Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com

DESAFÍOS A CONSIDERAR POR LOS LIDERES DE SUPPLY CHAIN EN 2024

LOGISTEC EDICIÓN 140

FEB | MAR 2024

SUPPLY CHAIN: ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN, EL DESAFIANTE OBJETIVO DE SUPPLY CHAIN
ECOMMERCE: ÚLTIMA MILLA, COMPONENTE CRUCIAL DEL TRANSPORTE
TECNOLOGÍA: AUTOMATIZACIÓN, ROBOTIZACIÓN E IA DESPEGARÁN EL 2024
TRANSPORTE: INICIATIVAS QUE HACEN LA DIFERENCIA EN LA LOGÍSTICA URBANA

DESCARGA LA APP Y MANTEN TU BIBLIOTECA ACTUALIZADA

#revistalogistec

LOGISTEC SHOW

Formato Presencial
Pre Acreditar
Escríbenos a
Gallinger

stgo
Southern Technology Group

¿Tienes problemas por...

- Errores de trazabilidad y localización.
- Quiebre de stock y sobreabastecimiento.
- Verificación lenta de inventario.
- Baja precisión y fiabilidad de inventario.
- Poca capacidad de almacenamiento de datos e información.
- Pérdida por mermas y robos.

CON EL SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN INTELIGENTE RFID, ENCONTRARÁS LA SOLUCIÓN A TUS DOLORES DE CABEZA

contacto@stgchile.cl
/stglatam
/@stglatam
(+56 2) 2 392 5000

Visita nuesta web:

www.stglatam.com

Av, Américo Vespucio Sur 991, Las Condes, RM

Avanza park

LA DIVISA
SAN BERNARDO

FLEXIBILIDAD
- Espacios versátiles
- Adaptable a tu negocio
- 8,5 m altura al hombro

SEGURIDAD 24/7
- CCTV
- Cerco eléctrico
- Acceso controlado

UBICACIÓN
- Excelente conectividad
- Principales autopistas

MÓDULOS
- Flex
- Logísticos

avanzapark.cl +56 22 501 0000

EDICIÓN NÚMERO 140

COLABORADORES: PIEDRA ANGULAR DEL ÉXITO LOGÍSTICO

Se habla de que el 2024 será el año del consumidor o cliente; sin embargo, en la elaboración de estas páginas nos hemos quedado con la sensación de que hay un factor que también marcará el camino de este año: el colaborador.

En el mundo acelerado y competitivo de la logística, donde la tecnología y la eficiencia operativa son componentes claves para el éxito, es fácil perder de vista un aspecto fundamental como son los colaboradores. En esta editorial queremos destacar y celebrar el papel crucial que desempeñan en el corazón de las operaciones logísticas.

Contar con el equipo adecuado, no sólo en términos de habilidades, sino también en compromiso, marca diferencias en el servicio de una compañía, siendo entonces fundamental para el éxito. Así, la dedicación, habilidad y compromiso de los equipos son la columna vertebral de la capacidad para impulsar las operaciones.

Si bien la tecnología y la automatización pueden optimizar los procesos, es el talento humano el que agrega el toque indispensable a la cadena de suministro. Son los colaboradores quienes aportan la creatividad, la adaptabilidad y el juicio crítico necesarios para resolver problemas complejos y tomar decisiones difíciles en tiempo real.

Hay que reconocer que el éxito no es solo el resultado de las acciones individuales, sino de un esfuerzo colectivo, y eso permite fomentar una cultura de colaboración, respeto y apoyo mutuo, donde cada voz es valorada y cada contribución es reconocida.

Quienes marquen diferencias en los mercados serán aquellas empresas que entiendan que los colaboradores son mucho más que empleados; son socios en el éxito y pilar fundamental de la fortaleza de la compañía.

En este momento tan dinámico, la búsqueda constante de la excelencia es más importante que nunca, por lo tanto, no se puede dejar de lado a este importante factor.

Estamos en el umbral de una nueva era en la logística, donde la innovación tecnológica no solo impulsa la eficiencia, sino que también abre las puertas a nuevas posibilidades y oportunidades sin precedentes y contar con los equipos adecuados da la confianza para enfrentar los nuevos tiempos.

04 DESAFÍOS INMEDIATOS QUE CONSIDERAR POR LOS LÍDERES DE SUPPLY CHAIN ESTE 2024

10 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN: EL DESAFIANTE OBJETIVO DE SUPPLY CHAIN

32 ÚLTIMA MILLA: COMPONENTE CRUCIAL DEL TRANSPORTE Y CLAVE PARA EL CONSUMIDOR

56 AUTOMATIZACIÓN, ROBOTIZACIÓN E IA DESPEGARÁN EL 2024

66 INICIATIVAS QUE HACEN LA DIFERENCIA EN LA LOGÍSTICA URBANA

84 PREPARANDO AL NUEVO PROFESIONAL LOGÍSTICO: EL PAPEL DE LA ACADEMIA

Conecta con estas empresas en **www.hubfinder.expert**

stglatam.com 〉 C1
msc.com/reefer 〉 C2
jungheinrich.cl 〉 C3
avanzapark.cl 〉 1
westorage.cl 〉 5
emotrans.com 〉 7
calycochile.cl 〉 9
mindugar.com 〉 13
bodenorflexcenter.cl 〉 15
danich.cl 〉 19
logistecshow.cl 〉 23
bsf.cl 〉 25
danco.cl 〉 27
finning.com 〉 31
caltronics.cl 〉 35
esnova.com 〉 37
intersystems.cl 〉 41
gpschile.com 〉 47
patio.cl 〉 49
evolog.cl 〉 51
hillebrandgori.com 〉 57
arrimaq.com 〉 59
rocktruck.cl 〉 61
ar-racking.com 〉 63
id-logistics.com/cl 〉 65
strix.cl 〉 69
borealtech.com 〉 73
silo-logistica.cl 〉 75
redtecsa.com 〉 79
tds.cl 〉 81
intercarry.cl 〉 83
transgamboa.cl 〉 87
centralbodegas.cl 〉 89
tasalogistica.cl 〉 91

LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile

AÑO 23 EDICION 140
303 EDITORIALES S.A.
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 402-08
Conchalí - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

DIRECTOR EJECUTIVO
Fernando Rios M.
fernando.rios@revistalogistec.com

DIRECTORA COMERCIAL
Paula Cortés L.
paula.cortes@revistalogistec.com

EDITOR PERIODÍSTICO
Claudia Sánchez M.
claudia.sanchez@revistalogistec.com

GERENTE NUEVOS NEGOCIOS
Juana Díaz C.
juana.diaz@revistalogistec.com

PERIODÍSTAS
María Victoria Moya
mariavictoria.moya@revistalogistec.com

MARKETING DIGITAL
Miguel Chandia
miguel.chandia@revistalogistec.com

SUSCRIPCIONES
Mercedes Mura
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.

DESAFÍOS INMEDIATOS QUE CONSIDERAR POR LOS LÍDERES DE SUPPLY CHAIN ESTE 2024

COMO YA ES TRADICIÓN, EN SU PRIMERA ENTREGA DEL AÑO, REVISTA LOGISTEC PRESENTA LOS PRINCIPALES DESAFÍOS Y TENDENCIAS QUE REGIRÁN LOS DESTINOS DE LOS LÍDERES DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO A NIVEL GLOBAL Y LOCAL. LA PREMISA ES NO PERDER DE VISTA ESTOS RETOS Y PONER EN PRÁCTICA AQUELLAS MEJORAS QUE APORTARÁN MAYOR PRODUCTIVIDAD, EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD A SUS CADENAS.

Iniciamos 2024 y las expectativas sobre los avances y las tendencias que marcarán el devenir de las operaciones logísticas y de la cadena de suministro son altas.

Según los expertos del sector, el año que inicia marcará un ritmo acelerado en la adopción de tecnologías que revolucionarán el quehacer intralogístico, tendiendo a mayores índices de optimización y eficiencia operativa, al tiempo que destacan las preocupaciones cruciales que atenderán los líderes de supply chain, las que se enmarcan en materias tales como: la sostenibilidad, la seguridad y, por supuesto, la satisfacción del cliente y el consumidor final, por sólo mencionar algunas. Como ya es tradición, Revista Logistec aborda -en su primera edición del año- las tendencias y proyecciones de los expertos en materia supply chain, a fin de que los "tomadores de decisiones" conozcan de primera fuente lo que se espera para la industria en los próximos 12 meses y el futuro.

En esta línea, Raúl Fernández, Gerente de Supply Chain & Network Operations en Deloitte, sostuvo que como responsables de garantizar la disponibilidad de productos y servicios en el momento y lugar adecuados, optimizar los costos operativos y maximizar la eficiencia, las cadenas de suministro

MAQUILA - FULFILLMENT - MARKETPLACE

We Storage

NUEVO CENTRO LOGÍSTICO

SAN BERNARDO

- MODELO ESCALABLE
- SISTEMA WMS Y TMS
- ÚLTIMA MILLA
- COSTOS BAJOS
- RAPIDEZ EN LAS ENTREGAS

WWW.WESTORAGE.CL

deberán mantenerse "ágiles y flexibles", adaptándose a los cambios que experimentarán los mercados a fin de satisfacer las demandas de los clientes.

"Con los avances tecnológicos y la globalización, las cadenas de suministro se han vuelto más complejas, pero también han brindado oportunidades para mejorar la visibilidad, la colaboración y la toma de decisiones basada en datos. En resumen, el papel de las cadenas de suministro -en la actualidad y el futuro- seguirá siendo fundamental para la satisfacción del cliente, la flexibilidad y eficiencia operativa y la ventaja competitiva", manifestó Fernández.

Raúl Fernández
Gerente de Supply Chain & Network Operations en Deloitte

En tanto, con una mirada local, Pedro Pontaque, socio de Infraestructura de la consultora KPMG agregó que "hoy y siempre el papel de las cadenas de suministro es de gran importancia en Chile, con una posición geográfica alejada de los centros de producción y consumo más importantes y con una industria productiva centrada en las materias primas, lo que genera que la logística y más ampliamente las cadenas de suministro tengan mayor importancia que otras localizaciones.

Por su parte, Erika Bustos Romano, PwC Manager Strategy & Operations abrió su análisis, comentando que, en el actual contexto de transformación, las cadenas de suministro han experimentado cambios significativos, que han redefinido su papel en la operación de las empresas, hasta posicionarse como verdaderas redes interconectadas y estratégicas que van más allá de la simple entrega de productos. "Hoy en día, se considera que las cadenas de suministro no solo son sistemas logísticos, sino motores estratégicos que influyen directamente en la competitividad de las organizaciones. Son facilitadores cruciales para la adaptación rápida a cambios del mercado, cumplimiento de expectativas del cliente y optimización de costos. Así, su papel se ha expandido a la gestión proactiva de riesgos, la sostenibilidad y la incorporación de tecnologías emergentes para mejorar la eficiencia y visibilidad", explicó la experta de PWC.

Así, la rápida digitalización y el aumento de la demanda del consumidor han transformado las cadenas tradicionales en ecosistemas digitales conectados, inteligentes, escalables y ágiles: por ello, la adaptabilidad y la capacidad de anticiparse a las disrupciones son esenciales para su función.

RETOS DE UN MERCADO COMPLEJO

Al iniciar un nuevo periodo, resulta relevante hacer una breve introspección respecto de los desafíos que hoy se visualizan para las cadenas de suministro globales y locales. En este ámbito, Fernández manifestó que entre los restos vigentes que enfrentan los líderes supply chain se cuentan la complejidad creciente, debido a la globalización y la diversificación de productos, la volatilidad de la demanda y la necesidad de una mayor agilidad y capacidad de respuesta, la gestión de riesgos en un entorno incierto y la necesidad de adoptar prácticas sostenibles y responsables.

