. Gracias a esto, se puede contar con recursos de cómputo, y otros, sólo por el tiempo necesario. Además, existe un conjunto de servicios y/o recursos gratuitos, sumado a niveles de consumo gratuito. Con todo esto, una empresa literalmente podría contar con su infraestructura en la nube para atender a sus clientes iniciales, realizar pruebas de concepto y lanzar sus propuestas de servicios, sin pagar prácticamente nada o muy poco.

La computación en nube va más allá de los ahorros o bajos costos comparativos con respecto de los servicios tradicionales de centro de datos propios o de terceros. Esta se adapta muy bien a la etapa en que se encuentra cada empresa. Por ejemplo, una empresa de comercio electrónico que experimenta una alta demanda en ciertos días claves del año, ya no necesita sobredimensionar su capacidad para responder a estos picos de demanda. Por definición los servicios de nubes son escalables, se puede crear y consumir más recursos en un determinado momento para satisfacer una mayor demanda y luego eliminar los recursos una vez que ya no son necesarios.

Por ejemplo, gracias a la computación en la nube, puede contar con su propio centro de contactos omnicanal y brindar un servicio excepcional a sus clientes, totalmente administrado. Imagine no tener que preocuparse de la infraestructura de cómputo, de almacenamiento, de telefonía, etcétera, y todo bajo la modalidad de pago por uso. Además, se puede comenzar con un agente e ir sumando agentes bajo demanda y ya no es necesario que se encuentren

en el mismo lugar físico, dado que se puede trabajar remotamente.

Si es un dueño y/o gerente de una pequeña o mediana empresa, la computación en la nube es sinónimo de crecimiento, de innovación, de nuevas formas de generar ingresos y de ventajas competitivas. Una empresa que utiliza la tecnología de vanguardia que ofrece la nube tiene mayores oportunidades de adaptarse a condiciones de mercado cambiantes. Cada día es más difícil conseguir profesionales con conocimiento e interés en tecnologías que se consideran legadas, y al mismo tiempo cada día aumentan las ofertas de trabajo por profesionales con conocimientos en tecnologías de los principales proveedores de nubes públicas como AWS, Azure, Google Cloud y Oracle Cloud ¿Qué interés podría tener un colaborador en empresas que siguen utilizando tecnología del siglo XX? o ¿Cómo podría atraer al talento adecuado sin estar preparado para ofrecer trabajo remoto seguro?

Existen varios ejemplos de empresas que sin las ventajas que ofrece la nube lo más probable que no serían lo exitosas que son hoy, o quizás simplemente no existirían. Por ejemplo, un servicio para optimizar las operaciones, determinar y planificar las rutas de distribución puede ofrecer precios altamente competitivos, porque sólo utilizará recursos de computo cuando sea solicitado, ya no necesita tener toda una infraestructura esperando sin uso.

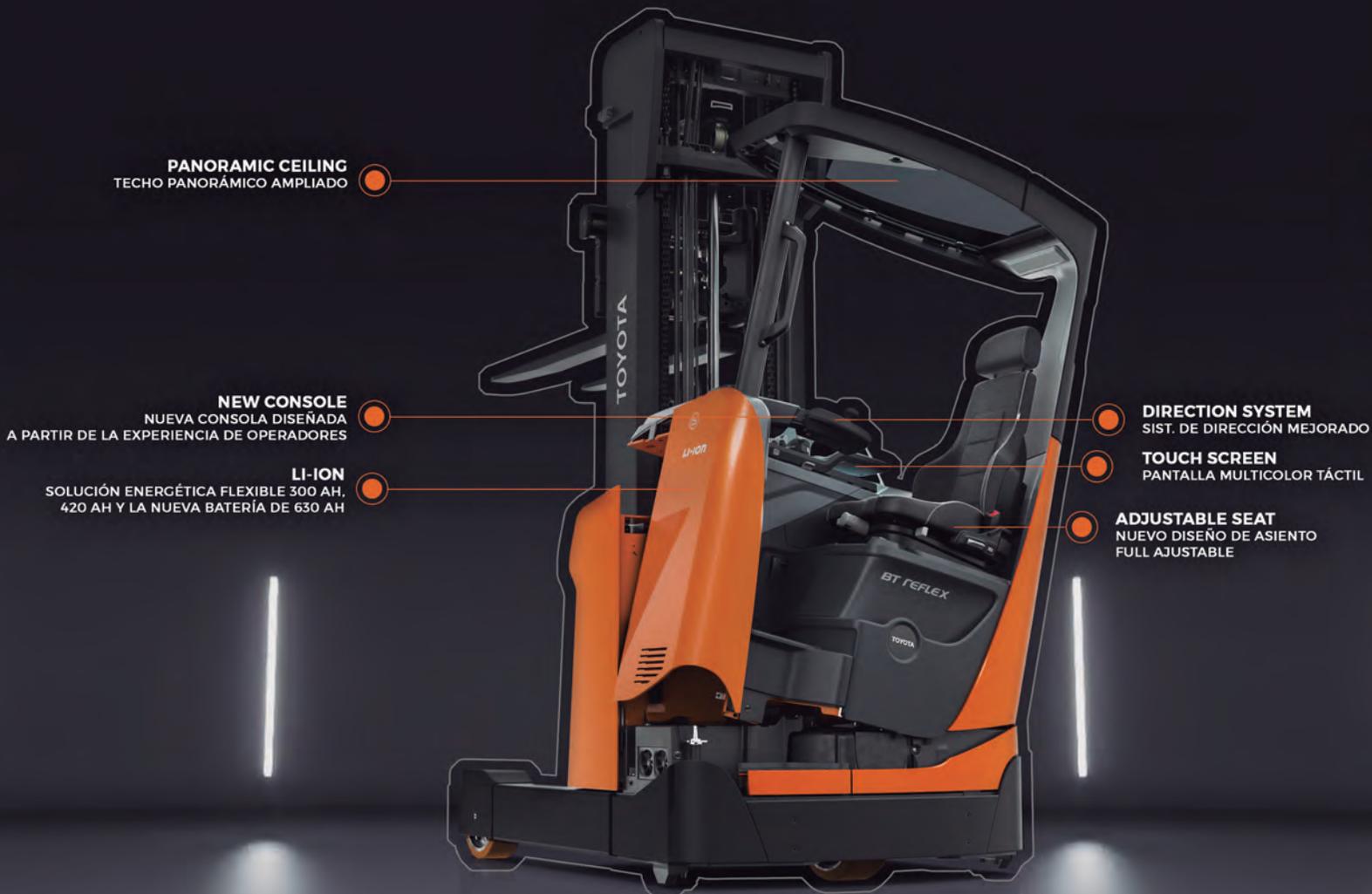
Si de algo se trata la nube es sobre innovación. Disponer de los recursos de computo, datos, y otros para validar una propuesta de valor, o para realizar estudios avanzados de minería de datos, etcétera, nunca ha sido más fácil, rápido y económico. Atrás quedaron las largas esperas.

Si se trata de implementar soluciones de negocios basadas en minería de datos, inteligencia artificial, Big Data, etcétera una buena opción es la oferta de servicios de los proveedores de nube. Ello permite centrarse en la definición de los objetivos del negocio, de las metas de la técnica, pero sin tener que implementar desde cero la tecnología necesaria para hacerla viable desde el punto de vista operacional.

# ARRÍMAQ

## INNOVACIÓN PROBADA

INTUITIVA, INTELIGENTE, INTERACTIVA



**PANORAMIC CEILING**  
TECHO PANORÁMICO AMPLIADO

**NEW CONSOLE**  
NUEVA CONSOLA DISEÑADA  
A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE OPERADORES

**LI-ION**  
SOLUCIÓN ENERGÉTICA FLEXIBLE 300 AH,  
420 AH Y LA NUEVA BATERÍA DE 630 AH

**DIRECTION SYSTEM**  
SIST. DE DIRECCIÓN MEJORADO

**TOUCH SCREEN**  
PANTALLA MULTICOLOR TÁCTIL

**ADJUSTABLE SEAT**  
NUEVO DISEÑO DE ASIENTO  
FULL AJUSTABLE

ESTABLECIENDO NUEVOS ESTÁNDARES  
EN TÉRMINOS DE  
ENERGÍA, EFICIENCIA, SEGURIDAD Y ERGONOMÍA



# TW LOGÍSTICA

## REFUERZA SU SERVICIO PARA HI-TECH CON UNA MIRADA VANGUARDISTA

Consolidarse como un operador logístico integral, capaz de dar respuestas a las nuevas necesidades de la industria tecnológica a través de un diseño operacional que incluye soporte técnico, es lo que mueve hoy a TW Logística. Con un servicio robusto y seguro, se ha posicionado como una real alternativa para el creciente mundo Hi-Tech.

**SABER LEER LOS CAMBIOS Y LAS TENDENCIAS QUE SE VIVEN EN EL MUNDO, ES CLAVE PARA DISEÑAR SERVICIOS QUE VAYAN EN LÍNEA DE SATISFACER NECESIDADES ATINGENTES A LOS NUEVOS TIEMPOS Y DESAFÍOS DE LAS DISTINTAS INDUSTRIAS. ESTA IDEA QUE PARECE SIMPLE ES FUNDAMENTAL CUANDO SE TRATA DE UN OPERADOR LOGÍSTICO INTEGRAL COMO ES TW LOGÍSTICA.**

El nivel operacional que ha demostrado a lo largo de su historia y la estrecha relación comercial con sus clientes, son muestra de la capacidad de la compañía de estar constantemente a la vanguardia en términos de servicios. En esta oportunidad, la mirada de TW Logística está puesta en la industria Tecnológica.

Uno de los principales cambios que estamos viviendo es la digitalización de la sociedad, donde la tecnología se ha consolidado como un pilar central y necesario, dejando atrás la idea de ser un must o factor diferenciador. Hoy, los dispositivos móviles, electrodomésticos y domótica son herramientas fundamentales para el diario vivir de las personas, sobre todo con la llegada de la pandemia.

Ante este crecimiento del sector, TW Logística potencia y complementa su servi-

cio operacional y logístico con una oferta basada en soporte técnico para todo tipo de aparato tecnológico, completando así un robusto servicio integral para el sector Hi-Tech.

### EL RESPALDO DE LA EXPERIENCIA

La experiencia y la capacidad operativa de TW Logística les han permitido desarrollar servicios acorde a las distintas industrias y así ha marcado presencia en sectores como el de las sustancias peligrosas, farma, químicos, entre otras. Una de ellas es la Tecnológica, donde se ha venido posicionando en los últimos años gracias a la confianza y reconocimiento de importantes clientes líderes de industria, quienes han valorado el modelo operacional, diseñado por la compañía y que hoy aborda dos frentes importantes para el sector: Operación Logística y Soporte Técnico.

“Sabemos que existe una necesidad en la industria tecnológica en cuanto a soporte técnico y en TW Logística hemos diseñado una propuesta que viene a completar

nuestro servicio para este tipo de clientes. Hemos dado un importante paso en términos de servicio”, afirma Lorena Valverde, jefa de Nuevas Industrias en TW Logística. Así, TW Logística ha robustecido su servicio para este segmento industrial que va más allá del almacenamiento y transporte, “poniendo foco en el desarrollo de modelo de servicio, cuya principal cualidad está en el conocimiento de su equipo técnico y la seguridad de su operación”, agrega Lorena, quien enfatiza además que el objetivo es diseñar un servicio especializado en el manejo de equipos de telefonía, dispositivos móviles, aparatos de pagos, decodificadores, domótica, entre otros.

### SEGURIDAD: FOCO DEL NUEVO SERVICIO

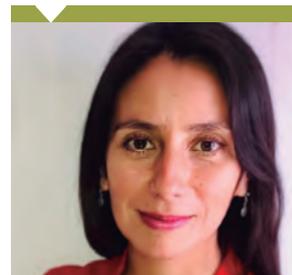
Tal como comentó la jefa de nuevas industrias este “doble click” a nivel de servicio tiene como finalidad entregar un servicio integral. “El manejo de tecnología no es sencillo. Por ello, hemos implementado un modelo de servicios fortalecido en infraestructura, integración de sistemas y cumplimiento de estándar ESD. Cabe destacar que uno de los factores diferenciadores en nuestra empresa es la entrega de trazabilidad eficiente y segura para nuestros clientes”.

En detalle, la calidad del servicio ofrecido por la compañía se sustenta en cinco atributos: Experiencia; Infraestructura, Seguridad, Estándar ESD y Sistemas.

“En cuanto a la experiencia, la empresa tiene más de 5 años atendiendo a diversos

clientes de esta industria. En el ámbito de la seguridad, en tanto, sabemos que al procesar productos de alto valor y fácil reducción, nuestro estándar de seguridad es uno de los más altos de la industria”, asegura Sergio Martínez, Jefe de Logística en TW, quien destaca además algunas

**Lorena Valverde**  
Jefa Nuevas Industrias  
TW Logística





de las implementaciones en Seguridad, tales como: Circuito Cerrado de TV, huella dactilar de ingreso, paredes blindadas, detector de metales, control biométrico, sistema de candados, zonas segregadas, puerta metálica, reforzamiento de paredes, entre otras.

En cuanto a la infraestructura, las bodegas y laboratorios cuentan con instalaciones de primer nivel, destacando la amplitud y distribución del espacio, demarcación de piso, luminosidad, entre otras características.

En cuanto a la normativa ESD, Lorena sostiene que "tomamos todas las medidas preventivas para evitar descargas electrostáticas de los técnicos a los componentes de aparatos electrónicos. Estas iniciativas se han aplicado, tanto en el Equipo de Protección Personal de los colaboradores como en los espacios de trabajo y sectores de almacenamiento". Finalmente, la ejecutiva aborda el pilar sistemas. "Para la gestión de activos TI nos integramos a

**Sergio Martínez**  
Jefe de Logística  
TW Logística



los sistemas de nuestros clientes, pero, además, contamos con un sistema propio que nos permite monitorear internamente la gestión de los activos. Este software, especializado en control de IMEI y series nos permite una doble revisión para asegurar la trazabilidad de la operación".

## SERVICIO INTEGRAL

"Posicionarnos como un referente en soluciones logísticas para la industria Hi-Tech y entregar una completa solución a nuestros clientes, más allá del almacenamiento y transporte". Así define, Lorena, el objetivo central de estas soluciones que tiene como centro "una robusta mirada de servicio, abordando todas las necesidades logísticas y técnicas de los clientes de este segmento tecnológico".

Atendiendo a la tendencia tecnológica, la empresa identificó, antes de la pandemia, la necesidad que ya existía en la industria

en cuanto a servicio técnico y "decidimos potenciar esta vertical de negocios con la finalidad de entregar un servicio amplio a este segmento".

"Contamos con importantes clientes que nos han desafiado a diseñar un servicio que cumpla cabalmente con los más altos estándares de la industria, lo que nos da seguridad para seguir creciendo y posicionándonos en el sector. Tenemos la experiencia y el conocimiento como operador logístico en tecnología por más de 5 años con foco en el tratamiento y reparación de aparatos electrónicos y en base a eso vamos a la vanguardia a nivel de servicio", afirma la jefa de Nuevas Industrias.

Estos nuevos desarrollos van en línea con los objetivos estratégicos planteados por TW Logística que son: fortalecer la infraestructura requerida por industria, como también ampliar la oferta de servicios para los diversos clientes que confían en las operaciones y servicios de TW Logística; reconocimiento que les ha permitido posicionarse como un partner estratégico de múltiples sectores comerciales. ■



# GPS CHILE: EL DESAFÍO POST COVID-19 ES AYUDAR A LA INDUSTRIA A INTEGRAR TECNOLOGÍA PARA HACER MÁS EFICIENTE Y SOSTENIBLE LA CADENA DE SUMINISTRO

El Covid-19 representó una de las más grandes revoluciones en la historia de la cadena de abastecimiento, el sector de la logística tuvo que transformar las operaciones de una forma rápida y radical para enfrentar la crisis, acelerando el uso de tecnologías como la inteligencia artificial, el data analytics en tiempo real, la automatización y la robótica.

**SEGÚN EL EY REIMAGINING INDUSTRY FUTURES STUDY 2021, LA PANDEMIA PROVOCÓ QUE UN 52% DE LAS EMPRESAS SE INTERESAN MÁS EN EL 5G E IOT (INTERNET DE LAS COSAS), Y UN 74% CREE QUE EL 5G ENTRARÁ EN SUS PROCESOS COMERCIALES DURANTE LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS.**

En esta línea, Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile - empresa pionera en la entrega de información estratégica para la gestión y monitoreo de flotas - expone que la pandemia dejó algunas consecuencias y que la industria debe hacerse cargo a través de colaboración, tecnología, eficiencia, visibilidad y sostenibilidad.

“Primero el crecimiento del e-commerce llevó a las empresas a aumentar más del 50% del volumen total de su negocio, sin importar si estamos hablando de aquellas con 3 o 4 camiones o de un tamaño mayor, han tenido que profesionalizarse. La tecnología acá juega un rol fundamental, los estudios demuestran que el 52% de las empresas están buscando soluciones

tecnológicas que les permitan entregar un mejor servicio. La tecnología está, existe y hoy debe ser implementada en cada eslabón de la cadena.

El segundo punto tiene que ver con la experiencia de servicio, el cual es un nuevo KPI que llegó para quedarse en la logística. Normalmente, ésta estaba asociada a los grandes retailers -transportar cajas entre proveedores, a los centros de distribución, de ahí a bodegas y hasta ahí llegaba. Era una cadena de suministro industrial, donde la experiencia con el cliente como concepto no existía, donde si el conductor era amable o no daba lo mismo, lo importante es que llegará a tiempo.

Hoy quien entrega la caja en la casa del consumidor muchas veces es el conductor, y pasa a ser parte de la experiencia para el cliente. Y bajo ese prisma, la cadena de

suministro dejó de ser un centro solamente de costo y se convirtió en un centro de ingresos. Tercer punto, el consumidor actual es exigente y está conectado, no solo busca saber dónde está su pedido y que se cumpla con los tiempos de entrega. Si no que, también, tiene una conciencia mayor con el cuidado del medio ambiente. El EY Future Consumer Index que se publicó este año decía que el 48% de los consumidores globales afirman que el medio ambiente y el cambio climático serán prioridades al momento de decidir cómo vivir y qué productos comprar”.

Dichos puntos suponen una oportunidad, según Mario Yáñez, para la industria, pues la tecnología permitiría hacer más eficiente la cadena de suministro, pero también hacerse cargo de la sostenibilidad que el nuevo consumidor exige. “Antiguamente las empresas caían en el dilema de escoger entre eficiencia o sostenibilidad, porque no eran compatibles. Hoy los consumidores demandan que lo sea y la tecnología lo permite, pero debemos trabajar en colaboración: estandarizar la tecnología, lo que permitirá ser más eficientes y dar visibilidad a todo el proceso, de cara al consumidor. Además, nos haremos cargo de la sostenibilidad y para ello debemos implementar, por ejemplo, la electromovilidad y para resolver los otros factores, el 5G jugará un rol fundamental”.

**Mario Yáñez**  
Gerente General  
GPS Chile



## DESAFÍOS: ELECTROMOVILIDAD Y EL 5G.

En todo el mundo se está trabajando para disminuir la emisión de gases contaminantes, y la electromovilidad es una solución que avanza. La Estrategia Nacional de Electromovilidad estima que, para el 2050, el parque de vehículos livianos en Chile estaría conformado por un 40% de vehículos eléctricos, evitando la emisión de 11

millones de toneladas de CO2 al año. El foco de la electromovilidad es la eficiencia y la sostenibilidad. Con ella, podemos no solo mejorar la cadena de suministro, sino también responder al consumidor con conciencia ambiental, y para ello es necesario un esfuerzo conjunto entre sectores público y privado”, explica Yáñez. Además - añade - “hay que reconocer que el 20% de las emisiones de CO2 vienen de industria de transporte, porcentaje que es muy importante.

Con la electromovilidad las emisiones se reducen en un 80%. Respecto de la eficiencia, un auto eléctrico es 400% más económico, porque son 3 a 4 veces más eficientes que los de combustión”. En tanto, la implementación del 5G en el sector industrial, el ejecutivo añade que “promete numerosos beneficios para el usuario final y operadores. La velocidad más alta, mayor capacidad y el servicio personalizado que los proveedores deberán entregar, permitirán una mayor cantidad de dispositivos conectados. ¿Cuál es el avance para el sector? Por fin se podría lograr

una visibilidad total de la supply chain”. El desafío que esta realidad supone para empresas como GPS Chile, Mario Yáñez, explica “la tecnología 5G nos propugna un salto cuántico en generación de data que nos va a ayudar a entender el pasado, analizar el presente y predecir el futuro. Nosotros estamos preparados para analizar y aprovechar estos datos, entregando la información que el cliente necesita para su negocio.

Desde el 2019 contamos con un panel (dashboard) que integra todos los datos, varios de nuestros clientes ya están trabajando en esta línea. Entregamos información segunda a segundo, donde su data se encuentra integrada en un panel de control que les permite tener toda la información de su operación en un mismo lugar, bajando las posibilidades de errores al máximo. Asegurando la eficiencia”.

## **SER PARTNER DE LOS CLIENTES ESTÁ EN EL ADN DE GPS CHILE**

Hace 20 años y con más de 35 mil servicios monitoreados, GPS Chile, cuenta con conocimiento del sector del transporte de carga y entiende los desafíos que a nivel país aún están pendientes.

Su prioridad son sus clientes, y lo que buscan es poner a su servicio la mejor tecnología que permita una constante retroalimentación.

La tecnología de GPS Chile se enfoca en 4 ejes: control de flota y monitoreo, con distintas plataformas que informan ubicación y actividad de los vehículos en tiempo real; seguridad de carga y activos, para reducir posibilidades de robo y usos no autorizados; seguridad de las personas a través de soluciones, como sensor de fatiga o Mobileye, que detectan signos de cansancio u otras actividades riesgosas por parte del conductor y los ayuda a estar alerta a eventos anormales en ruta; e incorporación de analítica, que genera información relevante para que las empresas puedan tener el máximo conocimiento para tomar decisiones. ■





# INDUSTRIAL PROPERTY

## ¿CÓMO HACEMOS FRENTE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO DE BODEGAJE Y LOGÍSTICA?

En la actualidad, el bodegaje y la logística están viviendo una revolución en sus prácticas y operaciones. Esto se traduce en importantes desafíos para el negocio inmobiliario industrial, donde será clave contar con expertos que hagan frente a las nuevas tendencias del mercado.

**“ES MUY IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS SE ADECUEN CUANTO ANTES A ESTAS REALIDADES PARA NO PERDER SU POSICIÓN COMPETITIVA EN EL MERCADO. DENTRO DE ESTE CONTEXTO, NUESTRA EMPRESA ESTA TRABAJANDO INTENSAMENTE CON LOS DESARROLLADORES EN ESTAS NUEVAS TENDENCIAS”, COMENTA ALEJANDRO PONCE, GERENTE GENERAL DE INDUSTRIAL PROPERTY.**

### LA IRRUPCIÓN DEL E-COMMERCE

Para nadie es una sorpresa que la pandemia adelantó en forma importante los planes de crecimiento de las empresas e introdujo nuevos actores al mercado. La consecuencia principal es que “la bodega” pasó a ser “la tienda” con más venta en las empresas, del despacho de pallets se pasó abruptamente a la entrega de la paquetería directo al cliente final, donde la diferenciación está en los plazos de entrega. La famosa “última milla” es la que manda. Al respecto, Alejandro Ponce comenta: “nuestra empresa está concretando los desarrollos de construcciones,

remodelaciones e implementación de las tecnologías necesarias, orientadas a este nuevo escenario que requieren nuestros clientes. Esto se realiza en conjunto con nuestros socios comerciales grupo DLS-INARCO, quienes poseen una amplia experiencia en implementaciones de este tipo de negocios”.

### NECESIDAD DE MODERNIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES

La edificación de la bodega debe ayudar a agilizar todo el proceso logístico, la automatización, los andenes, patios de maniobras, turnos de trabajo 24/7 del personal, la seguridad pasó a ser prioritaria y relevante luego del estallido social.

En este ámbito, Alejandro Ponce destaca que “Industrial Property brinda asesoría en el diseño y definición de estas variables, asegurando que las remodelaciones sean acordes a esta nueva realidad.

### NORMATIVA CADA VEZ MÁS EXIGENTE

Un tema muy importante dice relación con incendios en bodegas con graves resultados, y que han hecho que la autoridad aumente la fiscalización y exigencias de la aplicación de normativa en la materia para edificios clase A, B y C, según la ley de urbanismo y construcción, especialmente para proyectos Build to Suit (BTS). Asimismo, el Ministerio de Salud ha actualizado la normativa para las exigencias del almacenamiento de bodegas, informes sanitarios y calificación industrial, requisitos hoy esenciales para la operación.

“Para esto es primordial la asesoría y apoyo a los clientes la obtención de permisos y realizar los estudios necesarios para operar, tales como el informe de carga combustible y otros asociados a la prevención de riesgos que requieren las autoridades sanitaria y municipal”, según explica el gerente general de Industrial Property.

### ESCASEZ DE TERRENOS INDUSTRIALES

En la actualidad la industria del bodegaje esta con un serio “cuello de botella urbano” para su desarrollo. En Industrial Property aseguran que la gran falta de terrenos industriales, afecta al mercado inmobiliario. Este efecto se da especialmente en terrenos industriales exclusivos con uso de suelo molesto, lo que ha dado como resultado que en pocos años los precios aumentaron en promedio de 3 UF/mt<sup>2</sup>, a valores entorno de 5 UF/mt<sup>2</sup>. Inclusive en parques industriales consolidados y cercanos a autopistas a precios del orden de 7 UF/mt<sup>2</sup>.





“Debido a esto contamos con oferta exclusiva de terrenos en zonas industriales específicas para desarrollar proyectos de Centros de bodegas y BTS para responder a los requerimientos de nuestros clientes”, indica Alejandro Ponce.

## TRAJE A LA MEDIDA O BUILD TO SUIT (BTS)

Desde Industrial Property estiman que este segmento crecerá en no menos de 500 mil metros cuadrados durante el presente año, considerando proyectos en desarrollo y en licitación, mientras que hacia 2022, ya existen 300 mil metros cuadrados en proyectos a la espera de ser licitados, lo que duplicará la superficie ofrecida en construcción a la medida en el país, esto en sólo dos años.

Esta tendencia implica que las grandes empresas (especialmente el retail) están abandonando el modelo tradicional de arriendo en bodegas multiclientes y centros de bodegas propios hacia los desarrollos tipo BTS, dada las múltiples ventajas de este modelo en términos de

versatilidad, externalización de inversión, menores costos y tarifas de arriendo más atractivas. “Estas cifras vislumbran un escenario nunca visto en este mercado e implican un gran desafío para los actores del rubro. A ello hay que sumarle una situación de escasez de suelo industrial, falta de mano de obra especializada para grandes proyectos, importante alza del costo de materiales de construcción, aumento de exigencias ambientales e inversores más conservadores en el escenario que vive el país, entre otros”.

La industria del desarrollo inmobiliario deberá superar todos estos factores para estar a la altura del desafío que conlleva este crecimiento”, estima el gerente general de Industrial Property. La empresa en estos últimos años a través de su modelo comercial de gestión de clientes a logrado importantes captaciones de operadores para este segmento, logrando soluciones para 200.000 mts2 en desarrollo. Dado la transformación generada por el

**Alejandro Ponce**  
Gerente General  
Industrial Property



apogeo del e-commerce, que convirtió las bodegas y “dark store” en tiendas, la operación logística vista como el tradicional “patio trasero” del comercio, deja de serlo y se transforma en importante factor para la creación de valor en las empresas. Se debe incorporar nueva tecnología, cambiar prácticas, equipamiento y modelar las flotas acordes a la operación que requiere cada empresa.

Es así como Industrial Property se ha transformado en líder a nivel nacional apoyando el desarrollo inmobiliario logístico a importantes empresas tales como Mercado Libre, Cencosud, The Brands Club, Bosca e ICB, entre otras. “Nuestra oferta se focaliza en ofrecer espacios adecuados para las operaciones de cada cliente a nivel nacional y también buscar soluciones inmobiliarias a corto, mediano y largo plazo de acuerdo a los planes de crecimiento y desarrollo de cada empresa”, destaca Ponce. ■

# RACK: RECONOCIDO EQUIPAMIENTO ES CLAVE PARA LA EFICIENCIA LOGÍSTICA

52

CUANDO TODOS MIRAN SUS OPERACIONES LOGÍSTICAS EN BUSCA DE ASPECTOS A MEJORAR ES IMPORTANTE RECONOCER EL ROL QUE TIENEN LAS ESTRUCTURAS DE ALMACENAMIENTO EN EL DISEÑO DE UNA CORRECTA LOGÍSTICA; UN ROL SILENCIOSO, PERO DE TREMENDA IMPORTANCIA PARA LA EFICIENCIA DE LOS PROCESOS INTRALOGÍSTICOS QUE REQUIEREN LAS EMPRESAS HOY EN DÍA. ¿CUÁN VITAL ES EL ROL DE ESTOS EQUIPAMIENTOS Y CÓMO SE HAN DESARROLLADO DURANTE EL ÚLTIMO TIEMPO? TRES EMPRESAS DEL SECTOR NOS CUENTAN SUS EXPERIENCIAS...

**N**o hay quizás un equipamiento más representativo de la operación logística como los rack. Estructuras que se han transformado por años en el pilar central del almacenamiento y operación intralogística en los centros de distribución y cuya instalación y utilización, independiente del tamaño de la empresa y a las dimensiones de los almacenes, está estrechamente ligada a las características de la operación. Es quizás el equipamiento logístico más democrático.

El rol que cumplen estas estructuras es fundamental para el correcto movimiento y almacenamiento de mercancías en el CD, para su orden, su seguridad y, por ende, para la optimización de la operación logística. Es en estas cualidades donde radica la importancia de los rack y de las empresas proveedoras de estas instalaciones que se han transformado en un partner indiscutible de la logística nacional.

Pero como todo cambia, las empresas de rack han iniciado hace años un camino de innovación que los ha llevado, a nivel de industria, a estar constantemente presentando nuevas soluciones que se ajustan a las creciente necesidades operacionales de sus clientes, sobre todo el fácil acceso a los productos almacenados, la agilidad y rapidez operacional, almacenamiento ordenado y seguro y también la optimización de los espacios.



**Sebastián García**  
Gerente General  
Mindugar

Es así como encontramos hoy diferentes tipos de rack que se implementan de acuerdo con las características de cada espacio y almacén. Algunos de los más comunes son: racks selectivos

estándar, rack de doble profundidad, racks compactos, Drive In, Rack dinámicos, entre otros.

Pero las empresas de rack no sólo han transitado por el desarrollo de estas estructuras, sino muchas de ellas han incursionado en nuevas áreas como la automatización, donde ponen a favor de este desarrollo su conocimiento y experiencia en la optimización de los espacios y la búsqueda constante de eficiencia al interior de los centros de distribución.

Y es la experiencia de estas empresas desarrolladoras e implementadoras la que les permiten ser un actor relevante y un observador de los cambios que ha enfrentado la logística, lo que los lleva a tener una visión clara y ser una voz autorizada para ahondar en cómo se está moviendo el mercado, el rol de estos equipamientos en la eficiencia operacional y qué buscan hoy los clientes ante estos proyectos.



**Germán Flores**  
Gerente General  
Chile - AR Racking

Para conversar sobre los avances de la industria y sobre implementaciones, Sebastián García, gerente general de Mindugar; Germán Flores, gerente general Chile - AR Racking y Juan Antonio Valdebenito, director comercial de Esnova se reunieron con Logistec. A continuación, presentamos sus apreciaciones.

## MEJORA OPERACIONAL: FOCO DE LOS PROYECTOS

En tiempos complejos, donde la logística ha sido tremendamente desafiada

y se encuentra en búsqueda de una constante mejora operacional, marcada también por la flexibilidad que se exige, la optimización de recursos y la rapidez operacional que se demanda; los proyectos de implementación de equipamiento en los centros de distribución se han transformado en una alternativa viable de mejora, tal como lo comentan los ejecutivos.

A este respecto, el director comercial de Esnova comentó que la principal motivación de los clientes es mejorar la operación logística, para lo cual, “es primordial contar con el equipo de profesionales adecuados y junto con ellos la implementación del sistema de almacenaje correcto para cada CD. La operación logística debe diseñarse como ‘un traje a la medida’”.

Para Sebastián García, en tanto, dar respuesta al aumento explosivo del e-Commerce durante el último año es otra de las motivaciones de las empresas. “Hemos visto una importante motivación hacia facilitar y hacer más eficiente los procesos logísticos con énfasis en el almacenamiento eficiente, picking, preparación de pedidos y despachos”, agregó el ejecutivo de Mindugar.



**Juan Antonio Valdebenito**  
Director Comercial  
Esnova

Por otra parte, un factor externo a considerar y que ha movido a esta industria, es el aumento del consumo de la población, a nivel país. Diversos personeros económicos e instituciones han ahondado en los efectos que ha tenido la inyección de recursos del Estado a la población y los retiros que se han hecho de los fondos de pensiones en el crecimiento del consumo, lo que ha generado una necesidad de almacenar más productos para evitar

quiebres de stock. Lo anterior se conjuga –según García- con la escasez y alto costo del flete marítimo que obliga a las empresas a aumentar su stock de seguridad.

Para German Flores, en tanto, la principal motivación de las empresas por iniciar un proyecto de esta índole radica en el aumento y/o cambios en su demanda y la necesidad de llegar a otros mercados. “Esto obliga a las empresas a reformular su logística, sus plazos, su forma de almacenar y distribuir. En otras palabras, los obliga a ser más eficientes y almacenar más y mejor”, dijo.

Y en medio de este escenario no solo las motivaciones han cambiado, sino también la mirada que las empresas tienen hacia estos equipamientos. En este sentido, el gerente de AR Racking reconoció que los clientes han cambiado su forma de comprar. “Hoy hay más empresas dispuestas a satisfacer su necesidad. Ya no es importante el tamaño de la empresa, sino la velocidad de adaptación y el cumplimiento de las expectativas durante la fase de ejecución del proyecto y también los resultados que se buscan con la readaptación o instalación de los racks del almacén”, dijo.

Sebastián García, por su parte, recalcó que la logística está siendo un factor diferenciador en muchos de sus clientes y eso los lleva a buscar alternativas de mejora para cumplir con las exigencias de sus mercados y clientes. “Hoy no hay vuelta atrás y quienes aún no invierten en su logística se verán mermados en un mercado cada vez más exigente y competitivo que tiene a la logística en el centro del valor que entregan”, añadió el gerente general de Mindugar.

Una inversión siempre es una decisión compleja, donde cada uno de los aspectos debe ser justificado y donde todos miran el retorno de la inversión como un factor clave. Si llevamos esta premisa a la actualidad, muchas de las inversiones hoy se justifican pensando en el nivel de servicio deseado y para eso se potencia la operación logística. Así se entiende hoy muchos de estos proyectos, lo que hace esencial escoger correctamente al proveedor, definir bien el diseño del proyecto y los equipos adecuados para cada operación.

“Las empresas no deben equivocarse al elegir su solución y proveedor de equipamiento, dado que estos serán centrales para conseguir los objetivos operacionales y comerciales. Al final del día, una parte fundamental de la logística dependerá de ellos. En este sentido, es esencial no sólo contar con la solución correcta sino con el partner con la experiencia necesaria para diseñar la solución adecuada y asegurar la continuidad operacional del cliente”, declaró Sebastián García.

Para Germán Flores, el rol que tienen estos proyectos es fundamental. “Hace mucho tiempo que los CD’s y el equipamiento de estos dejaron de ser el patio de atrás de las empresas para convertirse en un eslabón importantísimo de cara al cliente. Los clientes quieren recibir su producto cada vez en mejores plazos, sin daños, sin errores y ahí es donde los racks industriales juegan un papel diferencial en la eficiencia del negocio: en primer lugar, porque los productos deben almacenarse de forma adecuada para que no sufran ningún tipo de daño y no se incurra en costos innecesarios y, en segundo lugar, porque la elección de un sistema de almacenaje totalmente adaptado a las características de los productos permitirá un control de stock más preciso. Ambos factores repercutirán en un servicio con menos margen de error, más ágil y en conse-

cuencia, en un mejor servicio al cliente. Un CD debidamente optimizado, es un valor añadido para las empresas y un factor diferenciador frente a su competencia”, detalló el ejecutivo de Mindugar.

Si de rol hablamos, Juan Antonio Valdebenito enfatizó en que estos equipos dan “el sustento a toda la logística interna, lo que facilitará una operación correcta, rápida y segura. Además, cuando los sistemas de almacenaje se complementan con un software de gestión y organización los CD aumentan su rentabilidad de forma considerable y permiten un control perfecto de los stocks existentes.

Y tras ahondar en la importancia que tienen estos equipamientos para una correcta logística es pertinente conocer cómo un buen diseño e implementación de estos proyectos se transforman hoy en un factor diferenciador en la industria y es ahí donde las empresas consultadas ponen foco.

Para el ejecutivo de Esnova el mejor respaldo está en la experiencia de la empresa. “Toda la experiencia que hemos ganado con nuestros clientes también es aplicada al interior de nuestra planta, donde la tecnología cumple un rol muy importante. Fabricamos el 90% de los productos que vendemos y contamos con numerosas máquinas y robots de última generación. Nuestro foco está en la I+D con el fin de hacer crecer nuestra gama de productos y mejorar la existen”.

Otro factor que marca diferencia a nivel de empresas es –según Flores- la calidad de las materias primas con la que se fabrica un sistema de almacenaje. “La reconfiguración de un CD, su ampliación o la puesta en marcha de uno nuevo, supone una gran inversión para las empresas que a menudo es estratégica. ■



# UNA ÓPTIMA ENTREGA EN LA COMPRA ONLINE IMPACTA UN 84% EN LA DECISIÓN DE COMPRA

Nuestras soluciones logísticas E-commerce te aseguran ofrecer a tu cliente la mejor experiencia de compra



En Chile gestionamos **100.000 pedidos** al mes para marcas de moda, lifestyle, hogar, cosméticos y mucho más.

chile@logisfashion.com  
www.logisfashion.com

 **Logisfashion®**

*Tu partner logístico internacional*

# TECNOLOGÍA: MÁS QUE UNA MODA, UNA NECESIDAD

**OBLIGADOS, IMPULSADOS O DECIDIDOS SON ALGUNAS DE LAS FORMAS EN QUE LAS EMPRESAS HAN INICIADO UN PROCESO DE MODERNIZACIÓN DE SU LOGÍSTICA. DAR UN NUEVO DISEÑO OPERACIONAL, MÁS ÓPTIMO Y EFICIENTE ACORDE A LOS NUEVOS DESAFÍOS, ASOMA COMO LA PRINCIPAL PREMISA DE LAS COMPAÑÍAS, LO QUE A SU VEZ SE PUEDE –SIEMPRE QUE SEA BIEN DISEÑADO E IMPLEMENTADO– TRANSFORMAR EN UN FACTOR DIFERENCIADOR EN LOS MERCADOS ACTUALES.**

Este camino, que se entiende como un factor de modernización, está estrechamente ligado a la incorporación de tecnologías. Sin embargo, es fundamental establecer que la implementación de nuevas herramientas o equipamientos no son sinónimo de éxito, dado que es primordial tener algunos aspectos claros como: características y tamaño de la operación, contar con un plan estratégico definido, establecer cómo quieren atender a sus clientes y cuáles serán las cualidades de su servicio, entre otras.