Erika Bustos
PWC Manager Strategy & Operations

"Además, las cadenas de suministro también enfrentan desafíos relacionados con la integración de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y la analítica de datos y la colaboración efectiva entre los diferentes actores de la cadena. Superar estos desafíos requiere una planificación estratégica, una mayor visibilidad y coordinación, la adopción de nuevas tecnologías y la colaboración efectiva entre los actores de la supply chain", agregó el Gerente de Supply Chain & Network Operations en Deloitte.

En esta línea, el vocero de Deloitte manifestó que para 2024 se espera que las cadenas de suministro se muevan hacia una mayor digitalización y automatización. "La adopción de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la analítica avanzada permitirá una mayor eficiencia y visibilidad en toda la cadena de suministro. Además, se espera una mayor integración y colaboración entre los socios de supply chain, lo que permitirá una mejor planificación y respuesta a los cambios en la demanda y las condiciones del mercado". Al mismo tiempo, Fernández agregó que la sostenibilidad también será un enfoque clave para estos líderes "con un mayor énfasis en la reducción de la huella ambiental y la adopción de prácticas éticas en la cadena de suministro. En resumen, las empresas deben estar preparadas para ser ágiles, resilientes y adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial y las demandas de los clientes".

Pedro Pontaque
Socio de Infraestructura en KPMG

Ahondando en la temática de sostenibilidad, deslizada por Fernández, Pedro Pontaque sostuvo que los denominados "criterios ESG", que se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo al interior de las compañías, estarán al centro del análisis de los líderes supply chain.

"La temática ESG ha pasado de ser un "nice to have" a un "must have". Y es que los agentes relacionados con la cadena de suministro exigen cada vez más cumplimiento y medición de metas y parámetros de ESG como parte esencial de la propuesta de valor que reciben. Así, temáticas como la economía circular, la descarbo-

nización e incluso los derechos humanos serán evaluados, incluyendo la cadena de producción", expuso Pontaque. Igual visión manifestó Bustos, indicando que "la sostenibilidad y la presión para reducir la huella ambiental se destacan como desafíos cruciales. Estos aspectos reflejan un panorama complejo donde las cadenas de suministro deben abordar la complejidad operativa, asegurar la seguridad digital, y responder eficazmente a las demandas cambiantes del mercado, todo mientras trabajan hacia prácticas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente".

Siempre en torno a los desafíos 2024 de supply chain, el vocero de KPMG indicó que otro tema relevante será la automatización de los procesos y las implementaciones tecnológicas. De acuerdo con Pontaque, "el incremento de los costos laborales por hora, un tema especialmente relevante en Chile, y la necesidad de tener procesos más seguros, fiables y rápidos está acelerando la automatización de los centros productivos y logísticos de todo el mundo (y de Chile). Aprovechando la información que se genera y se analiza con diversas herramientas como la IA, los algoritmos seguirán optimizando tanto las rutas de transporte como las operaciones de almacén".

Como consecuencia de lo anterior, "la fuerza laboral que se desempeña en el mundo de la logística se transformará y los trabajadores deberán realizar funciones de apoyo a los robots, realizando tareas más estratégicas y con mayor valor agregado", manifestó el experto. Lo propio sostuvo Bustos, agregando que la escasez de talento especializado es uno de los desafíos que enfrentarán las cadenas de suministro.

Con todo, el vocero de KPMG advirtió que las empresas deben analizar estratégicamente la posición de la cadena de suministro en su propuesta de valor de productos o servicios, analizando los riesgos en los más diversos escenarios. En este punto, la vocera de PWC agregó que "amenazas de ciberseguridad y la necesidad de adaptarse a cambios repentinos en la demanda del consumidor", son desafíos que en 2024 seguirán vigentes. "En 2024, se espera una transformación hacia cadenas de suministro más conectadas, inteligentes y ágiles. La digitalización permitirá una mayor visibilidad y toma de decisiones en tiempo real. Además, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático se utilizarán para pronósticos de demanda, control de calidad y desarrollo de nuevos productos.

OTRAS TENDENCIAS RELACIONADAS

Además de lo expuesto por los expertos entrevistados, resulta relevante abordar otras tendencias que se visualizan para este 2024, enmarcadas en las proyecciones anteriores. Veamos:

Implementación tecnológica y transformación digital. Como es sabido, la tecnología se considera un factor crítico de la ventaja competitiva en las empresas y los líderes a menudo citan la mejora de su posición como un factor clave para invertir en tecnologías para la cadena de suministro. En este ámbito, según lo expuesto por los expertos Dwight Klappich y Rick Franzosa, de Gartner, en su análisis "Predicts 2024: Supply Chain Technology", "apoyar la transformación digital de la cadena de suministro con el uso de tecnologías emergentes será una de las tareas clave a desarrollar por los líderes supply chain".

En esta línea, de acuerdo con lo analizado por los expertos de Gartner, cuatro de las principales razones citadas como impulsoras de las inversiones en tecnologías emergentes son: la necesidad de las empresas de apoyar nuevos modelos de negocio, mejorar la eficiencia/productividad de los procesos, mejorar la toma de decisiones y mejorar la resistencia/agilidad de la cadena de suministro. En esta lógica, los líderes tecnológicos de la cadena de suministro que quieran comprender los futuros riesgos y oportunidades rela-

cionados con la tecnología de la cadena deberán sentar las bases para la adquisición de tecnologías de vanguardia, cuyo acelerado crecimiento y evolución tenderá a ser protagonista en los próximos años cinco años.

Así, desde Gartner destacan dos implementaciones tecnológicas que a estas alturas se tornan ineludibles. La primera de ellas se refiere a la obtención de información de valor significativa para la gestión de las redes de abastecimiento y cadenas de distribución, través de tecnologías como la IA generativa (IAGen). Mientras que, en segundo lugar, destaca la implementación de tecnologías como la robótica al interior de los centros de distribución, tecnologías que ha abierto nuevas posibilidades para automatizar tareas de almacenamiento y la recuperación de productos, mejorando la eficiencia y la rentabilidad de los almacenes.

Al respecto, Erika Bustos agregó que un factor diferenciador para las empresas será la inversión en tecnologías disruptivas y el fortalecimiento de las colaboraciones con sus socios en la cadena de suministro, dando prioridad a la sostenibilidad. "La agilidad y la capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios serán elementos fundamentales para marcar la diferencia. Además, la capacitación y el desarrollo del personal en tecnologías emergentes fomentarán una cultura de innovación, un componente crucial para el éxito continuo de la cadena de suministro. Los cambios en el entorno interno y externo dejan claro que la gestión actual de la cadena de suministro difiere considerablemente del pasado.

Es importante recordar que, al igual que otros sectores, la cadena de suministro está en constante evolución. No adaptarse a estos cambios podría desencadenar problemas que comprometan la eficacia de la cadena y, por ende, los resultados empresariales", indicó Bustos.

Logística Verde y una cadena de suministro sostenible. Inmerso en los denominados "criterios ESG" la temática de la logística verde, sostenible y sustentable, aplicada a la cadena de suministro se refiere al conjunto de actividades que buscan minimizar el impacto ambiental de las operaciones logísticas, desde la obtención de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente. Así, la logística verde se basa en principios como la eficiencia energética, la reducción de residuos, el reciclaje y la reutilización de materiales, y la prevención de la contaminación.

En consecuencia, de cara a 2024, los líderes de las cadenas de suministro deberán contribuir a maximizar los índices de responsabilidad social corporativa y al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. ¿Cómo?, a través de la adopción de una visión integral de su cadena de suministro y de la aplicación de diversas medidas entre las que se cuentan:

• El uso de vehículos eléctricos o híbridos, o con combustibles alternativos como el gas natural o el hidrógeno, que emiten menos gases de efecto invernadero y contaminantes atmosféricos.

• La optimización de las rutas de transporte y distribución, utilizando sistemas de geolocalización, planificación y seguimiento, que permiten reducir la distancia recorrida, el tiempo de entrega y el consumo de combustible.

• La adopción de embalajes ecoamigables, que sean biodegradables, reciclables o reutilizables, que utilicen materiales reciclados o renovables, y que minimicen el uso de plástico y otros materiales contaminantes.

• La implementación de sistemas de gestión ambiental, que permitan medir, controlar y reducir el impacto ambiental de las operaciones logísticas, así como cumplir con la normativa vigente y obtener certificaciones de calidad.

• El fomento de la colaboración entre los agentes de la cadena de suministro, como proveedores, transportistas, distribuidores y clientes, para compartir información, recursos y buenas prácticas, y para coordinar acciones conjuntas que mejoren la sostenibilidad.

Seguridad de las redes logísticas, a través del Blockchain. Bajo la premisa de "asegurar la transparencia en la cadena de suministro", los expertos han determinado que problemáticas como: la falta de confianza entre los actores, la vulnerabilidad a los ataques cibernéticos, la complejidad de los procesos y la dificultad para verificar la autenticidad y el origen de los productos se alzan como factores claves para la implementación del Blockchain.

En este contexto, esta tecnología surge como una solución innovadora que puede aportar beneficios significativos para mejorar la transparencia y la seguridad en la cadena de suministro, dado que se trata de un sistema de registro distribuido que almacena información en bloques enlazados criptográficamente, formando una red descentralizada que no depende de una autoridad central. Así, cada bloque contiene un conjunto de transacciones validadas por los participantes de la red, llamados nodos, que siguen un protocolo de consenso para garantizar la integridad y el orden de los datos. Una vez registrada, la información no puede ser modificada ni eliminada, lo que asegura su inmutabilidad y su trazabilidad.

Estas características del blockchain permiten crear una cadena de suministro digital que refleja fielmente la cadena física, facilitando el seguimiento de cada producto desde su origen hasta su destino final. Así, las empresas pueden acceder a información veraz y actualizada sobre el estado, la ubicación y el historial de sus productos, lo que les permite optimizar sus operaciones, reducir costos y mejorar su competitividad. Además, el blockchain brinda una mayor confianza entre los actores de la cadena de suministro, ya que elimina la necesidad de intermediarios y permite realizar transacciones directas, rápidas y seguras. De esta forma, se previene el riesgo de fraude, corrupción y falsificación, lo que aumenta la calidad y el valor de los productos. ■

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: VISION EMPRESARIAL/PUNTO DE VISTA

CALYCO
LOGISTICA INTEGRAL

OPERADOR LOGÍSTICO 4PL INTEGRAL

- TRANSPORTE
- DISTRIBUCIÓN
- WAREHOUSE
- SERVICIOS ESPECIALES
- TRANSPORTE AÉREO
- TRANSPORTE INTERNACIONAL

Más de 40 años DE TRAYECTORIA EN LA REGIÓN

WWW.CALYCOCHILE.CL

ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN: EL DESAFIANTE OBJETIVO DE SUPPLY CHAIN

Se puede marcar diferencias a través de una estrategia de supply chain bien diseñada y así lo entienden los líderes del área, quienes han sido testigos de los cambios que ha experimentado la industria y de las oportunidades que abre esta nueva etapa logística. Tecnologías, conocimientos, diseño e innovación asoman como herramientas para concretar esta estrategia.

Lejano suena esa antigua premisa que apuntaba al tiempo y a las formas en el movimiento de carga de un punto a otro como la finalidad de la cadena de abastecimiento. Esta clásica definición dejaba ver una operación más rígida y mecánica que respondía a las necesidades operacionales de las empresas con los recursos existentes.