La tecnología por sí sola no asegura una mejora operacional. Esta realidad hace que sea fundamental un análisis previo, un diseño y una buena compañía en este camino. “Para, Mira y Escucha” es la clave para una exitosa implementación tecnológica. “Cambiar las cosas introduciendo novedades”, así se define innovar. Y en medio de un

camino de cambios abruptos que ha significado la pandemia y sus efectos, innovar cobra valor, ya que ha quedado en evidencia la importancia de cambiar, renovar, actualizar, modernizar o revolucionar las operaciones y procesos.

Para conversar sobre estos momentos de cambio y el rol de las tecnologías en esta nueva realidad invitamos a Carolina Vásquez, Gerente General y cofundadora de STG y Julián Russi, gerente de marketing para Centro y Sur América de Kardex, quienes gracias a sus clientes son testigos valiosos de las modificaciones que hoy viven las empresas.

“Como actores de la industria hemos evidenciados estos cambios. El 2020 fue un año desafiante para muchas empresas, principalmente, porque no estaban preparada para las condicio-

nes que trajo la pandemia; sobre todo, la dificultad de contar con todo su personal en los almacenes, los incrementos en la preparación de pedidos y crecimiento de las devoluciones, por nombrar algunos factores. Muchos se vieron fuertemente bombardeado por el número de pedidos, lo que finalmente afecta la capacidad logística que les permite cumplir su promesa de venta”, asegura Russi.

En otras palabras, el ejecutivo de Kardex afirma que ha sido una época que, sin duda, “obligó a Latinoamérica a dar un gran salto en lo es la adopción de la tecnología y hoy vemos como muchos miran hacia la automatización de los procesos como una ayuda ante las exigencias de los nuevos tiempos”.

En este sentido, la cadena de suministro siempre se ha visto en la necesidad de innovar sus procesos constantemente, lo que va ligado a la evolución hacia los mercados digitales, las necesidades de los clientes y muchos otros factores. Para la ejecutiva de STG el impulso a las empresas hacia la incorporación de nuevas herramientas se debe a los distintos problemas operacionales que se presentan en los diferentes engranajes de la cadena, siendo – a su juicio– los más comunes:

“Inexactitud de los inventarios: Al no realizar un conteo adecuado de la mercadería en el momento de la recepción, se generarán discrepancias en el inventario, y problemas en todo el proceso documental y físico. Logística inversa: Almacenar devoluciones y productos a la venta, todo en un mismo lugar. Los procesos de devolución no son del todo rápidos, se requieren de procesos más simples y expeditos para llevar a cabo la logística inversa con precisión, sobre todo hoy, donde los clientes son cada vez más exigentes y quieren que sus operaciones, tanto entregas como devoluciones, sean lo antes posible. Última milla: Las compras a través de canales digitales

provocaron una incertidumbre en la gestión y entrega de los despachos. La alta demanda de compras se ha transformado en un desafío y es el proceso más tedioso del proceso de entrega. Por esta razón, las empresas han tenido que optimizar sus rutas de entrega y mejorar sus procesos comerciales, sin caer en grandes costos”, detalla Carolina.

No obstante, es importante destacar que de manera transversal en todas las etapas de la cadena logística cobra un valor indiscutible, la trazabilidad, considerando las ventajas que la visibilidad de los procesos aporta al diseño final y a la calidad del servicio entregado finalmente al cliente. No se puede mejorar los errores que no se ven.

“Gracias a la trazabilidad se pueden rastrear todos los procesos de la cadena de suministro. Sin embargo, mu-

chas empresas no logran manejar sin el uso de tecnologías el control de la producción, consumo y entrega, ya que pierden de vista parte de estos procesos. A esto se suma también otro factor importante que es la baja calidad del servicio de distribución y experiencia del cliente”, agrega Carolina Vásquez.

Para Julián uno de los principales aprendizajes de esta época pandémica ha sido “darse cuenta que las empresas no suelen tener un proyecto al momento de buscar tecnologías y sólo buscan soluciones a las problemáticas que enfrentan”.

Entre las principales problemáticas que impulsan acciones y proyectos, el ejecutivo de Kardex reconoce cuatro: “Se dan cuenta que tienen cambios en los flujos de trabajo; Quieren reducir los tiempos de preparación de pedido, quieren aumentar el número

de referencias en su Stock y la necesidad de flexibilidad en su operación. No hay un proyecto claro ni un líder de equipo que diga cuál es el camino. Saben qué tienen una necesidad, pero no saben cómo afrontarla. Ahí es donde la orientación es fundamental para encontrar este camino de transformación en aras de la adopción de la tecnología”, añade.

## ¿CÓMO SE HA MOVIDO LA INDUSTRIA?

Para nadie es un misterio los efectos transformadores y los desafíos que ha generado la pandemia en el sector, a nivel global. La necesidad de las empresas a implementar cambios, reajustar algunos procesos y flexibilizar otros ha sido la constante y también el motivo de por qué las tecnologías, equipamientos, soluciones e innova-

# Manejo Sostenible

de Materiales en la Cadena de Suministro

**Ecowrap®**, solución ajustable, muy resistente y duradera. Disminuye daños en las mercaderías y toneladas de desperdicio plástico.



**ecowrap®**  
Sustainable Solutions for Material Handling

BY **FULLTRADES**

info@fulltrades.com  
www.ecowrapme.com



Escanear para ver video

ciones tecnológicas se han transformado en un atractivo para las empresas, impulsando los proyectos de implementación y ajustes operacionales para adaptarse al nuevo entorno global y consolidar el camino hacia la competitividad, la resiliencia y la sostenibilidad; todos factores claves para la nueva logística.



**Carolina Vásquez**  
Gerente General  
Cofundadora - STG

Los movimientos de la población, los cambios de hábitos de consumo, las problemáticas globales, entre otros factores, incrementó fuertemente la demanda del comercio electrónico. “Para 2020 este sector creció sobre un 200% y llegó a representar un 20% de las ventas minoristas, lo que implicó un alza de 13 puntos porcentuales respecto a fines de 2019. Ahora bien, este 2021 las ventas online del Retail aumentaron un 195,8% durante el primer trimestre de este año, destacando marzo con un incremento anual de 197%, según el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC)”, reconoce Carolina.

Sin duda, según la gerente general de STG, el complejo escenario tras el COVID-19 ha evidenciado la debilidad de ciertos esquemas clásicos de la industria logística, “acelerando la transición hacia la logística 4.0. Las empresas se han visto obligadas a invertir en tecnología e innovación para incrementar la competitividad y cimentar un know-how que permita una mayor resiliencia en el futuro”.

Ahora, con un mejor control de la situación pandémica, la Unión Europea está apostando, según la ejecutiva, por transformar el tejido productivo en torno a dos ejes: digitalización y

sostenibilidad. “Y aquí entra en juego la Logística 5.0, que sin duda los países de Sudamérica tendremos que incluir en nuestros procesos logísticos, adaptándonos a esta evolucionada forma de enfrentar el impacto medioambiental, donde gracias a la tecnología, es posible adoptar este cambio de mentalidad sin dejar de lado la rentabilidad y la competitividad”.

Los globalidad de los cambios y las problemáticas que ha enfrentado la logística, según el gerente de marketing de Kardex, ha dejado en evidencia que “tanto los mercados avanzados como los que están en vías de desarrollo debieron tomar medidas ante la situación pandémica y eso nos deja muy bien parados, porque ya sabemos cómo afrontar nuevos retos, dado que no podemos descartar otras situaciones que pongan en jaque las operaciones”.



**Julián Russi**  
Gerente Marketing  
Centro y Sur América  
Kardex

En este sentido, Julián reconoce que existen industrias que llevan el liderazgo y van marcando el futuro. En ese sentido, “el comercio electrónico ha impulsado cambios, ya que las empresas que tienen este canal son aquellas que más han adaptado tecnologías. Otro caso importante que hemos visto de desarrollo y crecimiento son las farmacéuticas e insumos médicos. También las empresas también están buscando soluciones que se adapten a los dark store o microhubs urbanos, por ejemplo. Y otra área de atención es la logística inversa que viene muy asociada a sistemas de ubicación de interiores y de Radiofrecuencia para gestión de productos, líneas de preparación, bandas transportadoras y todos los sistemas automáticos y preparación de pedidos disponibles”.

## PROYECTOS MÁS COMUNES

En el último año hemos visto como las empresas están apostando por la robótica y la automatización con más fuerza y con el objetivo de transformar y optimizar sus procesos. En este sentido, ambos ejecutivos coinciden en el impulso que han tomado la automatización en los almacenes, sobre todo dada las condiciones laborales, la preocupación por la escasez de mano de obra operacional, la necesidad de dar continuidad operacional a su compañía y la eficiencia y optimización que todo proceso requiere.

En este sentido, los proyectos más comunes, según Carolina Vásquez, en cuanto a automatización de las bodegas son los siguientes: “soluciones de comando por voz, sistema PTL, etiquetado automatizado de cajas y pallet y software de gestión.

En tanto, al hablar de los beneficios que podemos obtener de estos almacenes, la fundadora de STG destaca: “Organización óptima de los flujos dentro del almacén, Niveles altos de productividad y disponibilidad, Gestión del stock, Disminución de los costes de explotación, Inventario de forma permanente, Registro y etiquetado de productos, de manera que estén identificados y localizados en todo momento”.

Las empresas se han visto obligadas a implementar diferentes soluciones y estrategias para adaptarse a la “nueva normalidad” y garantizar la continuidad de sus negocios. Ante esto, es importante que la industria priorice su flexibilidad y garantice los niveles de comunicación de tal manera que les permita adaptarse y reaccionar oportunamente.

Para ello, según señala Carolina, las empresas han considerado crítico integrar un sistema de gestión de al-

# EsnoVa

## Racks SpA

Especialistas en Diseño, Cálculo y Fabricación  
de **Sistemas de Almacenaje**

*Stock para entrega inmediata, · 5 años de garantía · Cumpliendo la normativa de cálculo sísmico NCH2369*



EsnoVa Racks SpA Galpón G - Condominio Trade Center Lo Aguirre  
C/ Tranquilo, nº 383 - Ciudad de los Valles - Pudahuel - Santiago  
comercial.chile@esnova.com T. +56 23 323 6250 - +56 23 323 6251

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

*La fortaleza de la sencillez*



macenes (WMS) en sus operaciones, dado que “es el corazón de su logística y es el encargado de controlar el inventario, gestionar las entradas y salidas, permitiendo tener una visibilidad 360° del almacén para cumplir con los tiempos de entrega al cliente final”.

60

Asimismo, la ejecutiva comenta que la demanda por nuevas herramientas continua y que debido a la alta demanda de pedidos que requieren mayor exactitud y eficiencia, las compañías se están aventurando por tecnologías como: “Voice Picking, robots colaborativos y el Pick to Light (PTL) para reducir los tiempos en la preparación de pedidos y mejorar la exactitud, permitiendo reducir la devolución de productos, una de las variables críticas hoy en día de la logística y consideradas una de las más costosas del ciclo”.

Una vez escogida la tecnología, equipamiento o sistema el foco está en la

implementación. “Un proyecto bien implementado marca diferencias. Podemos medirlo, por ejemplo, en la optimización a nivel de gastos operativos y en productividad. Cuando uno implementa un sistema automatizado adecuado puedes lograr un incremento de hasta un 200 a 600% de productividad, ya que el operario tendrá mayor eficacia en sus traslados y con eso podemos realizar una mayor producción de pedidos y mayores líneas de pedidos”, comenta Russi.

Además, existe una optimización a nivel de espacios. “Con estos equipos podemos reducir el espacio de almacenamiento hasta en un 80%. Si podemos en el mismo lugar condensar el inventario nos queda el espacio para nuevas implementaciones o para almacenar nuevos stock. Estos son dos puntos claves en cuanto al retorno de la inversión: productividad y espacio”, recalca el ejecutivo de Kardex.

## ¿Y EL FUTURO?

Ya pensando en el futuro, en los próximos pasos de la logística mundial o en los nuevos desafíos que enfrentarán ante la nueva realidad, los entrevistados ahondaron en cómo creen se moverá la industria en los próximos meses, coincidiendo en que la nueva logística sí o sí está ligada a la tecnología como una forma de enfrentar los desafíos que enfrenta en materia de digitalización, automatización y optimización.

“El 2020 ha presentado desafíos a los que la industria se ha tenido que adaptar rápidamente, mientras que el 2021 y el futuro nos presenta las tendencias que se pueden convertir en oportunidades hacia una industria más automatizada, conectada, digital e inteligente”, expresa Vásquez.

Por otro lado, la ejecutiva asegura que la industria se moverá a la quinta generación de tecnología inalámbrica, incrementando las velocidades de carga y descarga. “A medida que se incorporen más dispositivos a lo largo de la cadena de suministro y el proceso de fabricación forme parte del internet de las cosas se producirá un flujo de datos que enviará señales en tiempo real. De este modo, la tecnología 5G dará aviso en tiempo real cuando un lote se acabe para que toda la cadena de suministro se active, dando lugar a nuevos movimientos de almacén, distribución y entrega de reabastecimientos.

En este sentido, el gerente de marketing de Kardex sostiene que la clave está en “No compararse con los grandes jugadores del mercado. No pensar que la automatización es solo para los grandes players; pequeñas empresas también puede iniciar procesos de automatización que son escalables”. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:  
www.revistalogistec.com  
Sección: EQUIPAMIENTO/TECNOLOGÍA

MISIÓN

# cero emisiones

En DercoMaq trabajamos en más y mejores soluciones  
**responsables con el medio ambiente.**



Las líneas **RX 20** y **RX60** de Still son **grúas eléctricas de alto rendimiento y bajo consumo de energía**, con capacidad de carga desde 2 a 8 toneladas. El 95% de los componentes usados en Still son reciclables.



**STILL**

Te esperamos en nuestra amplia red de sucursales y concesionarios a lo largo del país.

The image shows the interior of a cargo aircraft. A yellow scissor ladder is extended towards the ceiling. Large cargo units are visible, wrapped in white plastic and secured with black netting. The floor is equipped with metal rollers and red safety blocks. Labels like 'STA 500', 'STA 400', and 'B1/A2' are visible on the white metal walls. The lighting is bright, coming from recessed ceiling lights.

**EN EL ESCENARIO ACTUAL QUE ATRAVIESA NUESTRO PAÍS, EL QUE ALGUNOS EXPERTOS HAN DENOMINADO “NUEVA NORMALIDAD”, LA REACTIVACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ES UNO DE LOS PUNTOS CRÍTICOS QUE OCUPAN (Y PREOCUPAN) TANTO A LOS ACTORES DEL SECTOR PÚBLICO COMO PRIVADO DEL MEDIO NACIONAL, PRINCIPALMENTE DEL ÁMBITO LOGÍSTICO QUE DURANTE 2020 Y LO QUE VA DE 2021 HAN DEBIDO ENFRENTAR UN COMPLEJO ESCENARIO OPERATIVO DEBIDO A LA PANDEMIA AÚN VIGENTE.**

# TRANSPORTE AÉREO DE CARGAS. LOS DESAFÍOS QUE URGE ENFRENTAR

**P**or cierto, en el entramado logístico del Comercio Exterior y los efectos pandémicos, el transporte de carga aérea es uno de los eslabones que ha sido objeto de análisis, considerando que la contribución de este medio es fundamental para las cadenas de abastecimiento y suministro de bienes esenciales al territorio nacional. En esta lógica, diversos agentes asumen como urgente fortalecer las capacidades operativas e infraestructurales de los principales terminales aeroportuarios del país, en lo específico las del Aeropuerto Internacional AMB, a fin de responder a la creciente demanda de uso, la que en el último periodo se ha visto fuertemente desafiado por el contexto internacional y, como no, por el explosivo incremento del volumen de carga derivada del comercio electrónico.

En este sentido, cabe recalcar lo expresado por Willie Walsh, director general de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA), que, a la entrega del reporte estadístico de agosto de 2021, indicó que “la demanda de carga aérea volvió a registrar otro mes fuerte en agosto con un crecimiento del 7,7% en comparación con niveles pre-COVID”, agregando que “muchos de los indicadores económicos apuntan a una fuerte temporada alta de fin de año. No obstante, los problemas de capacidad siguen amenazando al sector mientras continúan las restricciones a los viajes internacionales (en algunas naciones), que mantienen buena parte de la flota de pasajeros y carga en tierra. Y las demoras de las cadenas de suministro podrían intensificarse a medida que las empresas continúen aumentando la producción”.

Considerando lo expuesto por Walsh, resulta relevante analizar la realidad país en materia de transporte de carga aérea, principalmente referido a las actuales capacidades que el principal terminal aeroportuario nacional presenta para hacer frente a eventos de alta demanda como lo son el inicio de la temporada de exportación de fruta 2021-2022 y el incremento en la internación de carga e-Commerce al país que se proyecta para el último trimestre del año y que durante la pandemia ha llegado a records históricos.

## **E-COMMERCE, CARGAS REZAGADAS Y DESAFÍO DÍGITAL**

Ya a inicios de 2020, la Asociación de Transporte Expreso de Chile (ATREX), entidad que agrupa a las empresas de courier del país advertían el colapso de su Centro Logístico Expreso ubicado al interior del Aeropuerto Internacional de Santiago AMB; ello, debido al exponencial crecimiento que estaban experimentando las compras online internacionales. No obstante, a partir de la pandemia dicho colapso se ha evidenciado sobremano, siendo su cara más evidente las miles de encomiendas abandonadas en la zona primaria y pasillos del Centro Logístico; cajas y bolsas sin reclamar, las que hoy complican a la operativa del recinto que reúne a 24 grandes, medianas y pequeñas empresas de courier que operan en la terminal aeroportuaria.

¿Cómo se ha alcanzado este nivel de colapso? Según expuso Luis Miranda, Gerente General de Atrex, “en los últimos 5 años hemos venido levantando alertas a

este respecto, ya que, año a año, el arribo de paquetes derivados del comercio electrónico internacional se incrementa. No obstante, a partir de junio del año pasado, el aumento de los arribos fue acelerado, llegando a niveles históricos”.

Según explicó Miranda, durante el periodo pre pandémico, llegaban al país un promedio de 200 mil envíos mensuales. Pero, a diciembre de 2020 los envíos ya superaban el millón mensual. Así, en los meses posteriores, el arribo de envíos courier se promediaba en 1.300.000 mensuales. Mientras el volumen de importaciones courier aumentaba, otro fenómeno se desarrollaba en paralelo: el presunto abandono de las cargas. Según explicó Luis Miranda, “muchos de los envíos que arriban a nuestro Centro se enmarcan en la categoría B2C, y las personas destinatarias de ciertos paquetes desconocen, por ejemplo, que deben pagar impuestos para que estas cargas ingresen al país. Muchos compradores creen que al pagar el producto en la tienda o marketplace internacional todo está resuelto y al darse cuenta de que deben pagar un impuesto para reclamar estos paquetes desisten y abandonan el envío, que queda rezagado en nuestras instalaciones a la espera de que Aduana determine (a partir del plazo formal de abandono de 31 días) qué pasará con ellos, es decir, si serán destruidos, loteados o donados”.

A partir de lo expuesto por Miranda, cabe recalcar que la acumulación de envíos rezagados ha ido en franco crecimiento, transformándose en una problemática de alto impacto. “A la fecha, tenemos poco más de 100.000 paquetes en situación de “presunto abandono”, ubicados en Zona

Primaria, espacio que normalmente se usa para recibir y procesar carga. Tenemos paquetes que, incluso, llevan más de un año abandonados ocupando un espacio vital para nuestra operativa”, explicó Miranda.

Si a lo anterior se suma el hecho de que, a partir de noviembre de 2021 se proyecta un aumento del 30% en importación courier, resolver la situación de las cargas rezagadas se vuelve imponderable.

El aumento de las importaciones courier y de las cargas en presunto abandono no sólo genera una serie de desafíos a nivel operacional, sino también, implica la generación de diversos procesos operativos, administrativos y de fiscalización que deben ser desarrollados por los servicios públicos, tareas que también se han visto ralentizadas a raíz de la pandemia y de deficiencias a nivel sistémico que se han venido arrastrando con el correr de los años.

En esta línea, Luis Miranda explicó que “la capacidad tecnológica de la Aduana de procesar envíos no se condice con la realidad que vivimos en estos días. Estamos recibiendo hasta 50 mil envíos, provocándose por lógica un cuello de botella, que se ha agravado a raíz de las restricciones derivadas de la pandemia, lo que implicó la digitalización de ciertos trámites. Si bien la Aduana mantuvo personal trabajando en modalidad a distancia y esto permitió procesar los envíos en modo digital, la capacidad de estos procesos es finita.

Al mismo tiempo, las tareas físicas de fiscalización presenciales, también se ralentizaron, ya que el recurso humano destinado a estas operaciones debió acotarse para salvaguardar la seguridad de los colaboradores frete a eventuales contagios, a partir de ello, aspectos como la definición de qué ocurrirá con los envíos en situación de abandono aún no se concretan con la celeridad necesaria. Si no logramos desarrollar medidas urgentes tendremos un colapso y eso no solo implica afectar nuestra operación de cara a los clientes finales que reciben estos envíos, sino también afectar a la cadena logística y opera-

tiva que se desarrolla al interior del aeropuerto”. A pesar del complejo escenario, Luis Miranda indica que existen atisbos de solución a las problemáticas actuales del negocio courier en el Aeropuerto Internacional AMB, soluciones que vendrían de la mano de “una coordinación y trabajo colaborativo, particularmente con Aduana para limpiar el espacio actualmente colapsado y así prepararnos para fin de año, periodo en el cual estimamos que los envíos se incrementarán en un 30%. Necesitamos establecer un mecanismo que permita darle fluidez al sistema y ya estamos trabajando en ello, desarrollando diferentes medidas”. En lo inmediato, destacó Miranda, “estamos explorando con Aduana generar un almacén especial para cargas rezagadas, a fin de trasladar los paquetes y bultos en situación de abandono a ese recinto y limpiar la zona operativa para hacer frente al peak de fin de año”.

Paralelamente, indicó Miranda, Atrex trabaja en el desarrollo de un sistema informático que le permita a la Aduana establecer con mayor celeridad las categorías de las cargas rezagadas a fin de poder determinar qué ocurrirá con ellas, es decir, si serán destruidas, rematadas o donadas. “A través de este sistema entregaremos información detallada a la entidad fiscalizadora para separar la paja del trigo y acelerar los procesos vinculados a las cargas rezagadas que son de plena potestad de Aduana. Esperamos contar con este sistema en las próximas 4 a 6 semanas”, sostuvo el Gerente General de Atrex.

Finalmente, Luis Miranda fue enfático en manifestar que “necesitamos urgentemente avanzar en la digitalización de los procesos. Además, debemos generar un mecanismo de recaudación fiscal eficiente y expedito. En esta línea, por ejemplo, tenemos que ya se ha regulado el pago de IVA respecto a los servicios web, pero, con los productos adquiridos a través del e-Commerce internacional -por ejemplo- no pasa lo mismo y, por lo tanto, la recaudación del IVA es posterior. Si a las compras online (B2C) que se realizan en comercios internacionales se les asignara

el IVA al momento de pagar con la tarjeta bancaria, por ejemplo, la problemática de las mercancías abandonadas disminuiría de forma exponencial”.

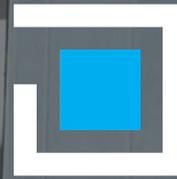
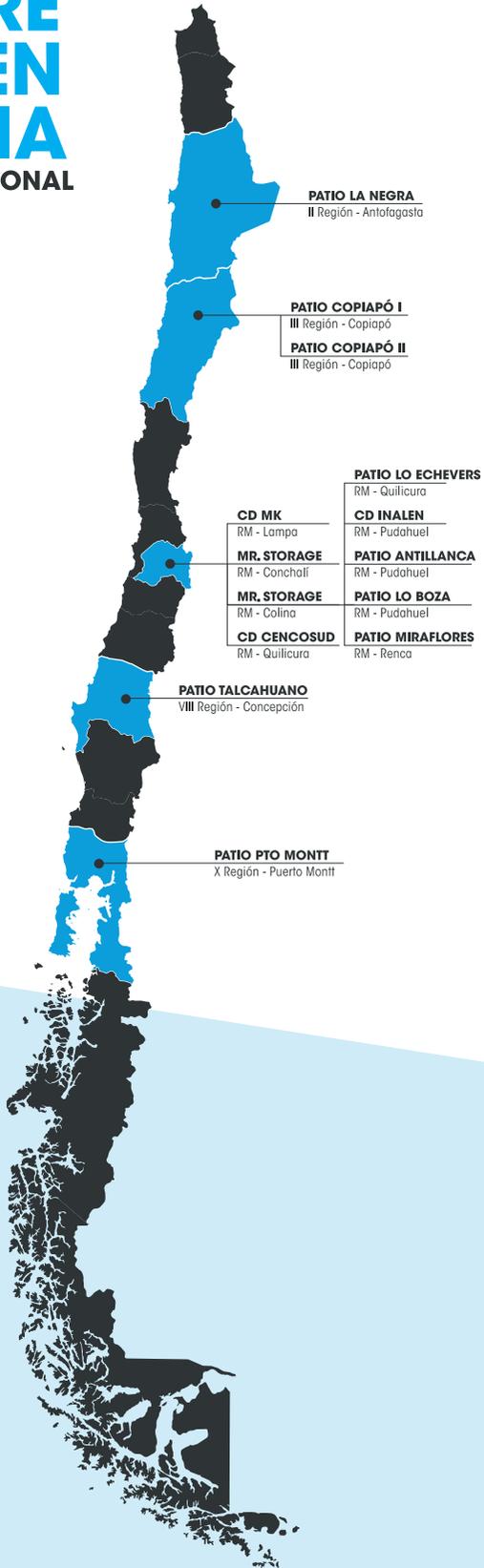
Según explicó Miranda, la recaudación de IVA al momento de la compra es una realidad en otras latitudes. Al respecto, el Gerente General de Atrex indicó que “existen diversos mecanismos para la recaudación de IVA por este tipo de compras, no obstante, existen dos modalidades reconocidas. La primera, implementada en Australia, en la cual la empresa o plataforma que comercializa el producto en el extranjero cobra el impuesto al momento de la compra y transfiere ese monto impositivo al Servicio de Impuestos Internos del país en cuestión. Una segunda opción es que los operadores de las tarjetas bancarias, que regularmente se usan como medio de pago en estas transacciones, sean las encargadas de recaudar el IVA y derivarlo al SII en cuestión. Por cierto, estas modalidades deben operar de forma interconectada con nuestra asociación a fin de que nosotros tengamos pleno conocimiento de aquellos envíos que cumplen con el pago impositivo a fin de que los procesos de salida de estas cargas sean más expeditos”.

Como es sabido a contar de septiembre inicia la temporada de exportación de fruta nacional hacia distintos destinos del globo, operativa que año tras año está en la mira de los actores públicos y privados debido, principalmente, a las limitaciones que el Aeropuerto Internacional AMB presenta en materia de infraestructura. Lo anterior se torna más gravitante si consideramos que, en los últimos años, ha aumentado el número de exportaciones vía aérea -especialmente de cerezas y arándanos-, en gran parte por la capacidad que posee este medio para enviar la fruta en menor tiempo, asegurando la calidad y seguridad de los productos.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:  
www.revistalogistec.com  
Sección: LOGÍSTICA/FREIGHT MANAGEMENT

**PRE  
SEN  
CIA**  
NACIONAL



**PATIO INDUSTRIAL**

# SOLUCIONES DE ALMACENAJE A LA MEDIDA DE TUS DESAFÍOS

De minibodegas a centros de distribución, de Antofagasta a Puerto Montt, de uso particular a grandes empresas, con formatos "build to suit" hechos a la medida... en Patio Industrial tenemos justo lo que necesitas.

## NUESTROS SERVICIOS



Parque Industrial



Mini Bodegas



Frigoríficos



Build to Suit



Centros de Distribución

COMUNÍCATE CON  
**NOSOTROS**

CONTACTO@PATIO.CL  
(562) 2979 6600  
WWW.PATIO.CL



**PATIO INDUSTRIAL**  
GRUPOPATIO

**AUNQUE NO HA FALTADO EL TRABAJO, TAMPOCO LO HAN HECHO LOS OBSTÁCULOS EN MEDIO DE LA CRISIS SANITARIA. DEMORAS AL CRUZAR LAS FRONTERAS, ESCASEZ DE PERSONAL Y DE CONTENEDORES HAN SIDO ALGUNOS DE LOS PROBLEMAS QUE HAN AFECTADO AL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA DURANTE 2021. PERO ESTAS DIFICULTADES TAMBIÉN SON UNA OPORTUNIDAD PARA LA DIFERENCIACIÓN EN EL SERVICIO.**

## LOS DESAFÍOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL A UN PASO DE CERRAR EL AÑO

Cierre de fronteras, escasez de contenedores y atrasos en la ruta han sido algunos de los problemas que han tenido que enfrentar el sector desde que se desató la pandemia. Y esto no solo se dio en Chile, sino en todo el mundo. Se trata de una crisis global que ha sido difícil para todos y contraído en parte el engranaje comercial internacional, pero también se ha transformado en una oportunidad de diferenciación entre los actores del sector, en base a su nivel de servicio. Una crisis puede ser una oportunidad y así lo han entendido en la industria.

66

“La mayoría de las empresas están pasando por situaciones críticas. Pero, en Brasil, Argentina, Uruguay y Chile se ha sorteado bien. Al menos, nosotros hemos tenido un vínculo muy cercano con los camioneros que han sido muy partners. Pero hay clientes que traen carga desde Brasil, hacían rutas marítimas y no tienen contenedores así es que ahora están teniendo que moverse por vía terrestre”, señala Daniel Urrea, presidente de Delpa Group, evidenciando algunas de las dificultades que hoy enfrenta el sector.

A pesar de las problemáticas vividas hay una premisa que ha cobrado valor duran-

te esta crisis y es que la logística y el transporte nunca paran. No importa que tan difícil sea transportar de un punto a otro, la operación no se detiene y eso obliga a los distintos actores a tomar acciones que aseguren el cumplimiento de servicio, evidenciando el rol que tiene la logística en el abastecimiento nacional, en la reactivación de la economía y en el desempeño de las distintas industrias.

Queda en evidencia, entonces, el rol que tiene la logística y su sensibilidad ante los efectos de la pandemia.

A este respecto, Mauricio Parot, gerente general de Samex, asegura que “la industria se contrajo en un 20% en el momento más álgido de la pandemia”, dado los efectos de las restricciones y, sobre todo, producto de la incertidumbre que existía a nivel global, tanto del alcance que tendrían las medidas sanitarias aplicadas como también la duración misma de la crisis sanitaria.

Sin embargo, la situación ha ido mejorando y hoy – a juicio del ejecutivo- la industria del transporte industrial, nacional e internacional, “vive un crecimiento por sobre un 30%”. “Los efectos de la pandemia

golpearon en una primera instancia, sobre todo por la incertidumbre que generó. Luego, la situación se fue normalizando y hoy enfrentamos un momento de crecimiento a nivel operacional”, recalca Parot.

### CERTIDUMBRE Y CONFIANZA

Ante la contracción y los cambios en la industria, la única forma de hacer frente es –a juicio del gerente general de SAMEX- asegurando la continuidad operacional.

“Esta es una relación de confianza y asegurar a los clientes la continuidad de su operación en todo momento es clave para consolidar los vínculos comerciales y dar certidumbre a la industria, reconociendo el rol de la operación logística en el éxito comercial a nivel de empresa y también en el funcionamiento a nivel país”, agrega.

Y en este sentido, las empresas del sector coinciden en que este momento los obliga a marcar diferencias, abriendo una oportunidad para muchos a nivel comercial. Y para esto, las empresas han iniciado procesos de cambios que apuntan al fortalecimiento de su servicio, entre ellos, ampliar la presencia y cobertura de sus soluciones, mejorar su infraestructura e incorporar tecnología a los procesos. En otras palabras, dar un salto en la profesionalización de las soluciones logísticas.

No cabe duda, que hoy las principales preocupaciones de los clientes están en el nivel de servicio y el cumplimiento de las promesas. En este sentido, Mauricio reconoce que ha habido cambios que obligan a los clientes de dejar atrás la mirada en el costo operacional, valorando otros aspectos del servicio.

“Actualmente el foco ya no está en el costo. Con la pandemia el nivel de servicio fue un aspecto complejo y ahí se abren oportunidades para diferenciarse en la industria y crecer, entregando soluciones diversas, pero sobre todo dando confianza en el cumplimiento. Cada cliente y cada operación es importante”, enfatiza Parot.



# La fuerza y precisión están en su naturaleza.



Komatsu Forklift es líder en venta de grúas horquillas en Chile, entregando confianza y seguridad en cada faena, con una oferta de productos que van desde las **2 a las 25 toneladas**.

Consulta por la tuya en [dercomaq.cl](http://dercomaq.cl)

 100% Japonés

## KOMATSU FORKLIFT

**webpay.cl** Paga hasta en 12 cuotas sin interés  
transbank

Red de atención de Iquique a Punta Arenas: 600 786 1000 | [dercomaq.cl](http://dercomaq.cl)

 [DercoMaq](#)  [dercomaq\\_chile](#)  [Mundo DercoMaq](#)  [DercoMaq](#)

 **DERCO**  
RESPALDA Y GARANTIZA

En cuanto al servicio logístico internacional, el ejecutivo de Samex sostuvo que si bien se vivió una fuerte contracción- hoy el sector enfrenta mejores tiempos, alcanzando, “un crecimiento por sobre el 40%”, lo que a su juicio se debe al modelo de servicio que pueden ofrecer, basado en el diseño logístico con servicios marítimo y aéreo que estén “acorde a las necesidades de los clientes”.

No es un misterio que las exportaciones e importación se ven aún afectadas por la situación, fundamentalmente, marítima que se vive a nivel mundial; situación que se refleja por ejemplo, en los sucedido en Vietnam, país que anunció nuevas restricciones sanitarias, obligando a cerrar fábricas, lo que ha generado una preocupación en importantes multinacionales que ven afectado su abastecimiento de cara a la última etapa del año.

En cuanto al efecto en las pequeñas y medianas empresas, conforme fue evolucionando la pandemia, “las pymes volvieron a su nivel casi normal en términos de volúmenes de importación. De hecho, ahora ya llegaron a niveles pre pandemia y pre estallido social para el caso de Chile”, afirma Martín Díaz, CEO de Shippter, confirmando así una cierta reactivación de la actividad.

Además, según el fundador de la plataforma de forwarding digital, debido las alzas que se han visto en los fletes internacionales full container, el segmento pyme ha migrado de forma importante al servicio de carga consolidada.

“Alguien que antes traía un full container de 20’ ahora está tomando la alternativa de traer un contenedor consolidado. También se está optando por importaciones aéreas, ya que cuando son cargas de menor peso/volumen, se está volviendo una alternativa atractiva si uno hace la comparación de los días de tránsito vs precio, considerando los altos niveles de los fletes marítimos”, explica Díaz. Con el correr de los meses y la experiencia ganada tras más de un años y medio de pandemia –con lo

que eso ha significado a nivel de desafíos y ajustes logísticos- hay un factor que ha sido relevante y que va más allá de lo netamente operacional: la comunicación.

El mayor desafío para la industria en su conjunto es ser capaces de mantener informados de forma oportuna a los clientes, teniendo en consideración los constantes cambios de status de las operaciones, debido a las restricciones ocasionadas por la pandemia. El fortalecimiento del vínculo entre cliente y proveedor es clave para la toma de acciones y el nivel de respuesta que se tenga ante complejidades en el trayecto o Ruta.

## INTERCAMBIO COMERCIAL

El intercambio comercial de Chile alcanzó US\$ 117.972 millones al octavo mes del año, logrando un crecimiento de 39% comparado con 2020, según un informe elaborado por la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI) con cifras del Banco Central.

Tanto exportaciones como importaciones registraron valores récord, para un periodo similar, donde las primeras llegaron a US\$ 61.231 millones, lo que fue un 30% superior a los embarques de 2020. Las importaciones, por su parte, contabilizaron operaciones por US\$ 56.741 millones, marcando un incremento del 50% frente a igual periodo del 2020 y quedando solo US\$ 3 mil millones por debajo del monto importado en todo el año 2020.

“El comercio exterior global continúa exhibiendo una sólida recuperación en 2021. Nuestros socios comerciales registran un considerable aumento en sus importaciones, destacando entre ellas Estados Unidos, China, Alemania, México y Corea del Sur, provocando alzas a escala global en las órdenes de exportación y una mayor demanda por fletes aéreos y marítimos”, detalla el subsecretario Rodrigo Yáñez.

¿A qué se debió el dinamismo de las importaciones? Principalmente, a las mayo-

res internaciones de aceites de petróleo, automóviles, gas natural, camiones, teléfonos celulares, notebooks, vacunas, tablets, neumáticos, reactivos PCR, cerveza, entre otros. Uno de los sectores que más aumentó sus importaciones en 2021 fue el de los insumos para combatir y controlar la expansión del coronavirus, alcanzando internaciones por US\$ 2.377 millones en los ocho primeros meses de 2021, donde las importaciones de vacunas estuvieron a la cabeza (+510%), seguidas por los reactivos PCR (+51%).

En tanto, las exportaciones registraron alzas en todas sus grandes categorías: envíos de minerales, embarques agropecuarios y ventas al exterior de productos industriales. A nivel de productos, el auge de los envíos -como siempre-fue liderado por el cobre, cuyas ventas al extranjero anotaron la cifra récord de US\$ 34.693 millones, con un alza de 50% frente a 2020.

Pero también hubo otros productos que, entre enero y agosto, aumentaron sus embarques. Algunos de ellos fueron: nitratos de potasio, jurel congelado, máquinas de sondeo, kiwis frescos, mejillones, molduras de madera, clementinas, avellanas, botellas de vidrio, nueces y neumáticos, entre otros.

De cara al último trimestre del año, la situación del comercio internacional parece recuperarse del duro golpe del 2020. Sin embargo, algo que ha quedado de manifiesto es que se requieren cambios; cambios que apunten a la flexibilidad y a la capacidad de respuesta de una industria tremendamente desafiada y sensible a nivel global. Buscar las herramientas que permitan robustecer estos servicios es la tarea de todos los actores del sector. ■



**MEGACENTRO**  
BODEGAS & OFICINAS  
RED MEGACENTRO



# ARRIENDO DE BODEGAS DE ALTO ESTÁNDAR EN ANTOFAGASTA



Arriendo de **bodegas de alto estándar en Antofagasta-sector La negra**, contamos con dimensiones flexibles de **bodegas y oficinas**, en una ubicación estratégica, emplazada en la ruta 5 norte, con **excelentes accesos**, conectividad directa a la ciudad de Antofagasta, **zona industrial** y apoyo logístico de la zona norte y con todos los beneficios de bodegas Megacentro.