Sin embargo, el tiempo le ha dado a la cadena de suministro nuevos aires que trajo consigo también nuevos desafíos, tanto para las empresas como para los líderes del sector. Utilizar la gestión de la cadena de suministro como estrategia de diferenciación es una práctica cada vez más común en el mundo empresarial.

La cadena de suministro no se limita simplemente a la adquisición y entrega de productos, sino que es un elemento clave para diferenciar a una empresa de la competencia, a través de una mirada amplia que le permita ver tanto los desafíos como las oportunidades que se abren en esta nueva etapa logística, marcada por el rol que tiene esta operación, ya sea en el éxito o en los momentos complejos de las compañías.

Por tanto, para nadie es un misterio que la gestión de la cadena de suministro ha evolucionado hasta convertirse en un componente estratégico crucial y los líderes saben que ahí hay oportunidades para destacarse, ya sea a través de la eficiencia operativa, de la innovación, de la implementación tecnológica y también con relaciones sólidas y colaborativas con proveedores y otros actores del mercado.

En esta oportunidad analizaremos cómo marcar diferencias y conoceremos además las ventajas de diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo y donde el cliente va marcando el camino de la industria.

Los ejecutivos consultados coinciden en la importancia que tiene alcanzar esa diferenciación a través de la operación logística y en lo fundamental que resulta para eso contar con líderes capaces de responder a los desafíos y encontrar el camino. Aquí algunas de las principales apreciaciones de los ejecutivos de la industria, entrevistados en esta oportunidad que son el reflejo de un sentir de la industria.

¿TU ESTRATEGIA ***ESTÁ ALINEADA?***

Se inicia el año y las compañías desarrollan procesos de análisis y diseño de las directrices que moverán sus acciones futuras. En esta etapa, la cadena de suministro se ha transformado en un factor diferenciador, donde las empresas han puesto su mirada para ganar, a través de la operación y sus oportunidades, un espacio en el competitivo mercado global.

A este respecto, los ejecutivos coinciden en las oportunidades que existen a través de la gestión de la cadena de suministro para diferenciarse, siendo, por ejemplo, a juicio de Alan Friedlaender, gerente de supply chain de Copeval, "un elemento clave para la competitividad de toda empresa".

"La capacidad de ofrecer productos o servicios de manera eficiente, sostenible y con mayor flexibilidad puede marcar una clara diferencia en un mercado cada vez más dinámico y competitivo, donde entregar un buen nivel de servicio y ganarse la confianza de los clientes es crucial para sobresalir y marcar la diferencia", profundizó Alan.

Derek Bull, Global Director COE Logistics en Finning, advirtió que la diferenciación "se da siempre y cuando la cadena de suministro esté 100% alineada con la estrategia corporativa".

"La cadena logística permite a las compañías cumplir (o no) con el servicio comprometido a los clientes. Es decir, una cadena de suministro y distribución puede ser un elemento diferenciador de la estrategia, en la medida en que se ejecuta con éxito el abastecimiento y logística hasta el cliente", aseguró Bull.

Y en el día a día de la gestión, ¿qué hacer para diferenciarse? Para Alan la respuesta a esta interrogante está en la "innovación y la eficiencia con el cliente en el centro", mientras que para Derek, la mirada debe estar en "el cliente y sus necesidades".

DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN ***Y GESTIÓN***

La función logística ha adquirido, en los últimos años, una importancia máxima en la competitividad de las empresas, en especial, por su capacidad para generar valor al consumidor final.

Por años la logística fue considerada como una actividad rutinaria y meramente operativa para trasladar bienes desde los centros de producción a los de consumo. En las organizaciones, existía la percepción de que esta función era un ´mal necesario' que generaba costos a minimizar por los ejecutivos en el área de operaciones.

Hoy, dado el avance de las tecnologías, el desarrollo de los mercados, los efectos y desafíos que planteó la pandemia, la logística ha revalidado su rol, transformándose en una ventaja estratégica y un pilar que aporta valor a las organizaciones que la han potenciado.

Alan Friedlaender
Gerente de Supply Chain
en Copeval

Contar con una cadena de suministros claramente definida, estratégica, flexible y vinculada con las otras áreas de la empresa se ha constituido, hoy por hoy, en un piso de confianza y seguridad para la operación de las empresas en tiempos complejos. Y es ahí donde asoman las distintas miradas de las compañías, quienes diseñan sus estrategias para alcanzar el fin último de cualquier organización: el éxito comercial, el reconocimiento de sus clientes y el posicionamiento en sus mercados. Para Friedlaender la diferenciación pasa por "adoptar tecnologías emergentes como la automatización y el análisis de datos optimiza procesos, mejora la visibilidad y permite anticiparse a las demandas del mercado".

"La clave está en la implementación estratégica de estas herramientas que no sólo aumentan la eficiencia operativa, sino que también ofrecen insights valiosos para adaptarse rápidamente a cambios en la demanda. La planificación precisa, respaldada por datos y pronósticos precisos, es esencial para anticipar dinámicas del mercado y mantener una ventaja competitiva. En resumen, a mi parecer, una combinación inteligente de innovación tecnológica y eficiencia operativa es la clave para diferenciarse", afirmó el ejecutivo de Copeval.

Derek Bull
Global Director COE
Logistics en Finning

Con una mirada hacia el cliente, Derek Bull aseguró que la diferenciación y posterior éxito de las estrategias se da en la medida en que "estas comprendan cuál es el servicio que requieren sus clientes". Como ejemplo de lo anterior, el ejecutivo relató que en Finning "buscamos generar un impacto positivo en la sociedad, para lo cual la experiencia del cliente es pilar fundamental de la estrategia, y como consecuencia, del diseño y preparación de la cadena logística para atender a ese servicio de forma impecable. El desafío está en la diversidad de tipos y de requerimientos de los clientes".

Todos los factores señalados por los ejecutivos se unen al momento de diseñar, implementar y gestionar las estrategias de supply chain, pues- tal como señala Alan- una operación bien diseñada y gestionada implica eficiencias en todos los aspectos de la cadena de suministro, por tanto, "una gestión eficaz garantiza tiempos rápidos, costos reducidos y una capacidad de respuesta ágil a los cambios del mercado". Para el ejecutivo de Finning, en tanto, una estrategia bien definida puede "significar el éxito o fracaso del objetivo perseguido. Hay proyectos emblemáticos que fracasan, porque adolecen de un diseño coherente o de una implementación y gestión adecuada".

EL MUNDO NO SE DETIENE, ***LOS CAMBIOS TAMPOCO***

Quizás una de las cualidades que más complejizan la industria son sus vertiginosos cambios, ya sea por modificaciones en los paradigmas o motivado por situaciones globales. Y esta realidad ha obligado a la industria a moverse en torno a la flexibilidad, la optimización y la gestión, asomando aspectos como la innovación, las tecnologías, la digitalización y el reforzamiento de los equipos humanos como herramientas que buscan reforzar la gestión de la cadena de suministros.

En este escenario de cambios, para nadie es un misterio el poder que tiene el área de supply chain. La estrecha relación entre gestión de la cadena de suministro, éxito comercial y nivel de servicios hacia los clientes es estrecha y es por eso que se busca constantemente eficiencias, optimizaciones y mejoras que permitan a la empresas resaltar a través de su operación.
Como toda cadena, cada eslabón cumple una función y en logística entender esto es clave. Cada área tiene sus desafíos y también sus oportunidades; pero lo fundamental es que cada una de ellas conversen entre sí para formar, finalmente, un ecosistema logístico capaz de responder a los desafíos actuales y futuros.

En este sentido, los ejecutivos se refirieron a las oportunidades de diferenciación de cada área o aspecto. Así, según comentó Derek Bull, un diseño de la cadena de suministro que considere alternativas de servicio a partir del cliente" es la clave, junto a un importante grado de flexibilidad.

"Dado el aumento de la competencia a nivel global y de una mayor cantidad de situaciones disruptivas, es cada vez más importante que el diseño y gestión consideren tecnología y procesos que, en vez de rigidizar la operación, provean alternativas para enfrentar estos imprevistos. En Finning, hemos iniciado el camino de la automatización de procesos, de tal manera de dotar a la cadena de suministro de más y más rápidos servicios".

Junto a la flexibilidad planteada por Bull, Alan añadió la eficiencia como un impulsor de la diferenciación, porque "no sólo entrega un buen servicio a los clientes, lo que se debiera traducir en una mayor demanda, sino también por reducir los costos asociados a la logística y al capital de trabajo empleado en inventarios".

Otro pilar son las áreas de planificación y procesos asertivos de S&OP para maximizar la rentabilidad. Además, para Friedlaender cada vez son más importantes las áreas de TI, "las cuales son las protagonistas de incorporar todas las nuevas herramientas tecnológicas disponibles, que realmente marcan diferencias, como sistemas de TMS para optimizar rutas, WMS para el manejo de los centros de distribución, ERP, SCM, etc.; sistemas cada vez más evolucionados, que poco a poco irán incorporando inteligencia artificial, que los hará aún más robustos".

EL LÍDER DE LA ***DIFERENCIACIÓN***

Ajustarse a los cambios no es tarea fácil. Los ejecutivos de supply chain han puesto a prueba su resiliencia, sus capacidades y sus conocimientos ante los retos que han enfrentado en el último tiempo. El rol de sus funciones, los tiene en el ojo del huracán y ante eso el reto es saber responder y tomar decisiones que beneficien a la compañía. "Hoy los ejecutivos nos enfrentamos a grandes desafíos como son la volatilidad en la demanda, interrupciones en la cadena de suministro global, distintas presiones ambientales y la necesidad de adoptar tecnologías emergentes para mantenernos competitivos. La gestión efectiva de estos desafíos requiere agilidad, visibilidad y colaboración entre todas las áreas que componen la cadena de suministros", agregó Friedlaender.

Sin embargo, el ejecutivo de Copeval recalcó que ante "lo complicada que está la economía del país, y mundial en general, el gran desafío es lograr ser lo más eficientes posible, aprovechando al máximo cada recurso y mantener una mentalidad Lean".

Para Derek, por su parte, el principal desafío de los líderes de la industria está en la capacidad para formar equipos de trabajo que enfrenten exitosamente el diseño y la gestión de una cadena de suministro flexible y para eso requieren habilidades operativas y también en innovación.

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

DESAFÍOS DE LOS OPERADORES LOGÍSTICOS: ADAPTACIÓN Y RESILIENCIA EN UN ENTORNO EN CONSTANTE CAMBIO

En una logística moderna, los operadores tienen desafíos que enfrentar para consolidarse como el socio estratégico de sus clientes. El diseño operacional planteado por cada uno de ellos está siendo retado por distintos aspectos como la incertidumbre, la tecnología, la eficiencia, la optimización, la rapidez, el cliente y, por supuesto, el nuevo rol de supply chain al interior de las empresas.

Lo que el cliente demanda es lo que la empresa debe ofrecer. Eso que suena una frase de Perogrullo para el éxito comercial de una compañía, está lleno de desafíos cuando hablamos del mercado de los operadores logísticos. Los últimos años han sido tremendamente complejos para las cadenas de suministro; sin embargo, estos actores de la industria -independientemente de su tamaño, alcance, desarrollo y proyecciones- han trabajado para responder a las demandas de sus clientes, asumiendo un rol fundamental en la gestión de supply chain.

En un mundo cada vez más interconectado y dinámico, los operadores logísticos se enfrentan a una serie de desafíos que están remodelando la forma en que gestionan la cadena de suministro. Desde la pandemia global hasta los avances tecnológicos y las expectativas cambiantes de los clientes, estos profesionales se encuentran en un constante estado de adaptación y búsqueda de soluciones innovadoras.