**UBICACIÓN**



**SEGURIDAD**



**CONECTIVIDAD**



**FLEXIBILIDAD**



**INFRAESTRUCTURA DE CALIDAD**



**ATENCIÓN PERSONALIZADA**



UNA EMPRESA  
**RED MEGACENTRO**

**+569 4253 8755**  
**megacentro.cl**



**DESDE JUNIO DE ESTE AÑO, EL EJECUTIVO ENCABEZA ESTE DEPARTAMENTO DESDE DÓNDE BUSCA POTENCIAR LAS OPERACIONES OMNICANAL DE WALMART CHILE, ACERCÁNDOSE CADA DÍA MÁS A SUS CLIENTES, A TRAVÉS DE UNA MIRADA ESTRATÉGICA QUE ESTÁ MARCADA POR LAS DISTINTAS ALTERNATIVAS DE ENTREGA QUE SE OFRECEN PARA SATISFACER LAS DEMANDAS DE LOS CLIENTES.**

70

## “HEMOS TENIDO QUE APRETAR EL ACELERADOR EN EL CAMINO OMNICANAL”

Los proyectos no se detienen y hoy la compañía prepara el lanzamiento de su Marketplace para poner a disposición de las Pymes su sólida red logística. Con más de 20 años de experiencia en Walmart, Matías de Lorenzo asumió la Gerencia

Omnichannel Supply Chain en Chile, dejando atrás su rol como Gerente de Operaciones Logística Omnicanal, para asumir el desafío de impulsar la transformación en el área logística y acelerar el e-Commerce en toda la red.

Con una clara visión sobre el desarrollo que ha tenido el Retail en el último tiempo, el ingeniero de la Pontificia Universidad Católica de Argentina y Master en Logística y Transporte en E.S.T.E busca fortalecer los equipos de trabajos y responder a las demandas de los clientes, en esta nueva era de la industria omnicanal. Con foco en el desarrollo de la estrategia omnicanal, la compañía se ha transformado en un líder indiscutible del sector, reconocido por los distintos actores de la industria, donde la innovación tecnológica ha jugado un rol clave para poder responder en tiempo y forma a los clientes, tanto del canal online como físico.

Buena parte de esta estrategia, Walmart la sustenta en su presencia a nivel nacional. Más de 370 tiendas en los formatos Líder, Express de Líder, Líder.cl, Ekono, Súper Bodega aCuenta y Central Mayorista, desde Arica a Punta Arenas, apalanca su operación.

Como testigo del desarrollo y los cambios del mundo el Retail, en especial el crecimiento del mundo online, Matías de Lorenzo conversa con Logistec sobre los pilares de Walmart para enfrentar los nuevos tiempos del consumo.

### TRABAJO MANCOMUNADO

“Veníamos viendo cómo el e-Commerce estaba transformando el Retail, en este Retail omnicanal. Claramente lo que ha pasado estos últimos 2 años ha exacerbado lo que ya se veía. Los tiempos nos han acelerado y nos pone en una posición desafiante que nos obliga a tener dinámica y una velocidad determinada de respuesta y acción; y también tener más contacto con los cambios globales, locales y en términos de industria”, comenta de Lorenzo.

“Conectado”, así define Matías los nuevos tiempos para la industria. Los cambios que ha generado la pandemia en el ámbito logístico, los hábitos de consumo y, por supuesto, con el desarrollo del canal online obligan, a juicio, del ejecutivo a asumir



# Integramos **tecnología** de vanguardia con un **servicio de calidad**



**Control y ubicación**  
de tus vehículos en  
todo momento



**Alertas de seguridad**  
para reaccionar frente  
a situaciones  
de riesgo



**Información estratégica**  
para hacer más rentable  
tu negocio



**Pioneros y líderes**  
en monitoreo y  
gestión de flotas

**CONTÁCTANOS Y TE ENTREGAMOS UNA SOLUCIÓN**



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



56 2 2940 4911



[clientes@gpschile.com](mailto:clientes@gpschile.com)

“un liderazgo más democrático”. “Estos cambios de dinámica te obligan tener un liderazgo más democrático. Cuando uno se enfrenta a un camino no explorado y que son totalmente desconocidos e innovadores, nadie tiene todas las respuestas. Sería arrogante pensar que uno tiene el manual escrito y en eso es importante la formación de equipos y el lugar que se le dé a todo el mundo en búsqueda de las soluciones a los problemas. Todos están intentando pavimentar un camino nuevo”, asegura.

Walmart venía trabajando en la omnicanalidad aplicada a la logística fuertemente, desde fines de 2019 cuando puso en marcha el primer CD omnicanal que es “espectacular en términos de servicios logísticos que le ofrece al negocio”.

Pero esta política de innovación y desarrollo no sólo queda a nivel de infraestructura, sino en el funcionamiento y operativa de cada una de las etapas de la cadena. “Detrás de esa infraestructura pudimos desarrollar -en conjunto con talento local y de Estados Unidos- un WMS omnicanal, por lo cual hoy

El Peñón es una plataforma logística que no sólo nos permite almacenar productos de los dos canales, sino al mismo tiempo compartir el inventario y administrarlo con el mismo sistema simultáneamente, en función de lo que el cliente quiera”, detalla.

## UN FACILITADOR DE SERVICIOS

“Debemos honrar el que somos facilitadores de las distintas necesidades del cliente”, ya que es el objetivo de esta área de la compañía.

“Si los consumidores quieren ir a una tienda o si quiere comprar por el canal digital lo hacen; mientras tanto nosotros debemos darles todas las posibilidades para canalizar sus necesidades y para eso es fundamental no tener una estructura rígida”, agrega de Lorenzo.

Pero, ¿dónde está el soporte de esta estrategia omnicanal? A juicio del gerente Omnichannel Supply Chain en Chile, el principal pilar es “construir capacidades logísticas. Luego está el cómo repensar este liderazgo colaborativo, porque el cliente es transversal a muchas áreas y, fundamentalmente, fortalecer nuestra visión omnicanal no solo desde la infraestructura logística, sino poniendo a disposición nuestra flota de transporte y usando las tiendas como una plataforma de distribución para llegar al cliente de la mejor manera”.

A reglón seguido, Matías reconoce el valor que tiene la estructura de Walmart para apalancar su logística en los activos del mundo físicos “para que nuestros servicios digitales puedan ser los más rápidos, ágiles y confiables”.

Por último, el ejecutivo agrega que hoy la empresa está también enfocada en “la explotación de datos, donde tenemos muchas iniciativas que tienen que ver con cómo utilizar la información en tiempo real y los modelos predictivos para poder ofrecerle al cliente el mejor surtido, en la mejor locación y tomar decisiones para darle un mejor servicio en los distintos canales”. Todos estos aspectos han llevado a la compañía al éxito, donde la piedra fundamental ha sido su cultura de innovación. “Tratamos de sumar lo mejor que tiene el mundo corporativo como Walmart con su escala y la fuerza de una multinacional con lo mejor de las culturas de innovación de las startups. Estamos seguros que cada uno, desde su rol, es capaz de innovar en su m2, aportando a la estrategia final”.

## LA MADUREZ DE UNA INDUSTRIA

Si bien, Walmart Chile ha transitado por el mundo online desde hace un tiempo con políticas y miradas a largo plazo, los retos no dejan de estar presentes en el día a día.

En este sentido, el ejecutivo reconoce que la compañía tiene, por ejemplo, el gran

desafío de “pensar en un mediano y largo plazo, en cómo esta nueva dinámica habilita capacidades logísticas que a veces requieren tiempo. El desarrollo de estas habilidades nos obligan a estar mirando y estar vinculado con los cambios del negocio”.

Para Walmart Chile las capacidades logísticas son la base para construir luego servicios logísticos, incorporar tecnología, avanzar en las soluciones, etc. “Estamos obligados a anticiparnos a las demandas futuras y en mundo cambiante es muy difícil. Hay que adaptarse y anticiparse, pero siempre con flexibilidad”. El segundo gran desafío que enfrenta la multinacional, a juicio de De Lorenzo, es seguir explotando la cultura de innovación, “entendiendo que muchas veces se avanza por caminos inexplorados y eso nos obliga a ser más amplios y diversos para estar seguros que estamos considerando todas las miradas”.

En términos profesionales, Matías reconoció que este es un contexto espectacular, desafiante y exigente. “Animarse a redactar un libro que no está escrito, antes de leer manuales, es atractivo. Una cosa es repavimentar un camino y otro es que te digan que hay que conectar dos ciudades sin data, sin traza, sin tecnología”.

“Hemos tenido que apretar el acelerador en el camino omnicanal. El cliente tiene una evolución y una dinámica, por lo que si hoy le tomamos una foto, lo más probable es que a los pocos meses eso cambia. Este escenario nos obliga a estar contactados para interpretar sus necesidades actuales y futuras; y desde ahí diseñar distintos servicios y productos que satisfagan esas necesidades. Poder responder a los desafíos es determinante”, agrega de Lorenzo.

A pesar de los logros y avances en materia de servicios omnicanal y el fortalecimiento de la red logística, los proyectos en Walmart continúan. Así, el ejecutivo reconoció que existen 4 aspectos que hoy mueven a la compañía de cara al futuro. El primer punto dice relación con seguir

evolucionando en la implementación de distintas tecnologías en nuestra cadena de abastecimientos. "La incorporación de tecnología Good to person fue el primer paso, ahora estamos implementando una nueva tecnología denominada EffiBot para la preparación de pedidos. Además, hemos sumado equipos de dispensador de pallet automáticos, Inteligencia artificial apalancado en nuestra tecnología de cámara para la toma de decisiones y tenemos también brazos robóticos. Las tecnologías tienen muchas facetas y por eso queremos seguir implementando automatización, robotizaciones y tecnologías en los próximos años".

El segundo punto es el fortalecimiento de Walmart Fulfillment Service que "es el brazo logístico del nuevo Marketplace. La idea es ofrecer estos servicios world class y ponerlos a disposición de las pymes para que tengan acceso a tecnologías y servicios del primer mundo de forma sencilla. La idea es ofrecerle una oferta que les

permita llegar a cualquier domicilio del país de manera fácil, rápida, consistente y eficiente".

"El marketplace los estamos trabajando para que entre en funcionamiento progresivo desde el primer trimestre del 2022. El e-Commerce es una actividad noble, pero muy desafiante y nosotros creemos que las pymes tienen productos seductores para los clientes. Estamos convencidos que el 2022 será el año del Marketplace", añade el ejecutivo.

El tercer proyecto de Walmart apunta a la explotación y uso de los datos. "Queremos democratizar el uso de modelos predictivos e implementarlas en la Supply Chain tradicional, en la logística y en el transporte. Además, explotar la información de tiempo real para la toma de decisiones tácticas", agrega.

Por último está el proyecto de sustentabilidad. "Queremos generar nuestra prime-

ra planta de hidrógeno en los Centros de Distribución para mudar finalmente todo el equipamiento eléctrico que ocupamos en la operación que hoy, por lo general, son de baterías de plomo y pasarlas a hidrógeno. De esa manera aportamos un grano de arena en una compañía regenerativa y ser, al mismo tiempo, una operación más segura y eficiente", sostiene de Lorenzo.

Finalmente, el gerente Omnichannel Supply Chain de Walmart Chile recalca que la gran misión de la compañía está en "seguir siendo relevantes y protagonistas en esta industria, basándonos en ser consistentes en el cumplimiento de nuestra promesa, acercar los productos de manera rápida en el país y hacerlo con eficiencia y compartir ese beneficio, dando acceso a los clientes a los mejores precios del mercado. Así es la forma en la que queremos seguir siendo protagonistas y relevantes en este Retail omnicanal". ■



DESARROLLO Y ARRIENDO DE  
**CENTROS LOGÍSTICOS**  
BODEGAS DE ESTÁNDAR INTERNACIONAL

**CONSTRUÍMOS A LA MEDIDA  
EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN  
QUE TU EMPRESA NECESITA**

Contáctanos | [almacenaje@danco.cl](mailto:almacenaje@danco.cl) | +562 2739 1027 | [www.danco.cl](http://www.danco.cl)



**“EL DESAFÍO  
ES INTEGRAR Y  
SINCRONIZAR  
LA CADENA DE  
SUMINISTRO DE  
PUNTA A PUNTA”**

---

**DOUGLAS GUILHERME**  
VICEPRESIDENTE DE SUPPLY CHAIN GLOBAL  
DE ECOLAB

74

El vicepresidente de Supply Chain Global de Ecolab descarta que exista una nueva era de Supply Chain, ya que eso –a su juicio– significaría el fin de una etapa anterior, lo que a su parecer no corresponde. Por lo tanto, prefiere hablar de “evolución y disrupción aceleradas”. El futuro, según Douglas, está en entender la cadena de suministro como un ecosistema.

Con más de 25 años de experiencia en más de 25 países y en empresas de diferente índole, Douglas Guilherme ha formado una mirada crítica y amplia de la cadena de suministro en áreas como manufactura, logística, planeación, calidad, alimentos, químicos, B2C y B2B.

El ejecutivo se ha caracterizado por liderar diversos equipos en Supply Chain, reconociendo el valor de las personas en los resultados finales de las empresas. “Con orgullo lidero a un equipo diverso en SC. Cada individuo en mi equipo entrega una ventaja competitiva demostrable y sostenible. Todo lo que hacemos es diseñado para entregar resultados de negocio superior y crear valor a los clientes que servimos”, afirma.

Douglas ha manifestado que su propósito está en “habilitar a las personas a actuar en su máximo potencial para transformar el negocio, buscando ser los mejores para crecer en ventas y reducir costos, innovar para estar al frente de la dinámica cambiante de mercado, y continuamente renovar la manera que vamos al mercado, dejando un legado para el negocio y para los empleados”. Aquí algunas reflexiones del ejecutivo en torno al momento actual y el futuro de Supply Chain.

### ¿Cómo defines el rol de Supply Chain?

El rol de Supply Chain es más relevante que nunca. La pandemia puso aún más en evidencia que debemos liderar P&L, personas, innovaciones y deleitar clientes con calidad y servicio impecable. El rol ha evolucionado y dejó a muchos profesionales obsoletos. El líder de hoy debe de ser fluido en las disciplinas de Supply, en fi-

nanzas, en manejo de talento / diversidad y en tecnología. Lo más importante es conectar conocimiento con acciones rápidas y concretas.

### ¿Hay un cambio de mentalidad en la industria?

Sí, para bien y para mal. Algunas empresas que buscaron resultados cortoplacistas con extrema reducción de costo e inversiones, recompra de acciones (buyback) y exprimir a proveedores. Por otro lado (el bueno), hubo una aceleración de tecnología en favor del cliente y de mejora de procesos como por ejemplo el salto en e-Commerce (8 años en 1), también una aceleración en gestión (diversidad, inclusión, trabajo remoto) y la mayor consciencia y acciones concretas en sustentabilidad.

### ¿Se puede hablar de una nueva era de Supply Chain?

Nueva era suena como que hubo el fin de la anterior, prefiero pensar en evolución y disrupción aceleradas. Hay una tendencia a ser mas local (y no depender tanto de materiales asiáticos), de estar mas cercano al cliente, de automatizar (arbitraje de mano de obra que se hace favorable) y lo más relevante, sentarse en la mesa de decisiones estratégicas.

### ¿Dónde están los principales desafíos de Supply Chain?

El desafío es de integrar y sincronizar a la cadena de suministro de punta a punta. Hay que conocer intrínsecamente al cliente y desde ahí, diseñar la cadena hacia atrás con el diseño correcto de distribución y almacenaje, las estrategias operativas en manufactura y los acuerdos y flujos desde los proveedores y sus proveedores.

### Planificación Estratégica ¿Cómo entiendes este concepto?

Planificación estratégica es el arte y ciencia de crear estrategias específicas de negocio, implementarlas y dar seguimiento para entregar resultados corporativos de largo plazo. Se requiere estar integrado al negocio comercial y financiero; se requiere conocer íntimamente a sus clientes; se requiere ser obsesionado por entregar resultados

mirando a los indicadores de performance (leading indicators) con información en tiempo real para ajustar, aprender, perfeccionar y ejecutar.

### DEFINE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:

- **Flexibilidad:** Agilidad de adaptarse a los cambios y nuevas necesidades, contar con sistemas y procesos para continuar con el ritmo que marcan los clientes o industria

- **Continuidad operacional:** Acción proactiva de tener planes de contingencia para todo lo que se pueda esperar como disrupción y tener a una organización ágil para lo que sea imponderable

- **Gestión y excelencia operacional:** Conjunto de mejores prácticas en cada eslabón de la cadena combinada con una cultura de disciplina operacional

- **Automatización:** Hoy con disponibilidad de Cobots, RPA cada vez más asequibles, se convierte en una tendencia y una responsabilidad corporativa de preparar la mano de obra para adaptarse y actualizarse.

- **Colaboradores/equipos:** ¡Los que hacen que las cosas sucedan! Son ellos los que están más cerca de las actividades y deben tener accountability y poder de decisión para tener una cadena ágil y flexible.

### ¿Qué sustenta a una cadena de suministro moderna?

Que conozca sus números (P&L) como si fueras el CFO. Que conozca a su cliente y la estrategia de mercadeo como si fueras el COO.

### ¿Cómo será el futuro de Supply Chain?

Será manejado cómo un ecosistema, requerirá visibilidad en tiempo real en un mercado que no perdonará fallas en sustentabilidad, manejo de relaciones humanas y foco en cliente. En tanto, el profesional futuro deberá ser: multidisciplinario, tener inteligencia emocional y cultural y ser digital.

**UNO DE LOS FENÓMENOS QUE SE HA EVIDENCIADO EN MATERIA DE EMPLEO, DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2021, ES LA SIGNIFICATIVA ESCASEZ DE TALENTO EN DIVERSAS INDUSTRIAS A NIVEL NACIONAL.**

# LA RR.HH. ¿CÓMO RETENER EL TALENTO Y FIDELIZAR A TUS COLABORADORES?

de la población que perdió su empleo y no ha podido reubicarse; asimismo, las empresas deben generar estrictas medidas de higiene y seguridad con el objetivo de dar confianza a los trabajadores que deben desempeñarse de manera presencial; sumado a que las remuneraciones de las oportunidades disponibles sean competitivas”, asegura. Lee la nota ¿perdió atractivo el teletrabajo? 84% de los trabajadores volvería a la oficina.

## ¿CÓMO RETENER EL TALENTO?

Considerando el actual contexto en materia de empleo, los líderes de las áreas de recursos humanos están lidiando no sólo con dificultades en materia de reclutamiento y selección de personal para cubrir puestos especializados y técnicos, sino también con la implementación de estrategias de retención de talento; y es que cuando los profesionales de alto rendimiento dejan inesperadamente una compañía, los equipos quedan resentidos: la motivación baja, los gerentes tienen que redistribuir el trabajo y la productividad podría caer, al menos por un tiempo.

Considerando que la rotación laboral es una de las problemáticas que enfrentan, hoy más que nunca, los departamentos de Recursos Humanos deben centrarse en poner en prácticas iniciativas de retención antes de que los miembros del personal comiencen a partir, sobre todo considerando que muchas renuncias voluntarias se pueden prevenir. Si evitas que los mejores talentos se vayan, los costos de contratación bajarán; sin embargo, es difícil determinar las estrategias de retención de talento adecuadas si no sabes por qué las personas dejan la empresa.

Considerando lo expuesto, Randstad ha propuesto interesantes fórmulas para recopilar información entre los colaboradores, entre ellas se cuentan:

**Crear encuestas anónimas.** Los empleados no siempre se sienten cómodos hablando sobre los problemas que enfren-

Entre las principales hipótesis que, según los expertos, explican este fenómeno se encuentran: la aprensión de las personas a retornar a la actividad laboral presencial y la aprensión a perder los subsidios del Gobierno ante la eventual firma de un contrato laboral; sin embargo, en los primeros 6 meses de 2021 las remuneraciones experimentaron una baja, por lo tanto, es un factor que también podría estar influyendo en la disminución en las postulaciones.

De acuerdo con cifras aportadas por la Consultora Randstad, entre enero y junio de 2021 los salarios de cargos administrativos, operativos y comerciales cayeron un 6,2% en relación con igual periodo de 2020, con un peak de -9,6% en mayo. Al respecto, Francisco Torres, director de staffing & outsourcing de Randstad, señaló que “con 18 meses de emergencia sanitaria, es normal que los salarios se hayan visto afectados y, tomando en cuenta que los efectos de la pandemia se han extendido más de lo previsto, es poco probable que las organizaciones suban las rentas de manera generalizada; aunque si pensamos que lo peor ya pasó, es probable que entre julio y diciembre se reduzca la brecha con 2020”.