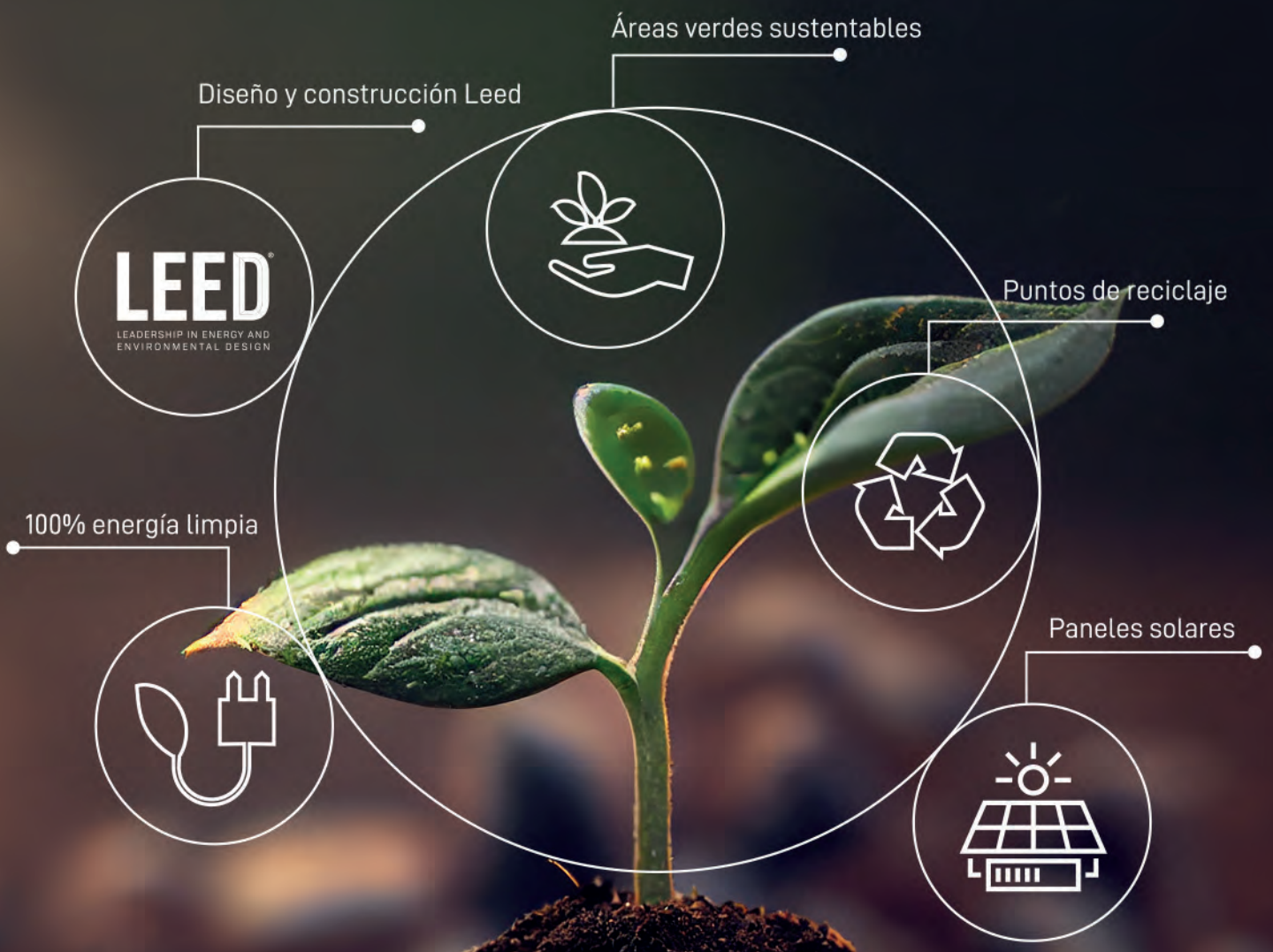
De la mano de una amplia gama de servicios, estas empresas buscan enfrentar ese escenario de desafíos y complejidades externas que han surgido y han remecido a la industria como, por ejemplo, conflictos bélicos, alzas en las tarifas, dificultades económicas globales, etc. Hoy el foco del mundo de supply chain está en la eficiencia, en los costos y el nivel de servicio; y en eso los operadores logísticos juegan un rol clave, pues son ellos los que dan ritmo a la operación de muchas empresas.

Sin embargo, el camino hacia la innovación y el éxito continuo requerirá colaboración, inversión y un enfoque centrado en las necesidades de los clientes y el mercado; y así lo han planteado algunos actores del sector, quienes ahondan en los principales aspectos que mueven hoy a la industria: desafíos, retos y también oportunidades; todo para seguir dando a los clientes un servicio logístico capaz de responder a las exigentes demandas y ser un factor diferenciador ante sus respectivos mercados.

EL DESAFÍO , ***DE DISEÑAR***

Entendiendo que el actual escenario está marcado por los desafíos y constantes cambios, diseñar una operación logística tiene sus complejidades. Es necesario ampliar la mirada y así poder considerar distintos aspectos que pueden influir en la performance operacional, además se

BODENOR FLEXCENTER®
PARQUES LOGÍSTICOS



SOMOS BODENOR FLEXCENTER, UNA EMPRESA DE CLASE MUNDIAL

CONECTADOS CON LA SOSTENIBILIDAD

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

+ 56 22530 8000 contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL
BODENOR FLEXCENTER
COMPROMISO DE CLASE MUNDIAL

debe apuntar hacia una operación flexible para responder a una situación inesperada y también considerar la constante búsqueda de eficiencia y mejora continua. Los operadores han buscado diferentes herramientas para enfrentar ese escenario incierto, a través del diseño de un servicio.

Germán Arango
Gerente General
en DHL Supply Chain Perú,
Argentina y Chile

Así, desde DHL aseguran que, al momento de diseñar, la clave está en "integrar tres componentes críticos: la eficiencia operativa, la aplicación de tecnología avanzada y el desarrollo de capital humano".

"La integración de dichos componentes nos permite capitalizar el conocimiento y la experiencia para hacer frente a los desafíos que el mercado nos presenta y con ello ofrecer soluciones innovadoras, el uso de análisis avanzados para optimizar las operaciones y la mejora continua de los procesos y servicios. Adicionalmente, en DHL aprovechamos la estandarización de procesos para replicar las mejores prácticas de nuestra plataforma global e implementar las nuevas tendencias", aseguró Germán Arango, Gerente General de DHL Supply Chain para Perú, Argentina y Chile.

Ignacio Bravo
Gerente Comercial
en Intercarry

La adaptación a las tecnologías es otro de los factores que pone en juego el actuar de los operadores y su capacidad de responder a los nuevos tiempos. En esta línea, en DHL se enfocan en la ciberseguridad y la integración de soluciones sustentables.

Para Tasa Logística, según Nicolás García, Gerente de Desarrollo de Negocios Regionales, en tanto, para diseñar una operación correctamente la clave está en "identificar adecuadamente las necesidades de los clientes para poder ofrecer soluciones a medida, poniendo el foco en la competitividad de las alternativas a ofrecer". Para eso, según el ejecutivo, hay que apoyarse tanto en las nuevas alternativas tecnológicas como en el know-how; "esta combinación resulta clave para diseñar operaciones realistas, competitivas y con un excelente nivel de servicio".

Otro aspecto para considerar al momento del diseño operacional es lo que podríamos denominar, según García, como "el desafío de la atención", entendiendo que hoy la industria es "foco de atención, a partir de "las repercusiones en ventas, costos, tiempos de entrega, etc. Este contexto desafía a la industria y aporta valor al forzar que se realicen cambios acelerados".

Otro punto a tener en cuenta, según Esteban Martorello, BD Head A&O Southern Cone - Latam CEVA Logistics, es que "todos los días son completamente diferentes, obligándolos a estar pensando constantemente 'fuera de la caja' por contingencias o factores netamente ajenos a la cadena de suministros". Por tanto, la clave para diseñar una operación logística resistente a estos cambios es "comprender que un operador logístico no es un proveedor más, sino un socio estratégico de la cadena de suministros".

"Debemos desarrollar un diálogo constante, comprender la estrategia de ventas, los canales de distribución y las decisiones estratégicas del negocio que puedan diferenciar a nuestros clientes de sus competidores; y en base a toda esa información, analizar la situación del mercado actual y a la hora de diseñar una propuesta, siempre contemplar y considerar un plan de contingencia para no afectar el negocio", enfatiza Martorello.

En tanto, para Ignacio Bravo, Gerente Comercial Intercarry, lo primero que se debe considerar es que la información con la que se diseñen las operaciones sea muy bien analizada y represente las necesidades reales de los clientes, tanto en su operación actual como en sus proyecciones de negocio. Con esta premisa, "el diseño debe poseer tres pilares fundamentales: eficiencia, seguridad y flexibilidad, dado que en los tiempos actuales los mercados se comportan cada vez de manera más cambiante", enfatizó Bravo.

Esteban Martorello
BD Head A&O Southern
Cone - Latam CEVA Logistics

"La adaptación a las fluctuaciones de demanda de los clientes puede ser uno de los aspectos más importantes, dado que los mercados están experimentando altas variabilidades en cortos períodos de tiempo. La diversidad de productos que se puedan operar en una misma instalación también lo vemos como un desafío, tanto para las instalaciones como para el cumplimiento normativo. Y por supuesto, la alta competencia existente en el mercado de los operadores, lo que se traduce en contar con una oferta cada vez más desafiante en términos de tarifas", advirtió el gerente comercial de Intercarry.

"La integración de dichos componentes nos permite capitalizar el conocimiento y la experiencia para hacer frente a los desafíos que el mercado nos presenta y con ello ofrecer soluciones innovadoras, el uso de análisis avanzados para optimizar las operaciones y la mejora continua de los procesos y servicios. Adicionalmente, en DHL aprovechamos la estandarización de procesos para replicar las mejores prácticas de nuestra plataforma global e implementar las nuevas tendencias".

¿QUÉ BUSCA ***EL CLIENTE?***

Los clientes de los operadores logísticos y la industria en general buscan hoy eficiencias, rentabilidad, rapidez y visibilidad de los procesos; los cuales se suman a los ya tradicionales factores de flexibilidad, servicio al cliente, cobertura, fiabilidad y, por supuestos, costos efectivos.

En base a su experiencia, el Gerente de Desarrollo de Negocios Regionales de TASA Logística, destacó la rapidez, el servicio de excelencia, los altos niveles de cumplimiento, la disminución de costos, la confianza y relaciones a largo plazo como puntos claves de las exigencias de los clientes.

Por su parte, el ejecutivo de DHL aseguró que todos los participantes en la industria, "buscamos una mayor visibilidad y trazabilidad en la cadena de suministro, entregas más rápidas y precisas, con flexibilidad e integrando soluciones sostenibles. Además, con el auge del comercio electrónico, los clientes también demandan capacidades de logística de última milla más eficientes que aseguren una experiencia satisfactoria para el consumidor".

Nicolás García
Gerente de Desarrollo de Negocios Regionales
TASA Logística

Para Ignacio Bravo, lo primero en términos logísticos para los clientes es la eficiencia, es decir, "cumplir con los altos niveles de servicio requeridos en la industria al mínimo costo posible. Además, la aparición de nuevas necesidades, más de nicho, ha implicado una especialización en la oferta de servicios logísticos.

No podemos dejar de mencionar que la demanda base del mercado se origina en confiar la operación logística a un tercero, lo que permite al cliente enfocar sus esfuerzos en el core de su negocio, dejando la logística para expertos". En este sentido, desde CEVA reconocieron que el costo o productividad son las estrellas en un denominador común. Pero, agregó que "últimamente estamos enfrentándonos a demandas de visibilidad y trazabilidad en vivo de los flujos operativos y mejora de procesos, lo cual nos desafía constantemente a compenetrarnos en las operaciones de nuestros clientes y ver cómo podemos optimizar procesos y sistemas para cumplir 100% con las expectativas".

¿CÓMO MARCAR ***DIFERENCIAS?***

Diferenciarse de la competencia parece ser un factor clave de la logística, sobre todo, en tiempos en que los mercados se hacen cada vez más competitivos. Las operaciones logísticas se han transformado en un factor diferenciador y en un área de oportunidades que hay que saber leer, entender e implementar.

"El entendimiento del mercado y la construcción de soluciones flexibles son elementos críticos para mantenerse competitivos y ofrecer un diferenciador", afirmó el ejecutivo, quien además llamó a que al momento de "escoger al operador logístico indicado, los clientes deben fijarse en aspectos como la experiencia, capacidad de adaptación a sus necesidades específicas, la eficiencia y la fiabilidad de las operaciones, la innovación, transparencia y la trazabilidad, así como el compromiso del operador con la sustentabilidad. Es decir, se deben considerar las mejoras que puede aportar un operador logístico que te permite reducir inventario, seguridad de las mercancías y nivel de servicio", expresó Arango.

El valor competitivo, según Nicolás García está en los siguientes puntos: "Alianzas estratégicas con los clientes; experiencia y conocimiento del mercado, capacitación y desarrollo del personal, mejora continua, calidad y confiabilidad de los servicios y sostenibilidad y responsabilidad social". En tanto, desde CEVA, el ejecutivo aseguró que el factor diferenciador se basa en 5 etapas: "**Diseño de Soluciones**, analizando cada una de las variables de los clientes, para así, poder diseñar una propuesta técnico/comercial orientada en la optimización de costos/tiempos de las operación actual. **Contratos/Comercial**: dar un marco legal a todos los puntos expuestos en la propuesta para garantizar el correcto funcionamiento y cumplimiento de cada uno de los puntos conversados entre ambas partes. **Sistemas (IT)** con implementaciones sólidas y adaptándonos 100% a la necesidad de los clientes. **Implementación (ZDS)**, donde contamos con un equipo de "Zero Defect Start Up", enfocado únicamente, en garantizar que a la fecha de Go Live, se llegue que todos los temas administrativos/operativos/técnicos 100% alineados y validados con todas las personas responsables/involucradas en el proceso. **Mejora Continua (BPE)** asegurarse que cada proceso se cumpla y se esté ejecutando correctamente, y también, a través de la metodología Kaizen, proponer mejoras a nuestros clientes que se pueden traducir en reducción de costo operativo o mejora en tiempos de respuesta".

La diferenciación, para el ejecutivo de Intercarry, está ligada a la especialización de servicios. "Contar con distintas capacidades desde el punto de vista operacional a un costo muy competitivo creemos que satisface una necesidad actual en el mercado. La ubicación de las instalaciones también es clave, dado que una ubicación estratégica disminuye los costos de transporte, variable importante en la toma de decisiones.

Otra variable relevante, en los últimos tiempos, es contar con infraestructura que permita escalabilidad operacional para dar respuesta de manera ágil a los peaks de demanda que requieren los clientes. El uso de automatización y robotización en los procesos nos ha permitido cumplir con estos requerimientos", agregó.

Así, según los señalado por estos Operadores Logísticos, la diferenciación en esta industria toma diferentes rostros, es decir, las compañías tienen la opción de aplicar

diferentes criterios de gestión, implementación, tecnología, etc.; para finalmente cumplir con el objetivo de entregar un servicio que dé sentido a las necesidades de sus clientes y les permita marcar diferencias a través de su logística.

¿HAY CLAVE ***PARA EL ÉXITO?***

Alcanzar el éxito no es cosa de magia, sino que acciones y trabajo constante. Entendiendo lo anterior, los operadores logísticos han buscado entre sus herramientas lo mejor para salir a marcar diferencias en sus mercados y lograr el anhelado reconocimiento del sector.

Encontrar la clave de éxito no es fácil. En este sentido, el ejecutivo de DHL aseguró que el factor de éxito de un operador logístico reside en "su capacidad para adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado, su compromiso con la innovación y la eficiencia y su habilidad para ofrecer soluciones personalizadas a sus clientes, considerando tecnología, colaboración y, por supuesto, una comunicación efectiva".

En TASA los pilares del éxito, según plantea su ejecutivo, están en la comunicación y transparencia en la relación que forman con los clientes y colaboradores y para lograr eso han desarrollado las siguientes capacidades claves: "Entender las Necesidades del Cliente; Flexibilidad y Adaptabilidad; Tecnología Avanzada y Gestión Eficiente de la Información".

Para Intercarry, en tanto, la clave está en mantener el nivel de servicio comprometido, "independiente de la demanda exigida por los clientes, lo que les permite aumentar/disminuir su negocio sin restricciones por parte de la logística".

Finalmente, en CEVA ven el éxito como la capacidad de consolidarse como un "socio estratégico" de los clientes. "Que el cliente nos vea como un socio clave de su negocio, haciéndonos partícipes de sus proyectos, planes de crecimientos, diferenciales en el mercado y nosotros poder acompañarlos. Si somos vistos sólo como proveedores, somos completamente reemplazables", afirmó Martorello.

PRINCIPALES ERRORES ***OPERACIONALES***

Pero en la búsqueda del éxito, también se cometen errores. En este sentido, los entrevistados coincidieron en los efectos que genera un manejo ineficiente de la operación; sin embargo, aseguran que existen muchas oportunidades de mejoras y es ahí donde hay que ir constantemente avanzando. Para Arango algunas de las áreas de oportunidad más comunes se encuentran en la planificación o previsión, así como en el manejo de inventario; sin embargo, "todo esto se puede anticipar o resolver con una visibilidad adecuada y acceso de datos en tiempo real para el análisis y toma de decisiones en el momento correcto. Por eso es importante contar con un operador logístico que cuente con tecnologías de digitalización y análisis de datos, para prevenir incidencias". Desde una mirada más práctica, el gerente comercial de Intercarry, aseguró que "escoger una mala ubicación, tanto desde el punto de vista logístico como de seguridad puede ser un factor clave para el éxito de las operaciones. Además, disponer de un sistema informático que asegure la continuidad operativa, sin generar problemas para los clientes, también es un factor crítico".

"No compartir información correcta en tiempo y formas y/o no contar con la información precisa hace que se pueda generar un error en el diseño original, generar una expectativa errónea, y por ende un futuro problema con el cliente una vez adjudicado. Muchas veces, la mayoría de los errores son completamente evitables y, en su denominador común, con una comunicación fluida y abierta, se soluciona".

Esteban Martorello aseguró que básicamente las dificultades son generadas por fallas o errores en la comunicación. "No compartir información correcta en tiempo y formas y/o no contar con la información precisa hace que se pueda generar un error en el diseño original, generar una expectativa errónea, y por ende un futuro problema con el cliente una vez adjudicado. Muchas veces, la mayoría de los errores son completamente evitables y, en su denominador común, con una comunicación fluida y abierta, se soluciona". En este sentido, Nicolás García comentó que muchas veces se pone énfasis en buscar la operación óptima y quedan aún "muchas oportunidades por explorar con el análisis masivo de datos que se generan a lo largo de la cadena logística".

Queda en evidencia que los operadores logísticos se enfrentan a una serie de desafíos complejos y en constante evolución. Desde la pandemia global hasta la presión por la sostenibilidad y los avances tecnológicos, estas compañías están demostrando una notable capacidad de adaptación y resiliencia en un entorno cada vez más desafiante. Sin embargo, el camino hacia la innovación y el éxito continuo requerirá colaboración, inversión y un enfoque centrado en las necesidades cambiantes de los clientes y el mercado.

El compromiso con la continuidad operativa es evidente en estas empresas y es reflejo además de la relación de confianza que mantienen con sus clientes. El buscar las formas de mantener la operación de los clientes y, al mismo tiempo, responder a los desafíos que plantea la "nueva logística" mantiene a estos actores de la cadena de suministro atentos y con una mirada constante hacia la flexibilidad operativa; cualidad clave en ante cambios disruptivos. ■

DANICH

Empresa líder en proyectos **logísticos y róbotica industrial**

E-Commerce ▪ Retail ▪ Courier ▪ Última milla ▪ Automatización de almacenes

Automatizar **es Avanzar**

Integración de tecnologías para la optimización de procesos intralogísticos.

www.danich.cl

O'Higgins 155,
Sarmiento, Curicó

(+56 7) 2269 9517
(+56 9) 3427 3006
contacto@danich.cl

www.danich.cl

Síguenos en nuestras redes sociales

DESAFIANDO LOS LÍMITES: LA LOGÍSTICA NO ES INFINITA

La logística sigue siendo un juego de equilibrio entre la oferta y la demanda, entre la eficiencia y la limitación de recursos. Reconocer que la logística no es infinita es el primer paso para enfrentar este desafío de manera efectiva. Solo mediante la innovación continua y la colaboración estratégica, las empresas pueden superar los límites y alcanzar nuevos niveles de excelencia en la gestión de la cadena de suministro.

En un mundo donde la velocidad y la eficiencia son clave para el éxito empresarial, la logística juega un papel fundamental. Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos y la optimización de procesos, hay una verdad inmutable: la logística no es infinita.

Detrás de la aparente fluidez de la cadena de suministro y distribución yace una verdad; los recursos logísticos son limitados y esa premisa define y moldea el panorama actual.

La Logística es en su esencia la gestión eficiente de recursos para mover productos desde su origen hasta el consumidor final. Pero este proceso se encuentra intrínsecamente limitado por diversos factores. El tiempo, el espacio, los recursos financieros y humanos; todos aspectos finitos que deben ser administrados con precisión para evitar disrupciones en la cadena de suministro.

Comprender esto es quizás el primer paso para entender el valor de la gestión de la cadena de suministro y cómo las empresas están respondiendo a este desafío, marca la diferencia en los mercados de hoy, donde estas operaciones conforman la columna vertebral de la economía global, facilitando el movimiento de bienes y servicios desde el punto de origen hasta el consumidor final. Sin embargo, esta tarea no está exenta de desafíos y es ahí donde la eficiencia asoma como un axioma del éxito logístico. Lo anterior se traduce en la optimización de rutas de transporte, la gestión inteligente de inventarios y la coordinación precisa de todas las partes involucradas en la cadena de suministro. Cada paso debe ser cuidadosamente planificado y ejecutado para maximizar el rendimiento y minimizar los costos.

LOS RECURSOS ***CLAVES***

Además de las limitaciones tradicionales -como tiempo, espacio, recursos financieros y humanos-, la logística se enfrenta a nuevos desafíos en un mundo en constante cambio. La globalización ha aumentado la complejidad de las cadenas de suministro, con productos que viajan miles de kilómetros antes de llegar a su destino final.

Además, eventos imprevistos como desastres naturales, crisis políticas o pandemias pueden interrumpir el flujo normal de mercancías, poniendo a prueba la capacidad de adaptación de las empresas.

Ante estos desafíos, las empresas están recurriendo a la innovación para mejorar su gestión logística. La tecnología desempeña un papel crucial, con soluciones como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas (IoT) y el análisis de datos que permiten una mayor visibilidad y control sobre la cadena de suministro. Asimismo, las estrategias de colaboración entre empresas y el enfoque en la sostenibilidad están ganando protagonismo como formas de optimizar los recursos y reducir

el impacto ambiental. Contar con los recursos es fundamental para el funcionamiento de la logística y, por tanto, deben ser gestionados de manera eficiente para garantizar la entrega oportuna y precisa de productos o servicios a los clientes. En este sentido, la tecnología emerge como un aliado poderoso en esta batalla contra la limitación logística.