Por otro lado, el sondeo de Randstad muestra que, aunque existe una reducción en el número de personas que recibe un sueldo inferior a \$400 mil en relación con 2020 (-0,7%); y un crecimiento en el porcentaje de trabajadores con rentas

en los rangos intermedios, siendo el de \$400 a \$500 mil el de mayor crecimiento (+1,6%); también vemos un descenso de colaboradores que tienen remuneraciones por sobre 1 millón de pesos (-3,3%).

“Con esto, podemos decir que se han reducido los extremos, transformándose el tramo más alto en el más afectado, lo que nos habla de que es indispensable que el mayor dinamismo de la actividad económica, que en mayo registró un alza de 18,1, se vea reflejado en los salarios”, enfatizó Torres.

El directivo comenta que a pesar de que se han perdido miles de puestos de trabajo durante la pandemia, las oportunidades de empleo no han bajado y el sueldo es un excelente gancho para cautivar a quienes hoy están siendo ampliamente demandados por las compañías. “Entre enero y junio de 2020 hubo un incremento de 177% en las ofertas para posiciones administrativas, operativas y comerciales versus el mismo periodo de 2019, aumento que llega a 376% si se compara con la primera mitad de 2019 con 2021”, grafica.

Con respecto a la proyección para lo que queda del año, Torres sostiene deben existir esfuerzos combinados para que las postulaciones a las vacantes no sigan cayendo, ya que esto perjudica la competitividad del mercado laboral. “Por un lado, los subsidios del Gobierno tienen que estar presente, sobre todo para gran parte



**ar racking**  
SISTEMAS DE ALMACENAJE

AR SISTEMAS DE ALMACENAJE LTDA  
Puerto Madero N° 9710, A-379  
Comuna de Pudahuel, Santiago  
+56 (2) 2993 4003  
info@ar-racking.com



**RACKS PARA  
PALLETES**

RACK SELECTIVO  
RACK DRIVE IN  
RACKS MÓVILES  
RACK DINÁMICO  
AR SHUTTLE



**SISTEMAS DE  
PICKING**

RACK PICKING MANUAL  
RACK MULTINIVEL  
PICKING DINÁMICO



**RACKS  
AUTOMATIZADOS**

BODEGAS AUTOMATIZADAS  
RACKS AUTOPORTANTES  
MINILOAD



**GANA TIEMPO. GANA ESPACIO.**

[www.ar-racking.cl](http://www.ar-racking.cl)



tan en su trabajo o compañía, por lo que una encuesta anónima puede fomentar el diálogo y ser un incentivo para aumentar la participación.

**Realizar entrevistas de salida.** Una buena iniciativa por considerar es la contratación de un consultor independiente para realizar entrevistas de salida. A las personas les resulta más fácil hablar con franqueza con entrevistadores que no representan directamente a las empresas para las que trabajan.

**Haz que las entrevistas de compromiso sean una rutina.** Cuando estas entrevistas se dan como algo natural, la gente se abre más. Los departamentos de RR.HH. deben considerar hacer este tipo de entrevistas "parte de tu estrategia de recursos humanos" y elogiar a los empleados cuando brinden información útil.

**Abordar a los malos gerentes.** Se debe considerar seriamente las quejas del personal, conversar con aquellas jefaturas que están teniendo un mal desempeño en cuanto a gestión de talento y tomar las medidas correspondientes si el problema persiste. También, las gerencias de RR.HH. deben preocuparse de otorgarles capacitación en habilidades de liderazgo y comunicación efectiva.

**Analizar patrones.** ¿Es más común la rotación en un departamento en particular? ¿Existen tipos específicos o características similares en los empleados que se van con más frecuencia? ¿Quiénes dejan tu organización ocupan puestos más estresantes que aquellos que han permanecido por más tiempo?

**Diseciona la cultura de tu empresa.** Un consultor externo puede proporcionar una perspectiva desde fuera y ayudarte a analizar la cultura de tu compañía. ¿Existe un propósito en tu negocio o los empleados no se sienten inspirados?

**Evalúe el compromiso.** Cuando las personas se sienten comprometidas e interesadas en el trabajo que realizan, se que-

dan. Determine si los colaboradores con mejor desempeño se sienten satisfechos y si disfrutaban de las tareas asignadas.

**Lea entre líneas.** Si aquellos trabajadores que generalmente se desempeñan bien comienzan a retraerse o a bajar su desempeño, puede asumir con seguridad que ha disminuido su motivación. Converse con ellos sobre por qué se sienten así, y tómalos en serio si están agotados o insatisfechos.

**Evalúe procesos.** A veces, las personas se van porque existe micro gestión en el equipo o porque no están de acuerdo con los procedimientos corporativos. Reevalúa las políticas con regularidad para asegurarte de que estén funcionando según lo previsto. Siempre en torno a la retención de talento, resulta relevante que las compañías sean creativas y consistentes respecto a la estrategia a implementar. En esta línea, a continuación, presentamos dos iniciativas de gran impacto, propuestas por la consultora Ranstand:

## HORARIOS FLEXIBLES

Durante la pandemia, los empleados de muchas empresas comenzaron a trabajar de forma remota y un gran número de expertos económicos cree que, dada la cantidad de soluciones basadas en la nube disponibles, el teletrabajo continuará más allá del covid-19. Sin embargo, esta "nueva normalidad" probablemente se aplicará más al personal de oficina que a quienes se desempeñan en fábricas.

Las opciones para las instalaciones de producción incluyen la programación flexible y el intercambio de turnos. Los horarios comprimidos, en los que las personas trabajan tres o cuatro turnos más largos y luego se toman varios días libres, son una alternativa potencial a las tradicionales semanas de cinco días. Con la supervisión adecuada y las plataformas óptimas implementadas, esta programación funciona sorprendentemente bien. Aún mejor, los trabajadores flexibles se sienten más productivos, menos estresados y más sa-

tisfechos con su trabajo. En resumen, es más probable que se queden contigo.

## MEJOR FORMACIÓN

La oportunidad de adquirir nuevas habilidades es uno de los mayores atractivos de cualquier trabajo nuevo, especialmente si esto podría conducir a un ascenso. Los empleados bien capacitados abordan mejor los desafíos, por lo que se sienten más seguros y, a su vez, más realizados.

Ahora bien, el tipo de capacitación que la compañía brinde dependerá de lo que haga su empresa en el día a día. Para lograr el máximo impacto, los cursos de capacitación deben ser relevantes para el trabajo de un empleado o para el que le gustaría hacer en el futuro. Si realiza encuestas periódicas, pregunte al equipo en qué tipo de iniciativas de capacitación le gustaría participar. Idealmente, la capacitación debe comenzar poco después de la contratación y debe ser constante. Existen cuatro tipos distintos de formación:

**1. Orientación.** En la capacitación de orientación, presentas la cultura de tu empresa, su misión y sus valores, y su estructura organizacional.

**2. Incorporación.** La incorporación cubre los objetivos del departamento, los aspectos técnicos del rol del nuevo empleado y mucho más.

**3. Habilidades tecnológicas.** En esta etapa, los nuevos miembros del equipo reciben una formación relacionada con las herramientas digitales disponibles y aprenden a realizar tareas de forma independiente a medida que se amplían sus habilidades.

**4. Habilidades blandas.** Aprenden habilidades relacionadas con el equipo como comunicación, liderazgo, resolución de conflictos y ética corporativa. Puedes utilizar este tipo de formación para nutrir a los equipos y para identificar posibles futuros gerentes. ■

# NO PIERDAS TU INVERSIÓN. INCORPORA TECNOLOGÍA SOLUCIONES ASSET TRACKING DE FLEETUP

- Seguimiento en tiempo real
- Refresh de GPS cada 10 segundos
- Rastreador de cargas
- ETA en vivo
- Candado Electrónico



**Cámara Frontal**  
Full HD 1080P  
140" Ajustable  
Ángulo de Visión



## Te invitamos al Lanzamiento! **FleetUp IA Dashcam**

Mayor visibilidad y control de flotas  
Mejora la seguridad de los conductores  
Reduce el riesgo de accidentes  
Disminuye las primas de seguros  
Reduce los costes de funcionamiento y mantenimiento



# 04|11|21

Inscríbete escaneando el QR  
Lanzamiento en directo  
Santiago - Chile - Latam



**Alertas de IA Dashcam de FleetUp**  
Sistema de supervisión del conductor (DMS)  
Sistema de Eventos del Conductor (DES)

**FLEETUP**  
www.fleetup.cl

LA COMPAÑÍA CON MÁS DE 30 AÑOS DE PRESENCIA EN EL RUBRO DE LA ROPA INFANTIL LANZÓ UN NUEVO SITIO WEB QUE AGRUPA A TRES MARCAS DE SU PORTAFOLIO: LIMONADA, BLACK AND BLUE Y 4KIDS. ESTA PLATAFORMA ESTARÁ ACOMPAÑADA DEL FORTALECIMIENTO DE SUS PROCESOS LOGÍSTICOS Y DE DESPACHO.

## GRUPO LIMONADA REORGANIZA SU NEGOCIO CON NUEVA Y ÚNICA PLATAFORMA DE E-COMMERCE

Grupo Limonada anunció el lanzamiento de su nueva plataforma de e-Commerce. De esta forma, los usuarios podrán encontrar, en un solo lugar, cientos de productos provenientes de tres marcas de su portafolio: Limonada, Black and Blue y 4Kids.

A través del recién estrenado sitio web, los clientes podrán acceder a toda la oferta y beneficios del grupo por medio de una experiencia de compra única, simple y amigable, así como también al nuevo programa de fidelización de la compañía,

Limonada Pass, y la red de puntos de retiro y devolución en todas las tiendas a lo largo del país. “El nuevo sitio web es parte de nuestra propuesta digital que busca entregar una mejor experiencia de compra a los clientes con soluciones que se adaptan a sus necesidades. Esta innovadora plataforma integra toda la oferta de los más de 100 puntos de ventas a nivel nacional, junto a un programa de fidelización, a otra escala, que nos permite entregar beneficios a nuestros clientes y premiarlos por confiar en nosotros”, comenta el gerente comercial de Grupo Limonada, Tomás Varela.

La apuesta de Grupo Limonada para robustecer su canal de ventas digital, en medio del explosivo crecimiento del e-Commerce, además estará acompañada del fortalecimiento de sus procesos logísticos y de despacho para que los clientes reciban con la mayor celeridad sus productos de Arica a Punta Arenas.



**Tomás Varela**  
Gerente Comercial  
Grupo Limonada

“Actualmente la venta por e-Commerce representa un 26% de nuestras ventas totales. En 2019, esta cifra llegaba apenas a 3% y esperamos que al cierre de 2021 se incremente a 30%. Es por eso que en Grupo Limonada continuamos trabajando para seguir adaptándonos al cambio de hábitos de consumo, creciendo, aprendiendo e innovando, asegurando así una buena logística, un delivery rápido y un servicio de postventa eficiente”, señala Varela.

La puesta en marcha de la nueva plataforma potenciará el ecosistema físico de Grupo Limonada, que este año también concretó un importante hito dentro del proceso de internacionalización del negocio con la apertura de la primera tienda fuera del país, específicamente en Miami, Estados Unidos. ■

# Rentabiliza tu logística con Drivin

El TMS SaaS que crece contigo, gracias a una **plataforma modular**, que te permite agregar **sólo las funcionalidades** que tu operación requiera.



**Disminuye costos de Transporte** hasta en un 30%



**Reduce tiempos de planificación** hasta en un 90%



**Mejora el desempeño de tus conductores.**

## Conoce hoy el TMS SaaS que está revolucionando la Logística



Clientes en  
**+ 22 Países**



**+ 26,000**  
Vehículos planificando  
diariamente con Drivin



**+ 400**  
clientes

Solicita tu demo hoy  
**SIN COSTO**





**A PESAR DE QUE IDEALMENTE LA POLÍTICA DE INVENTARIOS Y LA POLÍTICA DE PRECIOS DEBEN DEFINIRSE CONJUNTAMENTE, EN LA PRÁCTICA LAS COMPAÑÍAS SE PREOCUPAN MUCHO MÁS DE LA PRIMERA.**

## ESCENARIO ACTUAL Y EL DESAFÍO DE UN ADECUADO MANEJO DE INVENTARIOS

82

Una explicación podría ser que optimizar los inventarios se traduce en un menor costo para la compañía, cuyos menores flujos futuros generados se descuentan a tasa libre de riesgo (la disminución de inventario es segura). Mientras que optimizar precios se traduce en un mayor ingreso, cuyos flujos futuros se descuentan a una mayor tasa porque están sujetos a riesgo (no es seguro que ocurra la venta). La pandemia ha aumentado mucho la importancia de gestionar correctamen-

te los inventarios. El crecimiento previsto para este año, junto con el aumento del comercio electrónico y los retrasos de producción generados por la crisis sanitaria a nivel global, hablan de un problema gigante de manejo de inventarios en el corto plazo. En estos días se está hablando más que nunca de "disponibilidad del producto". Para hacer los pronósticos todo comienza con entender analíticamente al consumidor. Los desafíos en el modelamiento de la demanda están en cómo

considerar de manera simultánea el ciclo de vida de los productos, las interacciones entre estos (sustitución), el efecto de la competencia y reglas del negocio. Los modelos de demanda buscan disminuir al máximo la diferencia entre el pronóstico y lo que luego ocurre en la realidad. Para medir estas diferencias se usan métricas, como por ejemplo el MAD, MSE o MAPE.



**Juan Carlos Ferrer**  
Profesor Clase Ejecutiva  
Universidad Católica

Las prácticas actuales están orientadas a posicionar al cliente en el centro de la atención, lo que permite entender cómo ellos toman las decisiones de compra. Así, se definirá mejor el precio y el abastecimiento, aumentando la contribución, bajando los días inventario, y simultáneamente disminuyendo los niveles de quiebre de inventario.

El objetivo de una buena gestión de inventarios de una empresa no es maximizar la rotación de inventarios ni maximizar los márgenes, sino que una mezcla óptima de ambos. Un buen modelo de inventarios combinado con un buen modelo de pronósticos permite obtener una alta rentabilidad del capital invertido en inventarios.

Hoy, más que nunca, contamos con todos los ingredientes para gestionar en forma eficiente los inventarios. Tenemos tecnología disponible (sensores, robots, software, etc.) que permite: **Tener en tiempo real información precisa y desagregada para entender a los consumidores (hábitos de compra y consumo), Mejorar y automatizar sustancialmente los procesos productivos, y Tener una alta disponibilidad del producto (nivel de servicio) para los clientes.**

Para esto es vital que las compañías se apoyen en modelos analíticos que les permita integrar dichas tecnologías y generar el valor buscado. ■



# NO IMPORTA LO QUE COMPRES, NOSOTROS TE LO LLEVAMOS



Same Day y Next Day  
Delivery en menos  
de 24 Hrs



Picking, preparación  
de pedidos y servicio  
express



Tecnología de seguimiento  
en tiempo real y control  
de entregas.

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

✉ [hablemos@rocktruck.cl](mailto:hablemos@rocktruck.cl) | ☎ +569 5858 8355

📍 RockTruckLogistics | 🌐 Rocktruck | 📷 @Rocktruck.cl

 **ROCKTRUCK**  
LOGISTICS

# RESILIENCIA, RECUPERACIÓN

“PREPARANDO NUESTRAS CADENAS DE SUMINISTRO PARA EL FUTURO”



#### Beetrack: Delivering Moments of Happiness

En Beetrack ayudamos a las empresas a dar la mejor experiencia de entrega a sus clientes con nuestros softwares para la planificación de rutas óptimas, trazabilidad y control de las entregas en tiempo real. Somos líderes en trazabilidad logística en América Latina al desarrollar soluciones tecnológicas con el fin de ser un aliado estratégico de cada una de las empresas que confían en nosotros para dar la mejor experiencia en cada entrega. [www.beetrack.com](http://www.beetrack.com)



#### Cerca Technology: Somos expertos en Transformación Digital

Contamos con más de 27 años de experiencia implementando tecnología de punta para cadenas de abastecimiento en Latinoamérica y el Caribe. Tenemos presencia en más de 15 países y 3 sedes corporativas en Colombia, Chile y Miami. Somos el proveedor líder en la región de soluciones de WMS para la Cadena de Abastecimiento. Para ampliar la información sobre las soluciones ofrecidas por Cerca Technology, los invitamos a contactarlos a través de su página web [www.cercatechnology.com](http://www.cercatechnology.com)



#### Cygnus Latinoamérica

Brinda servicios de consultoría, implementación y soporte de CYGNUS WMS para Chile y Perú. CYGNUS CHILE se enfoca en la atención de empresas que buscan alto nivel de calidad y fuerte especialización en logística y tecnología, distinguiéndose por su nivel de agilidad en la respuesta al cliente en los diferentes servicios que brinda. Acompañamos en la Transformación Digital de la Gestión de Almacenaje, orientada al retail, fabricación, distribución y operadores logísticos. [www.cygnussuite.net](http://www.cygnussuite.net)



#### FEX

Te conecta con una moto, auto, camioneta, furgón o mini camión y su chofer ayudante, en 30 minutos en la ciudad de Santiago. 100% on demand. Todos los medios de pago disponibles. Haz seguimiento georeferenciado del vehículo y tu carga durante todo el trayecto. Tu carga está granatizada

Disponible en Google Play, App Store y en [www.fex.cl](http://www.fex.cl)



84

¡Convierte datos en decisiones estratégicas y rentabiliza tu negocio con confianza! Las soluciones de GPS Chile, te entregan información relevante y en tiempo real para optimizar la gestión de flotas, con plataformas que informan la ubicación y actividad de los vehículos; fortalecer la seguridad de carga y activos y reducir situaciones de robos y usos no autorizados; proteger la vida de las personas, advirtiendo situaciones riesgosas y accidentes, con soluciones como sensor de fatiga o Mibileye. Conoce más ingresando a [www.gpschile.com](http://www.gpschile.com)



#### Infor WMS

Ofrece visibilidad sin precedentes del inventario, los pedidos, el equipamiento y el personal para permitirles a las organizaciones enriquecer los niveles de servicio y aumentar la velocidad de los productos. Infor WMS ayuda a las empresas a gestionar las actividades de sus centros de distribución de manera integral. Combina el surtido en almacenes con la gestión de mano de obra integrada y el análisis visual 3D para reducir la complejidad y permitir la ejecución operativa optimizada. [www.infor.com](http://www.infor.com)



#### Logisfashion

25 años como especialistas en logística para la moda, ecommerce y lifestyle ofreciendo una solución logística integral que unifica y optimiza todos los servicios generales en un solo operador. Nuestra especialización así como la fuerte apuesta por la tecnología han sido clave para el crecimiento del negocio en los últimos años, permitiendo ofrecer a nuestros clientes soluciones efectivas adaptadas a sus necesidades. Conoce más de Logisfashion ingresando a nuestra página web [www.logisfashion.com](http://www.logisfashion.com)



#### Maxiloda es innovación en transporte de carga

Si hay un problema que las empresas buscan resolver es el del espacio de carga sin utilizar. 'Transportar aire' es un asunto que los transportistas y retailers buscan solucionar para lo que ahora existe una solución. Duplica tu carga y duplica tus ganancias con el sistema Maxiloda Glide. Maxiloda Glide es un sistema de doble apilamiento innovador para todo tipo de camiones y remolques que se almacena en el techo del trailer y donde sus carritos de carga se arman en menos de un minuto. [www.maxiloda.com](http://www.maxiloda.com)

Esta nueva edición del eLogisticsDay 2021 se centrará en la "Resiliencia, Recuperación y Remodelación" de las cadenas de suministro, contamos con el conocimiento de 8 expertos de clase mundial quienes nos dieron a conocer las claves de éxito a través de la alineación de la cadena de suministro con las nuevas tecnologías. Nos acompañaron Martin Christopher, Omera Khan, Yossi Sheffi, Eva Ponce, Muddassair Ahmed, Patrick Van Hull. Y desde latinoamérica Patricia Conejeros y Cristián Ferreyra... Gracias a Todos!