Soluciones como el seguimiento en tiempo real, la analítica de datos y la automatización de procesos permiten una mayor visibilidad y eficiencia en la cadena de suministro, ayudando a las empresas a navegar por los desafíos de manera más efectiva.

Si hablamos de gestionar es fundamental tener claridad en cuanto a los recursos que utiliza la industria para planificar, ejecutar y controlar los flujos de productos. Entre ellos están:

Recursos Humanos: Es uno de los recursos de mayor valor, porque la clave está en las capacidades de los colaboradores para gestionar y supervisar las actividades logísticas.

En cuanto al Recursos financieros, esto consiste en recursos para financiar la compra de materias primas, la contratación de servicios de transporte, el mantenimiento de almacenes, el pago y remuneraciones y otros gastos relacionados con las operaciones logísticas.

Otro recurso es la infraestructura, correspondiente a instalaciones físicas como almacenes, CD, terminales de transporte, puertos, aeropuertos y carreteras que facilitan el movimiento y almacenamiento de productos a lo largo de la cadena de suministro.

Las Herramientas y sistemas tecnológicos para gestionar y optimizar las operaciones logísticas, como software de gestión de almacenes (WMS), sistemas de gestión de transporte (TMS), sistemas de seguimiento y localización (GPS), sistemas de gestión de inventarios, entre otros. también son un recurso a nivel de industria.

El Transporte es otro factor que corresponde a un recurso clave para el movimiento de la logística. Medios de transporte como camiones, trenes, barcos, aviones y vehículos de carga se utilizan para mover productos y dar ritmo a la cadena de suministro.

Finalmente, pero no menos importante, está el recurso inventario que está compuesto por materias primas, productos en proceso y productos terminados almacenados en almacenes y CD a lo largo de la cadena de suministro para satisfacer la demanda.

Estos recursos son fundamentales para el funcionamiento de la logística y deben ser gestionados de manera eficiente para garantizar la entrega oportuna y precisa de productos o servicios a los clientes.

LOS RECURSOS ***LIMITADOS***

Los recursos logísticos no son ilimitados, por lo tanto, la logística se enfrenta a restricciones y limitaciones que deben ser gestionadas cuidadosamente para garantizar un funcionamiento eficiente de la cadena de suministro.

Cabe recalcar que las limitaciones en logística son obstáculos o restricciones que afectan la eficiencia y la efectividad de la gestión de la cadena de suministro y distribución de productos o servicios. Algunas de las principales limitaciones incluyen:

Recursos Financieros Limitados: Las empresas deben operar dentro de presupuestos definidos, pero pueden enfrentar restricciones en cuanto a los recursos disponibles para invertir en infraestructura, tecnología, personal y otros aspectos de la logística. Esto puede limitar su capacidad para mejorar sus operaciones y adaptarse a cambios en el entorno empresarial.

Capacidad de Almacenamiento y Transporte: Los almacenes y medios de transporte tienen una capacidad física finita. Esto significa que existe un límite en la cantidad de productos que pueden ser almacenados en un almacén o transportados en un determinado período de tiempo. Las limitaciones en la capacidad de almacenamiento y transporte pueden generar cuellos de botella en la cadena de suministro y dificultar la gestión eficiente de inventarios y el cumplimiento de pedidos.

Disponibilidad de Personal Calificado: La mano de obra calificada en logística puede ser limitada, especialmente en áreas especializadas como la gestión de inventarios, la planificación de rutas y la operación de equipos de transporte. Las habilidades y el talento son quizás uno de los principales dolores de cabeza de la industria. La formación de equipos de trabajo es cada vez más compleja, sobre todo, en logística donde las necesidades de conocimiento son variadas. El componente talento y habilidad es lo que confirma que este recurso es un factor limitado.

Las habilidades y el talento son quizás uno de los principales dolores de cabeza de la industria. La formación de equipos de trabajo es cada vez más compleja, sobre todo, en logística donde las necesidades de conocimiento son variadas. El componente talento y habilidad es lo que confirma que este recurso es un factor limitado.

Infraestructura Limitada: La disponibilidad de infraestructura logística, como carreteras, puertos, aeropuertos y ferrocarriles, puede ser limitada en algunas regiones, lo que puede afectar la eficiencia de las operaciones de transporte y distribución.

Complejidad de la Cadena de Suministro: La globalización y la complejidad creciente de las cadenas de suministro pueden generar desafíos adicionales en la gestión logística. Coordinar múltiples proveedores, socios y actividades a lo largo

de la cadena de suministro puede ser difícil y requerir una planificación cuidadosa y una comunicación efectiva.

Riesgos y Vulnerabilidades: Los eventos imprevistos como desastres naturales, conflictos políticos, interrupciones en la cadena de suministro y pandemias pueden tener un impacto significativo en las operaciones logísticas. Estos riesgos pueden ser difíciles de prever y gestionar, lo que puede afectar la capacidad de las empresas para cumplir con los plazos de entrega y satisfacer las demandas de los clientes.

Las limitaciones en logística pueden surgir, entonces, de una variedad de factores y pueden tener un impacto significativo en las operaciones comerciales. Es fundamental que las empresas reconozcan estas limitaciones y desarrollen estrategias para mitigar sus efectos y mejorar la eficiencia y la efectividad de sus operaciones logísticas.

LOS RECURSOS ***CLAVES***

Como se ha expuesto, la gestión de recursos se entiende como el arte y la ciencia de organizar recursos finitos para llevar un proyecto a la meta, asegurándose de cumplir con los presupuestos y los cronogramas de manera exitosa.

En el caso logístico, la gestión de recursos implica el análisis, medición y previsión de diversos ámbitos y elementos, a fin de que los procesos se cumplan en los plazos establecidos, evitando los sobrecostos, pérdida de tiempo, desperdicios y una negativa experiencia del cliente.
En este plano, evaluar los logros, medir y controlar el progreso o detectar fallos o desviaciones durante la ejecución de los procesos logísticos es una práctica esencial. En este plano, la utilización de KPI ligados a la gestión operativa proporciona una visión clara de la eficiencia, calidad y productividad de la cadena de suministro.

Es decir, permiten una gestión integral de los recursos de la cadena. Si bien, la elección de los KPI adecuados a medir dependerá exclusivamente de los objetivos específicos de la empresa y las áreas que se deseen mejorar es importante establecer que existen indicadores claves básicos a considerar en la gestión de recursos.

En el caso logístico, la gestión de recursos implica el análisis, medición y previsión de diversos ámbitos y elementos, a fin de que los procesos se cumplan en los plazos establecidos, evitando los sobrecostos, pérdida de tiempo, desperdicios y una negativa experiencia del cliente.

En este plano destacan los siguientes:

Tiempo de entrega: Mide el tiempo que transcurre desde que se realiza un pedido hasta que el cliente recibe el producto. El valor de este indicador radica en la importancia que tiene para la satisfacción del cliente en tiempos en el mundo online toma fuerza.

Tasa de cumplimiento de pedidos: Evalúa el porcentaje de pedidos entregados en su totalidad y a tiempo. Al igual que el indicador anterior, un alto porcentaje de cumplimiento indica una logística eficiente y una cadena de suministro bien gestionada.

Costo logístico: Es el costo total de las operaciones logísticas en relación con las ventas o ingresos. Reducir los costos logísticos sin comprometer la calidad del servicio es un objetivo y un reto importante para la mayoría de las empresas.

Nivel de inventario: Mide la cantidad de inventario disponible en relación con la demanda. Un nivel de inventario adecuado garantiza una respuesta rápida a los pedidos sin incurrir en excesos innecesarios. Ante la contingencia de los últimos años, este indicador ha cobrado un valor fundamental en la gestión logística, ya que ha se ha puesto prueba la gestión del inventario.

Tasa de devoluciones: Mide el porcentaje de productos que son devueltos por los clientes. Un alto nivel de devoluciones puede indicar problemas en la calidad del producto o en la gestión del inventario. Además, tiene proceso tiene un costo importante que afecta a las empresas.

Eficiencia del transporte: Evalúa el costo y tiempo del transporte en relación con la cantidad de productos entregados. Una logística de transporte eficiente ayuda a reducir costos y mejorar la satisfacción del cliente.

Nivel de satisfacción del cliente: Se puede medir mediante encuestas y comentarios de los clientes. Una alta satisfacción del cliente es crucial para el éxito a largo plazo de una empresa.

Productividad de la mano de obra: Mide la eficiencia y el rendimiento de los trabajadores en el proceso logístico. Un aumento en la productividad de la mano de obra puede conducir a una reducción de costos.

Considerando lo expuesto, una gestión logística exitosa se basa en un control avanzado de todos los procesos que conforman la cadena de suministro, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y, en consecuencia, en una mejora de la reputación de la compañía y la ejecución adecuada de los procesos.

Muchas veces, producto de la vorágine del día a día y la magnitud de las operaciones, se olvida que los recursos logísticos tienen un límite que va más allá del nivel de inversión y costos que tenga la operación. Esta realidad confirma el rol del líder de supply chain en el éxito de las empresas, ya que son ellos los llamados a dimensionar esta situación y generar un gestión de la cadena de suministro correcta capaz de dar vida a las estrategias comerciales y de servicios de las compañías. ■

15|16
Mayo
2024
Espacio Riesco - Santiago, Chile
Espacio de 5.000 Mts2
de Soluciones para la
Cadena de Suministros
LOGISTEC
SHOW
EXPO|2024
BIENVENIDO!
EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA
EN LOGISTEC SHOW 2024
Tienes una invitación exclusiva para unirte a Logistec Show 2024. Conecta con profesionales influyentes, explora soluciones de proveedores líderes y descubre cómo puedes impulsar la eficiencia de tu operación logística.
Crea conexiones estratégicas y colaboraciones poderosas. Únete a nosotros como expositor y muestra cómo tu experiencia puede optimizar la logística global.
Formato Presencial
Pre Acreditar Escanendo el Código QR
www.logistecshow.cl - revista@revistalogistec.com
Organiza:
Partner Estratégico
Logistec
www.revistalogistec.com

LÍDERES DE SUPPLY CHAIN: EL MAESTRO DE LA ORQUESTA

El vertiginoso momento que ha enfrentado la industria ha obligado a los profesionales a repensar su rol al interior de las empresas. Hoy se posicionan como un factor clave del éxito, enfrentando desafíos, asumiendo retos, incentivando las relaciones con otras y, sobre todo, mirando el futuro de supply chain.

Dar soporte a la estrategia de la compañía asoma hoy como el principal objetivo de supply chain. Mucho se habla de este nuevo rol, sin embargo, más que un cambio por parte del sector, esta es una nueva visión del rol de la actividad, transformándolo en un factor crítico al interior de las compañías.

En este nuevo escenario volátil e incierto, la gestión de supply chain pasó de ser un centro de costos a un área clave para lograr los objetivos de la compañía. Frente a esta tarea es fundamental que el líder de la cadena de suministro tenga los ojos abiertos para mirar la estrategia completa e impulsar desde su lugar a la compañía para que alcance sus objetivos a nivel de servicios y también comerciales.

El posicionamiento del área al interior de las empresas exige a los profesionales a sacar lo mejor de ellos en pro del éxito de sus empresas; las habilidades, conocimientos, preparación y experiencia son fundamentales. Junto a una gestión eficiente y correcta de la cadena de suministro, debe existir un profesional capacitado, en todos los niveles, para dar forma a la estrategia que posicione a las empresas en un lugar de liderazgo en sus respectivos mercados. El o la líder de supply chain juega hoy un rol importante cuando se busca la diferenciación y el posicionamiento en los respectivos mercados.

Para ahondar en el papel que juegan los profesionales de supply chain en la industria de hoy, sus desafíos, roles, oportunidades, dos experimentados ejecutivos conversaron con Logistec y analizaron el momento de la industria y el papel que juega el líder del área.

ESTRATEGIA Y LIDERAZGO: ***LA MEZCLA DEL ÉXITO***

Lograr los objetivos de la compañía asoma como la premisa central de la gestión de Supply Chain y para eso la estrategia operacional debe contar con algunas cualidades. Gustavo Ríos, gerente de supply chain, detalló que, a su juicio, independiente de la industria donde opere la organización, "la cadena de abastecimiento necesaria para los tiempos de hoy debe ser ágil, resiliente y sostenible; características que se logran apalancadas en una buena visibilidad y control de la cadena, colaboración tanto al interior de la compañía como con clientes y proveedores estratégicos y, no menos importante, mediante un proceso de S&OP/IBP implementado que es fundamental para tener a toda la organización alineada y enfocada en cumplir el plan de negocio definido por la empresa.

Adicionalmente, se deben tener procesos de ejecución del plan de negocio robustos, donde participen las distintas áreas de la compañía". En la misma línea, María Lourdes Casal, Supply Chain Sr Director

Valoramos tu negocio y estamos ahí cuando más lo necesitas

Espacios seguros y flexibles, administrados por equipos profesionales, presentes día a día donde se desarrolla tu operación.

BSF® BODEGAS SAN FRANCISCO

Antofagasta | Santiago | Chillán | Temuco | Puerto Montt | Perú | **bsf.cl**

en Mondelêz International, aseguró que una supply chain que está efectivamente sentada en la mesa del negocio -con lo que eso significa en término de rol- puede marcar grandes diferencias desde muchos puntos de vista. Para esto, según la ejecutiva, tiene que haber elementos que sean facilitadores para garantizar que la estrategia de negocios se cumpla.

María Lourdes Casal
Supply Chain Sr. Dirctor
en Mondelêz International

"Debemos asegurar la continuidad y crecimiento, lo que, hoy en día, es especialmente relevante con un entorno transformador. Todo esto genera un valor tremendo para el negocio, porque permite, no solo, generar valor a través de las actividades habituales, sino que también ayudan a anticipar cambios, tendencias, controlar, mitigar o flexibilizar inconvenientes que puedan ir surgiendo y de esta forma garantizar que podamos seguir siendo este habilitador para el crecimiento", comentó Casal.

Asimismo, la ejecutiva de Mondelêz International se refirió al otro componente central de éxito: los profesionales, definiéndose como "ejecutivos con un rol puntual de supply chain, pero acompañando y siendo facilitadores del negocio en sus prioridades e intereses". En sus palabras, Lourdes une los dos componentes que se van retroalimentando: el ejecutivo y la gestión. "En algunos casos, en supply chain caemos en el día a día de nuestra función, pero siempre debemos tener en la mira nuestro objetivo que es que el consumidor nos elija cada día y en cada ocasión de compra en la góndola, en el kiosco, etc.

Quiere decir que debemos ser una supply chain en la que tengamos muy claro qué controlamos, qué influenciamos y qué no controlamos ni influenciamos, pero donde podamos generar planes de mitigación y planes de respuesta ante situaciones inesperadas", detalló María Lourdes. En este punto, unos de los desafíos -según Gustavo- es no perder de vista que el mejor sistema de gestión del mundo requiere "un proceso detrás, gente capacitada y que el sistema sea alimentado con data de calidad. Sin esta base, ni el mejor sistema del mundo va a entregar los resultados esperados".

"Es importante para los profesionales de supply chain es poder generar redes robustas con las otras áreas de la organización y poder conversar en el mismo lenguaje. Lo anterior no sólo para lograr el apoyo en desarrollar y robustecer más el área de Supply Chain, sino que también facilita un mayor entendimiento del impacto en la operación y, por ende, en los resultados de la compañía y de decisiones o formas de operar que buscan optimizar sólo áreas en particular", añadió el ejecutivo.

*UN PROFESIONAL CON LARGOS BRAZOS **Y MIRADA AMPLIA***

El líder de Supply Chain desempeña un papel fundamental en la gestión estratégica y operativa de todas las actividades relacionadas con el flujo de productos, información y capital a lo largo de la cadena de suministro y así lo ha comprendido la industria en los últimos años. Este rol abarca una amplia gama de responsabilidades y desafíos que requieren habilidades de liderazgo, visión estratégica y capacidad para adaptarse a un entorno en constante cambio, lo que ha llevado a algunos profesionales a prepararse para dar lo mejor de sí a un proceso que está siendo constantemente desafiado.

Los principales roles de los líderes de Supply Chain hoy están puestos a prueba. Estos roles son:

• **GESTIÓN ESTRATÉGICA:** El líder de Supply Chain es responsable de desarrollar y ejecutar la estrategia global de la cadena de suministro de la organización, alineándose con los objetivos comerciales y la visión de la empresa.

• **OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO:** Este líder trabaja para optimizar la cadena de suministro, identificando oportunidades para mejorar la eficiencia, reducir costos, minimizar los tiempos de ciclo y aumentar la calidad y la satisfacción del cliente.

• **GESTIÓN DE PROCESOS:** Supervisa y mejora los procesos clave de la cadena de suministro, incluyendo la planificación de la demanda, la gestión de inventario, la planificación de la producción, la distribución y el transporte.

• **COLABORACIÓN INTERDEPARTAMENTAL:** Facilita la colaboración y la comunicación efectiva entre diferentes departamentos de la organización, incluyendo ventas, marketing, operaciones, compras y finanzas, para garantizar una alineación estratégica y una ejecución sin fisuras.

• **GESTIÓN DE RELACIONES:** Cultiva relaciones sólidas y colaborativas con proveedores, clientes y socios logísticos clave para garantizar la integridad y la eficiencia de la cadena de suministro en su conjunto.

Gustavo Rios
Ejecutivo Supply Chain

Son estos factores los que entran en juego ante los desafíos que plantean las cadenas de suministro modernas como la complejidad y fragmentación de ésta, la globalización, volatilidad del mercado, las tecnologías en evolución y la creciente demanda de asumir compromisos con la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial.

"Estamos en un ambiente sumamente impredecible – por ahí leí que está migrando de ser un entorno VUCA a uno "BANI" -B

de frágil, A de ansiedad, N de no lineal e I de incomprensible; y que se enmarca en un entorno cada vez más difícil de comprender y que cambia de manera no lineal y disruptiva. Por esto, si vemos un negocio que no es previsible, tenemos que buscar anticiparnos a través de: entender qué está pasando; pensar en escenarios y alternativas hacia adelante; generar planes de contingencia y caminos alternativos y/o diferentes; y nunca desperdiciar las oportunidades que traen los cambios de rumbo y las crisis. Hay que abrir más escenarios, pero sabiendo que no vamos a cubrir todas las situaciones siempre. Creo que ese es el principal desafío. Hoy en día esta es la nueva realidad y nos puede hacer sentir más cómodos o menos. Lo que me parece inclusive más interesante, es cómo transformamos esta nueva realidad en una oportunidad para los negocios que hacemos", profundizó la Supply Chain Sr Directo en Mondelêz Internacional.

En tanto, Ríos definió el momento actual como "interesante y desafiante". "Interesante en el sentido que se ve el protagonismo que ha tomado Supply Chain en el logro de los resultados de la organización y eso lleva a una mayor preocupación de las organizaciones en robustecer y desarrollar las áreas de Supply Chain, lo que genera que más profesionales estén interesados en trabajar y crecer en esta área. En tanto, el momento es desafiante por la cantidad de variables a considerar y situaciones exógenas que puedan afectar el correcto desempeño de la cadena, sumado a un consumidor más exigente, hacen necesario que los profesionales estén cada día más preparados y áreas de Supply Chain tengan que operar muy coordinadas y eficientes".

En medio de un escenario de cambio, la ejecutiva de Mondelêz aseguró que hay algunas reglas del juego que antes eran opcionales y hoy cambiaron de estado. "Hay algunas cosas que ya dejaron de ser un valor agregado y se transformaron en valores bases para continuar operando, por ejemplo, lo relacionado a la sustentabilidad y la relevancia de nuestros negocios en términos del impacto al medio ambiente, impacto a la comunidad y demás, es algo que debes tener, porque si no, estás afuera de lo que nuestros consumidores quieren y, hasta diría, demandan y son la base de operación actual para los negocios", añadió.

Sin embargo, desafíos y retos son visto por María Lourdes como una "oportunidad, ya que también nos permite generar esta diferenciación para que nuestros clientes nos elijan, para que el consumidor nos elija, para que nuestra comunidad diga "esta es la empresa que yo quiero tener en mi país, con la que quiero hacer negocios o en la que quiero trabajar". Así, el líder de Supply Chain enfrenta situaciones complejas en un entorno dinámico y en constante evolución. Su capacidad para navegar estos desafíos y liderar con visión y pragmatismo es fundamental para el éxito a largo plazo de la organización. ¿Estás preparado para ser parte de este momento único de la industria?.

KIMBERLY-CLARK: EL COMPROMISO POR LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD MARCAN SU OPERACIÓN

La operación logística de este gigante global es un ejemplo destacado de cómo una empresa puede gestionar de manera efectiva la complejidad de una cadena de suministro global, a través de una combinación de planificación estratégica, una mirada constante hacia las mejoras operacionales y un compromiso real de todos los colaboradores. La empresa nos abrió las puertas de su CD para ver una operación con sello en la limpieza, calidad y seguridad operacional.

"Un mejor cuidado para un mundo mejor". Este lema de Kimberly-Clark ha determinado el actuar de esta compañía multinacional, en sus más de 150 años de historia. La logística también se ha sumado a este sello de la mano de una operación de calidad, eficiencia y seguridad.

Cuando millones de personas, alrededor del mundo, eligen los productos de Kimberly-Clark es una gran responsabilidad que asume cada uno de los más de 45 mil empleados de la compañía en los más de 175 países donde se comercializan sus productos.

Motivados por el ingenio, la creatividad y el conocimiento de las necesidades más esenciales de las personas, la empresa ha diseñado procesos de fabricación, operacionales y comerciales que dan vida a sus reconocidas marcas como Huggies, Plenitud, Kleenex, Kotex y Scott, entre otras.

Calidad, servicio y trato justo fueron los valores centrales que plasmaron hace más de un siglo los fundadores de la compañía y que hoy se mantienen presentes en cada una de las acciones que mueven a la empresa.

Ansiosos por conocer la operación de un grande, nos trasladamos a la comuna de Lampa para visitar el Centro de Distribución (CD) de Kimberly-Clark y conversar con nuestro guía Nicolás Arbildua, gerente de logística, sobre las cualidades que hacen única a esta operación.

15:00 HORAS: En un caluroso día de verano en Santiago llegamos al CD, lugar de encuentro con nuestro anfitrión para conocer en detalle las cualidades operacionales de Kimberly-Clark. En medio de una zona tradicionalmente logística, la empresa tiene ubicado su Centro de Distribución y desde aquí abastece a los distintos canales de venta a lo largo y ancho de Chile.

Calma, tranquilidad y grandes espacios son aspectos que captan nuestra atención al arribar al lugar, lo cual dista mucho del movimiento y el ritmo que se vive al interior de esta bodega.