# ALINEACIÓN Y REMODELACIÓN

CONFERENCIA ONLINE DE SUPPLY CHAIN - 30 SEPTIEMBRE 2021

**MICHELIN**  
**FLOTAS CONECTADAS**  
POWERED BY **SASCAR**

#### Michelin Flotas Conectadas

La manera más inteligente de gestionar su flota, vehículo o carga trabajamos en el diseño y desarrollo de las mejores soluciones para satisfacer sus principales necesidades. Ofrecemos nuevas soluciones al mercado que garantizan una movilidad cada vez más segura, eficiente y sostenible. Nuestro objetivo es llevar a nuestros clientes cada vez más lejos a través de soluciones tecnológicas y contribuir a la movilidad sostenible del planeta. [flotasconectadas.michelin.cl](http://flotasconectadas.michelin.cl)

**stgo**  
Southern Technology Group

#### WMSTek: orden y agilidad en la cadena de suministro

Contar con un sistema de gestión de almacenes (WMS) capaz de consolidar un inventario automatizado es fundamental para la productividad del negocio. Con el fin de preparar las cadenas de suministro para el futuro y modernizar el sector, STG presentó su solución WMSTek en el eLogisticsDay2021. WMSTek ofrece centralización y control de procesos, seguridad, optimización de recursos, escalabilidad, eficiencia/productividad y trazabilidad 360° [www.stgchile.cl](http://www.stgchile.cl)

**QuadMinds**

#### Quadminds

Presente en Latinoamérica y España y brinda soluciones para optimización de rutas de logística, trabajando con empresas que quieren mejorar la eficiencia de su logística a la Última Milla. La Plataforma Quadminds Flash, es un software Online, que permite a las empresas Optimizar su planificación de rutas, mejorar los tiempos de armado de rutas en un 85%, ganar visibilidad sobre la operación y el estado de las entregas; mejorar hasta un 6% el nivel de servicio. Contacto: [www.quadminds.com](http://www.quadminds.com)

**SMART PICKUP**  
Paquetería conveniente

**PickTac**  
e-commerce Fulfillment

**PALLETPARKING**  
On Demand Warehousing

Alcanzamos niveles de servicios y eficiencia en costos mejorando la rentabilidad de nuestros clientes. Red de soluciones logísticas ágiles, flexibles y efectivas, con trazabilidad y panel de control online. Desde el manejo de inventarios; almacenaje eficiente; integración del sistema administrador de órdenes con el check out o con el WMS; preparación de pedidos; y distribución capilar, con toda la información de inventarios y seguimientos de órdenes en un panel de control online.

[www.palletparking.com](http://www.palletparking.com) - [www.picktac.com](http://www.picktac.com) - [www.smartpickup.cl](http://www.smartpickup.cl)

**driv.in**  
SMART DELIVERIES

#### Drivin

Drivin es un software TMS 4.0 que gestiona y automatiza la gestión del transporte: planifica, recolecta, procesa y brinda información relacionada con los despachos de productos y servicios. Drivin es una de las soluciones más completas del mercado y se ajusta a las necesidades logísticas de las empresas a través de una plataforma modular, muy sencilla de implementar y usar. Contamos con equipos sólidos de consultoría, soporte y desarrollo, que acompañan al cliente en sus iniciativas. [www.driv.in](http://www.driv.in)

**tranciti**  
NOW YOU KNOW

#### Tranciti

Route planner ha sido de gran impacto en tiempos de pandemia ya que muchas empresas han tomado la decisión no solo de planificar la operación de entrega y recepción de pedidos, sino también de ayudar a sus colaboradores con el traslado del personal. Con Route planner, hemos utilizado el algoritmo de planificación de pedidos y bultos, para planificar también el traslado eficiente de personas desde y hacia sus hogares. [www.tranciti.com](http://www.tranciti.com)

**UNIGIS**  
Smart Logistics

#### UNIGIS

Plataforma TMS innovadora con todas las aplicaciones para lograr una gestión logística de distribución y transporte 4.0 moderna, eficiente y colaborativa con una estrategia customer centric. Asegura una reducción de los costos operativos logísticos gracias a los procesos integrados y las herramientas que incorporan las últimas tecnologías como servicios Cloud SaaS, IoT, CX/UX, artificial intelligence, machine learning y big data. [www.unigis.com](http://www.unigis.com)



SI TE PERDISTE  
EL ROADSHOW  
DE EXPOSITORES

**PUEDES VERLO  
ESCANEANDO  
EL CODIGO QR**

<https://youtu.be/WyUJfBqmePo>

# ALOG CHILE AFIANZA SERVICIOS PARA ATRAER Y FIDELIZAR EL RECURSO HUMANO LOGÍSTICO

**Atraer y retener el talento, son algunos de los desafíos que la industria logística afronta de cara a 2022. Con ello en mente, ALOG Chile A.G. presenta sus unidades de servicio Atracción de Talentos y ALOG Certifica, mediante las cuales las empresas del sector, socias y no socias, pueden desarrollar estrategias de reclutamiento y fidelización de recurso humano especializado.**

A poco más de año y medio de declarada la Pandemia por Covid-19, existe consenso entre las principales entidades nacionales respecto de que el empleo es uno de los grandes índices a recuperar. E aquí la paradoja, mientras el país muestra niveles de reactivación económica interesantes y proyecciones de crecimiento económico de hasta un 9%, existe un evidente rezago en el mercado laboral.

Según datos aportados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), aún quedan cerca de un millón de plazas laborales por recuperar, y a pesar de que las ofertas laborales se amplían, existe lo que se ha denominado como “el fenómeno de los desalentados”, es decir, personas que no buscan trabajo a causa de la pandemia. En esta línea, una medición del Centro de Estudios Longitudinales UC, cifran, durante la última semana de mayo de 2021, en poco más de un millón a las personas que declaran que, si no fuera por la pandemia, buscarían trabajo.

En tanto, en la medición de marzo-abril-mayo elaborada por el INE, se constató una disminución importante de la fuerza de trabajo, específicamente, 150 mil personas que salieron de esta condición en relación con el primer trimestre de 2021. La tasa combinada de desempleados y fuerza de trabajo potencial, además, llega al 20,9%. ¿Qué pasa con las ofertas laborales? Según cifras emanadas desde los portales de empleo, las vacantes de trabajo han aumentado en 277 mil los últimos doce meses; los rubros que lideran son la industria con un 125% más de empleos y transporte y logística con un aumento del 140%, seguidas de agricultura (77%), salud y atención (88%), comercio (80%) e información y comunicaciones (65%).

Atendiendo a las cifras precedentes, que exponen un alza en las vacantes de empleo para el rubro logístico, acompañada de una escasez de recurso humano para llenar las plazas disponibles, ALOG Chile, a través de su Unidad de Servicio ALOG Consultoría puso en marcha, a partir de Julio de 2021, la unidad de Atracción de Talentos, mediante la cual empresas ligadas a la industria Logística y Comercio Exterior a nivel nacional podrán acceder a un servicio integral de búsqueda y reclutamiento de recurso humano para sus respectivas organizaciones.

“Esta nueva unidad de servicio tiene como fin ayudar a las empresas del sector, socias y no socias, en la búsqueda y atracción del mejor talento para sus respectivas organizaciones, siempre empatizando con las necesidades del negocio y del mercado; utilizando las herramientas y experiencia que nos avalan en estos 18 años de existencia”, explicó María José Palma, Líder de ALOG Consultoría.

Cabe destacar que a sólo dos meses de inaugurada esta nueva unidad de servicio, destacadas compañías del rubro han emprendido campañas de reclutamiento exitosas. Al respecto, Palma explica que este éxito se debe, principalmente a que en la actualidad no existe en el mercado nacional ninguna plataforma o portal de empleo o reclutamiento laboral especializado en el ámbito logístico, “no existe una plataforma que agrupe – de forma segmentada- las ofertas de trabajo de las diversas empresas de nuestro rubro y tampoco existe un repositorio que compile las búsquedas activas de trabajo de las personas que tienen interés en trabajar en logística.

A partir de esta necesidad, ALOG Chile ha venido trabajando en brindar a sus socios y en general a todas las empresas de rubro esta instancia tecnológica, desarrollando un trabajo que se rige por la confidencialidad, manejo ético de datos y transparencia en los procesos de selección, abocados en encontrar un equilibrio perfecto entre las ofertas laborales vigentes de las empresas del rubro y cubrir las necesidades de empleo de las personas. Siempre en este plano, María José Palma manifestó que “hoy

en día, cuando diferentes sectores industriales, productivos y del comercio del país atraviesan por importantes cambios en materia de empleabilidad e incluso enfrentan la problemática de la escasez del recurso humano, se torna más necesario que nunca contar con un aliado estratégico que le permita dar a conocer sus diferentes posiciones de trabajo a la comunidad y, al mismo tiempo, es determinante poder disponibilizar dichas ofertas hacia los públicos objetivos, a ello apuntamos con nuestra unidad de Atracción de Talentos”.

## FIDELIZAR A TRAVÉS DE LA CERTIFICACIÓN

Mientras la escasez de recurso humano se impone como una nueva problemática para el rubro logística, en consecuencia, la fidelización de los colaboradores también cobra importancia, ya que cada organización busca disminuir al mínimo los índices de rotación de personal.

En esta línea, Claudio Gonzalez, Gestor de Capacitación y Desarrollo de Capital Humano de ALOG Certifica indicó que la Certificación de Competencias Laborales se alza como un importante herramienta de profesionalización, ya que tras un proceso de evaluación, los colaboradores del rubro logístico pueden certificar sus competencias, profesionalizando sus carreras. “Hoy en día, cuando existe una carencia de recursos humanos en la Industria Logística, la certificación de competencias laborales es una excelente herramienta de fidelización para las empresas, ya que posee gran valor para las personas, que muchas veces carecen de oportunidades de desarrollo profesional”.

Según González, “a lo largo de nuestra historia como CECCL, hemos sido testigos de lo importante que se torna para los colaboradores y sus familias poder demostrar que son profesionales en su oficio, obteniendo una certificación que avala sus trayectorias laborales. Esto produce un efecto de fidelización con la empresa, ya que reconocen las oportunidades de desarrollo que ésta les ofrece. Conozca más acerca de nuestras unidades en [www.alog.cl](http://www.alog.cl)

# BRINKS

## Global Services

Brink's Global Services es una división global de Brink's Incorporated, proveedor de servicios logísticos de valores más grande del mundo.

Utilizando nuestra red integrada de sucursales en todo el mundo, ofrecemos transporte seguro y servicios de logística en más de 110 países.



### Brink's Global Services Chile

Somos la solución de servicios logísticos de valores para el mercado nacional. Orientados a traslados de productos y cargamentos de alto valor y riesgo. Nuestra marca es sinónimo de seguridad, resguardamos sus inventarios y apoyamos la continuidad de su negocio, minimizando los eventos asociados a siniestros y pérdidas.

- Ofrecemos innovadoras soluciones de servicio logístico con tecnología de punta.
- Damos seguridad y trazabilidad con los más altos estándares de la industria.
- Minimizamos el riesgo de mermas de sus productos altamente valorados.
- Contamos con presencia en la mayor parte del territorio nacional.



## AR RACKING: 3 PROYECTOS DE ALMACENAJE EN 3 CLAVES

La intralogística es clave para lograr una operación eficiente, rápida, sostenible y rentable. Son muchas las empresas que se han dado cuenta de que sus bodegas y centros de distribución necesitan un cambio para estar a la altura de las exigencias de mercados donde imperan las entregas rápidas, con poco margen de error y de gran flexibilidad para el cliente. Contar con un centro logístico acorde a las nuevas realidades del mercado es un paso estratégico que a muchas empresas urge abordar.

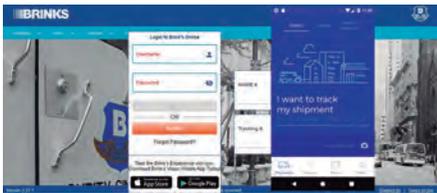


AR Racking, especialista en sistemas de almacenaje y rack industrial, se ha posicionado como el socio ideal de las empresas chilenas en la optimización del espacio de sus bodegas, ya sea en nuevas o reconfigurando las

instalaciones existentes. Tres claves para tres proyectos: asesoría cercana y experta, proyectos realistas y al servicio de las necesidades y plazos de entrega cortos. Ferreterías Punto Maestro: asesoría experta, Servicios Integrados Sidapt: "AR Racking no sobredimensionó el proyecto" y Soldaduras Edith Paz: reorganización en tiempo récord. Creciendo desde un concepto integral de calidad. Con la incorporación de Germán Flores como Gerente de AR Racking Chile y rodeado de un equipo comercial y técnico con amplia experiencia en el sector, AR Racking se ha posicionado como líder en soluciones de almacenaje en el país por llevar a cabo un servicio de calidad integral: desde el producto hasta la atención pasando por toda la fase de diseño y planificación.

## BRINK'S ONLINE: EL NUEVO SISTEMA DE TRACKING PARA TRANSPORTE DE VALORES DE BRINK'S

Con las exportaciones del país en aumento a un 30,2% en el segundo trimestre del 2021, Brink's online, implementado este año en Chile, se presenta como una solución innovadora para los clientes, siendo la nueva plataforma de trazabilidad logística que existe en Chile para el traslado de valores. Esta plataforma se encuentra incluida en la prestación de transporte Door to Door que ofrece la empresa a nivel internacional, a través de Brink's Global Services.



El innovador sistema funciona a través de una plataforma online que notifica al cliente los principales hitos del trayecto. El usuario también tiene la posibilidad de monitorear constantemente el movimiento de su carga para obtener mayor detalle, también preparar los documentos de envío, administrar el inventario y visibilidad de la facturación.

"En Brink's sabemos que la trazabilidad de nuestras operaciones es fundamental para nuestros clientes, es por ello que hemos traído a Chile, una solución global de Brink's altamente tecnológica y de clase mundial. Con esto nos posicionamos una vez más como líderes de la industria del transporte de valores en Chile y en el mundo.", asegura Juan Astete, Gerente Comercial de Brink's.

Este servicio de tracking fue desarrollado por la misma empresa el 2018 en Inglaterra. Actualmente se encuentra disponible con éxito en Europa y América en países como Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Brasil y Argentina donde varios clientes de Brink's Global Services se han acogido la solución, sumándose a este avance para una atención más personalizada. El traslado de valores internacional se enfoca principalmente en commodities como metales preciosos, pero también se transporta joyería, documentos, tarjetas inteligentes, pasaportes, divisas, entre otros. Este innovador sistema está disponible para los clientes que importan y exportan sus valores con Brink's Global Services.

## TECNOLOGÍA PARA FIDELIZAR AL CLIENTE: CÓMO ALCANZAR EL ÉXITO EN LA ÚLTIMA MILLA

La pandemia de Covid-19 ha generado que la logística se transforme en la clave para las ventas online, por su impacto en las entregas y la relevancia de la satisfacción del cliente. Según la Cámara Nacional de Comercio, las compras vía e-Commerce crecieron sobre 200% en 2020, 13 puntos porcentuales sobre 2019, y todo indica que esta será la tendencia.

En la era de los clientes empoderados, que acceden a la información con solo un clic y eligen entre múltiples opciones, las empresas logísticas pueden escalar transporte, mano de obra y espacio, de acuerdo con las necesidades de la empresa.

"El surgimiento y proliferación de la industria SaaS es una oportunidad para centrarse en la calidad de la interacción con el consumidor", argumenta Sebastián Ojeda, CEO de Beetrack.



Ojeda argumenta que la tecnología se ha vuelto indispensable para reducir costos operativos hasta en un 15% y entrega recomendaciones para conservar al cliente final: Cuanto más feliz estés con una marca, más tiempo te quedas con ella. Las empresas que ofrecen una mejor experiencia, superarán a sus competidores - La experiencia del cliente será el diferenciador y posicionará a una marca en el puesto número uno en 2022 - Uno de cada tres clientes dejará una marca que ama después de vivir una mala experiencia - Un gran porcentaje de compradores han hecho compras impulsivas después de recibir una experiencia más personalizada - Estudios argumentan que los clientes que califican a las empresas con alta puntuación de experiencia, permanecen leales hasta por 6 años.

## FRIOSAN A LA VANGUARDIA DE LA INDUSTRIA DEL ALMACENAJE EN FRIO

Respondiendo a las exigencias actuales y mirando el futuro, las instalaciones de Friosan están concebidas con el desarrollo e implementación de los 3 principales drivers que enmarcan el camino futuro de la industria logística: Tecnología, Eficiencia Operacional y Sustentabilidad. Para Friosan, la sustentabilidad de las operaciones es fundamental. No sólo porque en ella encuentra soluciones para enfrentar las problemáticas diarias, sino porque garantiza soluciones que mejoran la calidad de vida de todos. "Sabemos que nuestros clientes valoran estos esfuerzos y desafíos, y comparten como propias nuestras metas y logros comentó Patricio Lyon, Gerente General de Friosan. En esta línea, la empresa ha diseñado seis áreas de acción en términos de sustentabilidad.

**Uso de Energía 100% Renovable Certificada:** Toda la energía utilizada en nuestra bodega procede de Generadoras eléctricas de energía renovable.

**Racionalización en el uso de la Energía:** Nuestra operación permite optimizar el uso de la electricidad a través de cámaras de frío seccionadas con apertura robotizada.

**Reutilización de Aguas Grises:** Todas nuestras aguas grises pasan por un proceso de tratamiento, y son reutilizadas para el riego de nuestros jardines.

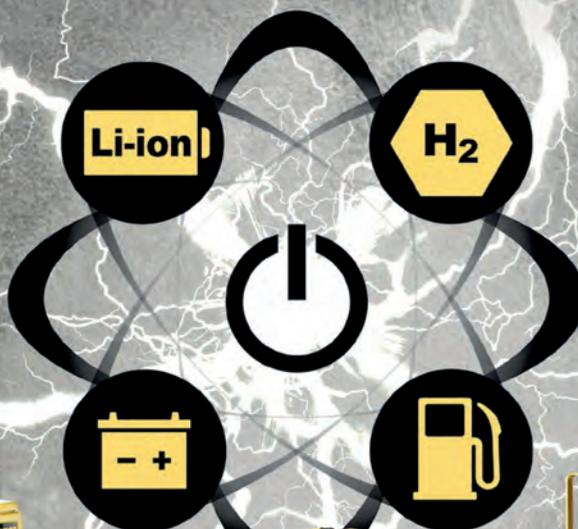
**Áreas Verdes Sustentables:** Todas nuestras áreas verdes son diseñadas con flora nativa, correspondiente al clima del lugar de nuestras instalaciones, ayudando de este modo a mantener el ecosistema y el equilibrio biológico del área.

**Uso de CO2 como Gas Refrigerante:** Todas nuestras bodegas refrigeradas usan CO2 como refrigerante, gas 100% natural, amigable con el medio ambiente, que sirve para mantener la cadena de frío de forma limpia, segura, eficiente con excelentes propiedades de refrigeración. Certificación LEED



# UNA GRAN GAMA DE EQUIPOS ELÉCTRICOS CONTRABALANCEADOS

DESDE 1.5 TON. HASTA 16 TON.



VENTA | ARRIENDO | SERVICIOS | REPUESTOS



[www.tattersall-maquinarias.cl](http://www.tattersall-maquinarias.cl)



**TATTERSALL**  
Maquinarias

**Antofagasta**

Pedro Aguirre Cerda N° 13358  
(56) 55 2578140

**Santiago**

Av. Américo Vespucio N° 1365 - Pudahuel  
(56) 2 27998000

**Curicó**

Longitudinal Sur (Oriente) Km 182.8 El Romeral  
(56) 2 27998000

**Talcahuano**

Av. Gran Bretaña N° 4589  
(56) 41 2178800

**Puerto Montt**

Panamericana Norte 4200 Km.1019  
(56) 65 2368206

## LA AUTOMATIZACIÓN HACE CRECER EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

La industria del comercio electrónico ha sido la más beneficiada de la pandemia, con un crecimiento mundial del 44 % en 2020 y 17 % en Colombia, según el reporte 2021 MHI Deloitte Annual Industry Report, que además refleja un incremento en las ventas globales en línea respecto a las ventas totales superior al 5 %, pasando de una cuota de participación del 15.8 % en 2019 a 21.3 % en 2020.



El manejo de inventarios ha sido clave para impulsar este crecimiento, un importante aspecto que puede provocarle a las empresas pérdidas en promedio de USD 390.000 al año debido a errores como la preparación de los pedidos, lo que se traduce en USD 6.000 diarios en pérdidas. De allí que la implementación de sistemas automatizados de almacenamiento y preparación de pedidos se esté convirtiendo en la opción para reducir la tasa de errores a menos de un 1% o incluso hasta 0.1%, generando ahorros aproximados de hasta USD 1,4 millones anuales.

Julián Russi, gerente de marketing para Centro y Sudamérica de Kardex, empresa suiza con presencia en Colombia y líder en sistemas automatizados de almacenamiento y preparación de pedidos, apunta que "la automatización es una consecuencia del crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia, lo cual evidenciamos dentro del mercado colombiano, el cual ha venido abriéndose cada vez más a su adopción y que se demuestra en el fortalecimiento de nuestro negocio en Latinoamérica durante el último año con un crecimiento superior al 135 %, con utilidades que sobrepasan el millón de Euros".

## EMO-TRANS CONSOLIDA SU PRESENCIA INTERNACIONAL DE LA MANO DE UN ROBUSTO SERVICIO

Desde el año 2003, Chile mantiene vigente un Acuerdo de Asociación con la UE. El cual ha beneficiado tanto a importadores como exportadores de ambas partes. El objetivo del acuerdo es alcanzar una mayor integración económica, a través de la cooperación económica y la eliminación de barreras no arancelarias, facilitando y ampliando todas las posibilidades de negocios que puedan existir entre el viejo continente y nosotros.

90

Bajo estas condiciones, Alemania destaca tanto por su gran capacidad económica e industrial, volviéndose un mercado muy atractivo para el importador chileno, por su gran diversidad de insumos y artículos de buena calidad, sumado a los beneficios arancelarios que trae el importar productos de excelente calidad y con beneficios arancelarios

Con esta premisa Emo-trans Chile, juega un papel fundamental en la comunicación entre importadores y exportadores, gracias al respaldo que entrega su red de oficinas que se encuentran en las diferentes regiones de Alemania, lo que permite cubrir todo los rincones del país europeo como también parte del norte del continente con coordinaciones efectiva tanto en tiempo como en forma. Todo lo anterior, está respaldado por el equipo de coordinación con el que cuentan las diferentes oficinas tanto en Alemania como en Chile, entregando confianza en cada servicio que se entrega.

"La idea es entregar un servicio integral tanto en Chile como en Alemania, para que tanto los proveedores como los compradores cuenten con la seguridad de que sus bienes están siendo manejado por personas que tienen todas las condiciones necesarias para poder contribuir de manera activa en su negocio, entregando soluciones de acuerdo a la necesidad de cada cliente".

Si a todas estas condiciones humanas, se le suman la capacidad de contar con servicios aéreos y marítimos, que cuentan con la frecuencia necesaria para cubrir cada ámbito de la industria chilena, convierte a Emo-trans en una de las empresas logísticas con un tremendo potencial.

## DRIVIN CELEBRA 7 AÑOS INNOVANDO LA OPERACIÓN LOGÍSTICA DE LAS EMPRESAS

El próximo 29 de septiembre se cumplen 7 años de la llegada de Drivin al mundo de los TMS. En el 2014 nace esta plataforma orientada a solucionar el gran reto que tienen las empresas con líneas de despacho y transporte para hacer más eficiente sus rutas.



Actualmente, la empresa tiene presencia en 6 países y clientes en más de 22 países. Nestlé, Chilexpress, Rosen, ICB, Lipigas, Polpaico, Ransa, Yobel, son algunas de las empresas que manejan sus operaciones logísticas con esta plataforma.

Drivin es un TMS SaaS modular, flexible y transversal, que se adapta a las necesidades de múltiples industrias para efficientar sus procesos logísticos, hacerlos más competitivos y entregarles herramientas para que entreguen un servicio de calidad a sus clientes.

Ernesto Goycoolea, CEO & Co-Founder Drivin, agradece a sus colaboradores y clientes por este aniversario. Asimismo, declara seguir trabajando para efficientar los procesos logísticos de las empresas. "Reafirmamos nuestro compromiso de seguir cambiando la forma en que se hace la logística y continuar desarrollando las mejores herramientas para que las empresas logren ser más eficientes en sus procesos logísticos mejorando la experiencia de sus clientes".

## "EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA DEPENDERÁ DE LA MAQUINARIA ELÉCTRICA"

"El mundo se mueve hacia lo eléctrico y en la industria logística, en particular el bodegaje, no se queda atrás. Por ello, es clave enseñar a los clientes los beneficios de migrar hacia maquinaria eléctrica, tanto desde el punto de vista del ahorro, como de la seguridad, eficiencia y compromiso con el medioambiente", señala Osvaldo Araya, producto manager de Still y JLG en Dercomaq Rental.



En términos generales, el mundo de la maquinaria eléctrica viene evolucionando hace varios años, incorporando nuevas tecnologías en temas de seguridad, control de flota y, lo más importante, en energía, buscando ser más eficiente en ahorro y durabilidad. "Antiguamente se trabajaba principalmente con equipos a combustión que utilizan Gas o Diesel, hoy el crecimiento se ha ido por las energías limpias y así lo demuestra el mercado teniendo una mayor participación. De hecho, más del 52% de los equipos que entran al país son eléctricos".

Los modelos de equipos han ido incorporando estas nuevas tecnologías sobre todos los temas de seguridad y ahorro energético. En general la maquinaria eléctrica en logística se asocia al transporte de carga, grúa al interior de la bodega, ambiente que debe estar libre de ruidos y sin contaminación, equipos que trabajen a la par con los operadores, seguros y con seguimiento de datos, entre otros factores. Dentro de los principales productos que Dercomaq ofrece a sus clientes se puede destacar:

Still. Transpaleta eléctrica, Grúa Horquilla eléctrica y Apilador Retractivo

JLG: Operaciones de trabajo al interior de bodegas, Mantenimiento con plataformas eléctricas y Brazos articulados eléctricos.

"Por las dos marcas estamos cubiertos y viendo nuevas tecnologías y soluciones para ofrecer a nuestros clientes, siempre con un servicio técnico especializado y dispuesto a capacitar a los nuevos usuarios de estos equipos de futuro".



## SERVICIO DE VALOR AGREGADO

Armado de packs

Alarmado

Etiquetado ley de rotulados y general



CONTROL DE CALIDAD



CONTROL DE PRODUCTIVIDAD



CUMPLIMIENTO REGLAMENTO SANITARIO



DISTINTAS LÍNEAS OPERATIVAS

# LA IMPORTANCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA LOGÍSTICA VERDE

La logística verde es un concepto que busca optimizar, desde el punto de vista de la sustentabilidad, el transporte de bienes, desde que la mercancía se produce y queda disponible para despacho hasta que llega a su destino final. Esto implica mejoras en cuanto al tiempo y la calidad de la entrega, pero sobre todo, en relación a la disminución de emisiones de CO2 y gases de efecto invernadero.

Las Tecnologías de la Información (TI), han demostrado ser esenciales para alcanzar nuevos y más elevados estándares ambientales. Su aplicación comienza con la digitalización de la información en reemplazo del papel, lo cual se convierte en el motor fundamental de las nuevas herramientas que engloban la cuarta revolución digital que estamos viviendo, como son: Internet de las cosas (IoT), Datos abiertos, Big Data, Machine Learning y Aplicaciones Móviles para el acceso a la información relevante.

En este contexto, se han venido implementando iniciativas de logística verde con el apoyo de estas nuevas tecnologías, siendo el IoT una herramienta ampliamente utilizada. El vincular al internet con los objetos, permite una completa colaboración de todos los agentes de la cadena de logística. Su objetivo es transformar la manera en que se manipulan, mueven, almacenan y suministran los objetos físicos, optimizando todos los recursos utilizados en el proceso para disminuir el consumo energético, las emisiones y los residuos materiales que produce la logística.

Dentro de los ejemplos exitosos en la utilización de las TI, se encuentra el programa SmartWay, el cual analiza minuto a minuto el comportamiento de los camiones, lo que permite apoyar a los conductores en el uso eficiente de combustible, y monitorear las condiciones de la carga en términos de temperatura o estabilidad. Dicha iniciativa ha logrado evitar a la fecha el equivalente al consumo de 312 millones de barriles de petróleo. De igual manera, las plataformas que se encuentra



impulsando y desarrollando el Programa de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, con apoyo del proyecto Conecta Logística, como lo son los Port Community Systems, la Ventanilla Única Marítima (VUMAR) o el Sistema de Identificación del Transporte de Comercio Exterior y Conductores (SITCOMEX), permitirán la simplificación de procesos físicos y documentales, disminuyendo residuos en papel, tiempos de espera y permitiendo un uso eficiente de las instalaciones, generando así disminución de emisiones.

Lo anterior se refuerza con el reciente lanzamiento de una guía para puertos inteligentes disponible en [www.conecta-logistica.cl/transformacion-digital/contenido-destacado](http://www.conecta-logistica.cl/transformacion-digital/contenido-destacado), la cual busca promover el avance en la adopción tecnológica para fortalecer la eficiencia de los procesos de las cadenas logísticas, que exigen contar con una logística integrada, que incorpore capital humano más especializado en el que se disminuyan brechas de información y se activen modelos de negocios desde la innovación.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar la importancia de las aplicaciones mó-

viles como la herramienta más directa de interacción con el usuario. Hoy por hoy, la masificación de los teléfonos inteligentes permite que nos acerquemos a soluciones tecnológicas para una logística sustentable. Ejemplos como: Lomag, Simpliroute, CamionGo o Beetrack, permiten mejorar la organización de las rutinas de trabajo, rastreo de carga, planificación de rutas y promoción de la economía circular.

Queda un largo camino por delante. Se requiere un cambio cultural y estructural en la manera en que se piensa la logística verde, pero gracias a las TI es posible facilitar y acompañar este camino. El llamado que realizamos desde Conecta Logística es a innovar y colaborar para disminuir las externalidades ambientales con una logística cada vez más eficiente y qué mejor manera de hacerlo que mediante las tecnologías que están cada vez más disponibles y accesibles para todos los actores del sector.

Por: Mabel Leva, directora del proyecto Fundación Conecta Logística, del Programa de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.



**140.000 METROS CUADRADOS**  
**• 4 CENTROS •**



**RED SECA Y HÚMEDA  
PARA CONTROL  
DE INCENDIO.**

**○ PATIOS DE  
MANIOBRAS  
ILUMINADOS.**

**○ VIGILANCIA  
PERMANENTE  
24 HORAS.**

**○ MONITOREO  
CON RESPALDO  
EXTERNO.**

**14 AÑOS DE EXPERIENCIA**

**UBICACIONES ESTRATÉGICAS**

**SAN BERNARDO • MAIPÚ**



**SEGURIDAD  
24 HORAS**



**CONECTIVIDAD A  
AUTOPISTAS URBANAS**



**MODERNA ATENCIÓN  
PERSONALIZADA**

**☎ 22 608 2800**

**✉ CONTACTO@CENTRALBODEGAS.CL**

**WWW.CENTRALBODEGAS.CL**

## MEGALOGÍSTICA ALCANZA EL ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD MÁS BAJO DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

Gracias al firme compromiso de cada uno de sus trabajadores en materia de prevención y seguridad, Megalogística alcanzó en septiembre nada menos que cinco meses sin accidentes con tiempo perdido (CTP).

Así lo reveló el control estadístico de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de Megalogística, informe que también confirmó que la empresa no reporta hasta el día de hoy casos de Covid-19 de origen laboral.

"Este logro es fruto del genuino compromiso y gestión de todos los trabajadores, supervisores, jefaturas y del Departamento de Prevención de Riesgos que, mediante el cumplimiento de actividades claves, reducen el riesgo de incidentes en el día a día", destacó Joyce Vilches, jefa del Departamento de Prevención de Riesgos de Megalogística.

Entre las actividades más relevantes que organiza la empresa para mantener estos indicadores se puede mencionar las charlas diarias de seguridad con temas guiados por el Departamento de Prevención de Riesgos.

Asimismo, se realiza un registro diario de "check list" de maquinaria, se organizan reuniones mensuales del Comité Paritario de Higiene y Seguridad (de los centros Carrascal, Noviciado y Aeroparque); y se desarrollan caminatas de seguridad mensuales con diferentes gerentes.

Pero por supuesto, lo más importante es el compromiso y responsabilidad de cada uno de los trabajadores para cumplir las normas de seguridad, y mantener en todo momento una actitud de autocuidado. ¡A seguir por este camino de la prevención!

## INFOR: 5 CONSEJOS PARA CONTROLAR EL INVENTARIO EN FORMA EFICIENTE

¿Por qué se necesitan tantos sistemas y hojas de cálculo para ordenar ítems del inventario y almacenarlos? Las hojas de cálculo, el software, y hasta las personas estorban los procesos del inventario. Las empresas de software saben que la tecnología es la solución, pero sin buenos procesos empresariales es un costo sin beneficios. La buena noticia es que hay una manera. Pero requiere trabajo, sin atajos, e involucra los 5 consejos importantes a continuación:



1. Eliminar los silos: Trabajar con un plan, no con tres. El inventario es frecuentemente controlado por tres planes, muchas veces desconectados. Esta falta de conexión crea ineficiencias en cuanto a la cantidad de productos en el inventario, stocks, ofertas por vencimientos, etc.

2. Colaboración: comerciantes, planificadores, y reponedores: Contar con un plan requiere que todos colaboren en ese plan y requiere herramientas que funcionen como Google Docs y faciliten la colaboración en tiempo real.

3. El plan debe existir en muchos niveles simultáneamente: La razón porque existen los silos es porque cada uno de los tres roles toma decisiones de inventario en distintos momentos y lugares.

4. Promociones y cambios en el surtido deben ser un plan viviente (en tiempo real). Otra razón para los silos y para los planes múltiples es que el comerciante debe tomar decisiones en tiempo real relacionadas con los precios, promociones y surtidos sin tener que esperar.

5. El Machine learning es importante, pero también la inteligencia del grupo. De la misma manera que antes se llevaban las calculadoras de reunión en reunión, el machine learning (ML) brinda una forma más detallada de planificar el inventario y evaluar los cambios del plan. Sin embargo, algunos describen al ML como si fuese algo mágico.

## ROCKTRUCK DELIVERY POTENCIA SU EXPANSIÓN A LO LARGO DE CHILE

Una importante expansión en su cobertura nacional en el segmento de la Última Milla ha experimentado en las últimas semanas Rocktruck Delivery, servicio impulsado por el operador logístico de transporte de carga Rocktruck.

La reciente unidad de negocios de la red de transporte terrestre, puso en marcha sus operaciones a inicios de 2021, con entregas en las regiones de Coquimbo y Metropolitana. Sin embargo, y a solo un mes de cumplir tres años de vida, la compañía ha logrado extender su servicio a otras localidades como la Región de O'Higgins, El Maule, Bio Bio, La Araucanía, Atacama, y próximamente, Antofagasta.

Para Felipe Oyarzo, sub-gerente de Última Milla de Rocktruck, este hito se debe al crecimiento de la empresa, que se traduce en cerca de un 300% en la facturación para la compañía, y a distintas alianzas con grandes empresas como por ejemplo Mercado Libre.

"Estar en esta etapa implica desafíos para nuestra área comercial y operacional, sobre todo en procesos de nuevas aperturas, donde ya no solo miramos el retail o supermercados, sino que también otros como farmacias o boutiques. Esto nos ha hecho trazar nuevas metas, como llegar a las dos mil quinientas entregas diarias. Afortunadamente, ya alcanzamos el 70% de ese objetivo", comenta.

Al mismo tiempo, el despegue del servicio ha generado la necesidad de incrementar tanto la flota como la cantidad de transportistas, con el fin de dar una respuesta satisfactoria al cliente final, aumentando en un 200% la flota de vehículos, con un total de 150 drivers para despacho.

Con miras al próximo Cyberday, a realizarse entre los días 4 y 6 de octubre próximo, el ejecutivo de Rocktruck sostiene que "estamos optimizando nuestra capacidad de acción con antelación a la fecha del evento para poder cubrir la demanda, que por lo general se mantiene con fuerza durante las dos semanas siguientes a cada Cyber", concluye.

## SIGNIA SOLUCIONES LOGÍSTICAS, APUESTA POR LA AUTOMATIZACIÓN Y EFICIENCIA DE SUS PROCESOS A TRAVÉS DE UN WMS

Signia es una compañía peruana con más 30 años de experiencia brindando servicios logísticos a empresas líderes en sus sectores. Cuenta con una capacidad de flota de más de 90 vehículos y 6 CeDis, desde donde se administran aproximadamente 40,000 SKU's. Signia forma parte del Grupo Hersil.

¿Por qué eligieron el WMS de Infor? El factor principal fue la experiencia y conocimiento de la tecnología de Infor apoyado de la trayectoria de Cerca Technology como implementador del WMS de Infor en diferentes industrias afines.

¿Cómo fue la salida en vivo y cuál considera que fue la clave de éxito? La salida en vivo fue particular ya que sucedió a inicios de la pandemia por el Covid 19, lo que obligó a establecer al equipo y a CERCA un mecanismo de comunicación remoto a fin de acompañar la salida en vivo y posterior soporte de la estabilización.

¿Cuáles han sido los resultados parciales obtenidos? Recepción con información en línea a través de los códigos de barra y estrategia de almacenamiento a fin de optimizar el almacenamiento y línea de producción.

Picking con lectoras a posición y producto con la finalidad de incrementar la productividad y eliminar el margen de error. "En equipo con Cerca Technology logramos obtener un proyecto exitoso, a pesar de los retos que representó la pandemia "logramos el objetivo". "El WMS de Infor nos ha permitido fortalecer nuestra operación logística de cara a soportar el crecimiento de la compañía y brindar mayor satisfacción a nuestros clientes" Nestor Montoya, Gerente de Operaciones de Signia



1



RETIRAMOS

2



CONSOLIDAMOS

3



DESPACHAMOS



Cuidamos tu carga  
como te cuidamos a ti





# SERVICIOS EN LA NUBE

QUE  
APORTAN  
AL

# CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO

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

✉ [informacionchile@ifxcorp.com](mailto:informacionchile@ifxcorp.com) ☎ +562 2589 4500

[WWW.FLOTASCONECTADAS.MICHELIN.CL](http://WWW.FLOTASCONECTADAS.MICHELIN.CL)

# **MICHELIN FLOTAS CONECTADAS**

POWERED BY **SASCAR**



**MICHELIN**



# Comprometámonos con el medio ambiente, prefiere eléctrico!

**LI-ION**  
technology

LI-ION GUARANTEE  
**PLUS**+



**Jungheinrich. eficiente tu centro de distribución con nuestros equipos con tecnología de iones de litio**

Mejora la utilización de energía y alcanza un mayor rendimiento.

**Para saber más:**  
[www.jungheinrich.cl](http://www.jungheinrich.cl)  
+56 224997100

**JUNGHEINRICH**