En un gigante como Kimberly-Clark, con presencia en Chile desde 1994, con un Centro de Distribución y una planta productiva, la flexibilidad ha sido fundamental para adaptarse a los cambios que ha enfrentado el mundo del consumo masivo. Responder a las necesidades de cada uno de sus clientes es el foco central de supply chain.

"Lo que más resalta en nuestro centro es el orden y la limpieza. No tenemos grandes tecnologías ni automatizaciones, pero nuestra operación se enfoca en la búsqueda constante de mejoras y eficiencias, que es el sello de las operaciones de Kimberly-Clark a nivel global", afirma nuestro anfitrión.

LIMPIEZA Y CUIDADO

15.20 HORAS: Desde los productos de cuidado personal hasta los artículos de uso doméstico, Kimberly-Clark ha sido un nombre emblemático en el mundo de los productos de consumo durante décadas. Detrás de su éxito en el mercado global se encuentra una operación logística meticulosa y eficiente que garantiza que sus productos lleguen a los consumidores en todo el mundo de manera oportuna y en óptimas condiciones.

Es así, como al inicio de la conversación con Nicolás y a la que se suma Hedit Laborem, coordinadora de operaciones del CD, nos recalcan que el sello de la operación de este centro no está en la automatización de los procesos o en la tecnología usadas, si no que en la eficiencia alcanzada a través de una política de mejora continua y del compromiso y actuar de cada uno de los colaboradores.

Desde la comuna de Lampa, una de las zonas logísticas por excelencia de la región Metropolitana, la multinacional responde a la necesidad de todos sus clientes. Con 26 mil m2 de almacenamiento, de los cuales 4.850 m2 están hoy subarrendados, este CD alberga más de 26 mil posiciones pallet, la mayoría en rack drive In.

Nicolás Arbildua
Gerente de Logística
Kimberly Clark

Además de esta instalación, la compañía cuenta también con una planta productiva en la comuna de Colina que tiene una pequeña bodega de 4 mil m2 que "nos permite tener casi dos días de producción, considerando, por ejemplo, que tenemos máquinas que producen más de mil pañales por minuto, generando cerca de 800 pallet de producción por día. Esa es la magnitud de Kimberly-Clark", recalca Arbildua.

15:30 HORAS: Ambos ejecutivos coinciden en recalcar los factores limpieza y calidad como sellos de la operación. "El estándar de limpieza es alto y para eso la compañía ha dispuesto distintos protocolos", asegura Hedit, quien nos detalla, por ejemplo, que "cada 90 días, los productos almacenados se bajan, se limpian y se cambia fils. Además, limpiamos los racks, los pallets; todas las superficies para mantener el nivel deseado".

La limpieza es el eje central de las operaciones logística de Kimberly-Clark y responde en gran medida a los estándares globales que maneja la compañía que están por sobre lo exigido en el mercado chileno. Tres turnos, de 12 personas cada uno, dan vida a la operación de este CD, de lunes a sábado. Supervisor, facturadores, controladores y operación son claves en la performance logística de la multinacional. "Gran parte del equipo es interno, para generar el sentido de pertenencia y mantener el sello de la compañía", añade Hedit.

15:45 HORAS: Iniciamos nuestro recorrido, provisto de equipos de seguridad personal, porque tal como nos comentan, la seguridad no se tranza. Efectivamente, el orden y la limpieza captan nuestra atención. Tienen poco de implementaciones tecnológicas y la gracia está centrada en el manejo de grúas, generando poco tránsito de personas; situación que los obliga a contar con colaboradores con experiencia para responder al movimiento que realizan y al ritmo que llevan.

"Trabajamos casi todo a pallet completo y eso hace que nuestro ritmo operacional

sea rápido", afirma Nicolás, quien nos detalla además las principales cualidades de cada uno de los procesos que desarrollan.

ABASTECIMIENTO: "Nuestro abastecimiento se basa principalmente en importaciones, lo que genera que descarguemos de 6 a 8 contenedores diarios por cerca de 20 a 25 días al mes. Estamos todo el día recibiendo contenedores. Nuestro volumen de ingreso es más o menos de 5 mil a 6 mil pallets por mes", asegura Arbildua.

A esos números, según la coordinadora de procesos, hay que sumarle lo que nos manda nuestra planta nacional, donde se fabrican principalmente la línea Infant y papel. "Nos llegan aproximadamente 15 camiones diarios. Nuestra meta es mover 100 mil cajas de planta hacia el cliente directamente de la Planta, pero en promedio estamos en las 70 mil a 80 mil cajas. El resto se viene para acá".

"La planificación de descarga la hace el equipo de Comercio Exterior, de acuerdo con las necesidades del negocio. Nosotros desde operaciones solo damos la disponibilidad y así nos programamos. Por lo general hacemos descargas hasta el 24 de cada mes, porque la última semana nos enfocamos en el proceso de salida de acuerdo a las ventas" detalla Hedit.

Hedit Laborem
Coordinadora de Operaciones
CD Kimberly Clark

Dicha estrategia se explica según nuestro guía, porque "cuando llega un contenedor que viene con los productos a piso, descargamos y vamos armando pallet (1.30 a 1.40 dependiendo del cliente), generando la operación de descarga cerca de 70 pallet por camión, lo que ocupa muchas líneas -3 andenes aproximadamente por vehículo descargado -, considerando además que descargamos 2 o 3 camiones a la vez".

Los principales mercados de origen de los productos, principalmente por temas de cercanía y costos, son Colombia y Argentina. En cuanto al manejo del inventario, nuestros anfitriones nos comentan que actualmente trabajan con FIFO para la materia prima, FEFO para productos regulatorios y LIFO para Drive In. "Contamos además con un WMS que permite un movimiento sistemático de los productos y también les da trazabilidad a las cajas", explica Nicolás.

CADA CANAL UN MUNDO: Conscientes de que la clave del éxito comercial de los productos de consumo masivo es que sean conocidos, y para eso deben estar disponibles, la operación del CD trabaja a un ritmo que les permita abastecer las necesidades de sus clientes y responder así al cliente final.

"Tal como se ha reiterado, todo el centro es paletizado, lo que permite cierto orden, pero también genera ciertas dificultades. Actualmente, tenemos tres canales de ventas: Supermercados o Canal Moderno; Canal Tradicional, que son aquellos clientes mayoristas, y Farmacias", afirma el ejecutivo.

Cada canal tiene un gerente y un equipo a cargo, porque "sabemos que cada uno tiene un comportamiento único. No se puede comparar un canal con otro, por lo tanto, se atiende distinto y se venden también productos distintos", comenta Hedit.

"La comunicación con cada uno de nuestros clientes es fundamental, porque muchas veces es así como se logran eficiencias, transformándonos en socios estratégicos y desarrollando una relación donde todos ganen", añade Arbildua.

Para graficar un ejemplo de las diferencias operacionales de cada canal, los ejecutivos destacan Farmacia, donde, por lo general, hay que hacer picking, ya que -según comenta Nicolás- "despachamos a cada una de las salas. También tenemos clientes con exigencias importantes en cuanto al vencimiento de los productos. Los distintos canales nos hacen operar especialmente para cada uno de ellos".

Sobre canales e-commerce, la compañía actualmente cuenta con los sitios MásAbrazos.cl, de la mano de su marca Huggies, una plataforma en la que no sólo se pueden comprar productos, sino que también se crea como un espacio de contenidos y herramientas para los padres; y la plataforma OneWoman.cl, que ofrece productos para el cuidado femenino de las marcas Kotex y Plenitud.

DESPACHO: En búsqueda constante de la eficiencia, la empresa trabaja junto a los clientes en el diseño de la operación de distribución. "Muchas veces las mejoras están ahí y es cosa de identificarlas, plantearlas e implementarlas", comenta Nicolás.

"Despachamos cerca de 12 mil cajas por día con una capacidad operativa de 30 mil, desde Antofagasta a Punta Arena", asegura Laborem.

Por su parte, Nicolás nos habla de la idea de realizar flujos compartidos con distintos clientes, con lo que aseguran que todos ganan. "Todo es mejorable y ahí es donde estamos trabajando".

Para mantener la calidad del proceso, la compañía dispone de una plataforma que alberga toda la información del conductor y del vehículo de carga para asegurarse que cuenta con toda la documentación en regla, lo que es parte fundamental del protocolo y estrategia de seguridad en la cual se basa la logística de Kimberly-Clark.

La operación de salida se realiza entre los muelles 7 al 24. Cuenta además con unas zonas para hacer remanejos y cumplir con las exigencias de algunos clientes. Cabe destacar que las etapas de carga, descarga y remanejos se hace con personal externo, destinando el personal propio al manejo de grúa.

"Nos debemos a los clientes y dado que cada uno tiene su paletizado y sus características, por nuestra parte no queda más que cumplir con eso y responder. Cada uno de los clientes, es un mundo y por eso el control de cada uno de los procesos es primordial", recalca la coordinadora de procesos del CD.

ESTRATEGIAS

16:15 HORAS: Tanto la pandemia como el momento comercial que enfrenta la industria de consumo masivo han obligado a este gigante a mirar nuevas acciones. "El escenario de desafíos nos ha sacado de nuestra zona de confort y eso es una oportunidad para mejorar y ganar en términos operacionales, porque nos obliga a sacar lo mejor de nosotros", asegura Nicolás Arbildua.

En esta línea, el foco de su estrategia está en la búsqueda constante de eficiencias y mejoras que los lleve finalmente a ser más competitivos y responder mejor las demandas de sus clientes, tanto en tiempo, forma y costo.

¿Cómo bajan esta estrategia en el día a día? Nicolás nos cuenta que parte de las acciones son, por ejemplo, "bajar nuestros SKU. Actualmente tenemos 400 SKUs y queremos llegar aproximadamente a unos 265 SKUs, enfocándonos en los que tienen mayor rotación y poder ser más agresivos en términos de precio; cosa que el volumen nos haga ser más rentable y así ganar mercado".

Para nosotros como compañía es fundamental ser reconocidos por el cliente y por eso destacan el que hoy su marca Kotex sea top of mind en el cuidado femenino y eso "nos tiene muy contentos y el camino es lograr lo mismo con el resto de nuestras marcas".

"Estamos constantemente buscando mejoras y eficiencias, porque para nadie es un misterio que el mercado del consumo masivo ha estado contraído y eso nos obliga a movernos", añade Nicolás.

Los ejecutivos plantean que el foco 2024 es determinar cómo trabajar con los clientes para que ambos logren la mayor eficiencia posible y ahí la optimización operacional y el correcto manejo de inventario cobran valor. "Intentar siempre hacer las cosas mejor suena fácil, pero no lo es. En K-C hacemos todas las semanas una reunión en la que participan las distintas áreas de la compañía y cada uno lleva ciertos puntos que el otro no logra ver por su operación y trabajo. Por parte de Supply, mostramos nuestros indicadores de eficiencias, los productos con menos rotación, fechas de vencimientos, etc. Porque para mejorar tiene que haber un trabajo en conjunto", enfatiza el gerente de logística. "Todo se puede ajustar", recalca Hedit. "Los cambios son constantes en toda la operación y, sobre todo, en logística, donde adaptarse marca diferencias".

"No contamos con tecnologías ni robots. Nuestra operación es sencilla, pero llena de complejidades. La seguridad es un valor de la compañía y eso debe verse reflejado en el día a día del movimiento del Centro. No transamos en nuestros ideales. Queremos además que cada uno de nuestros colaboradores se sientan escuchados. Promovemos que sean creativos, porque son ellos los que mejor conocen el día a día", reconoce la encargada de operaciones del CD.

Otro punto para destacar de este CD, según nuestro guía es la presencia femenina en la compañía. "Parte del ADN de Kimberly-Clark es la inclusión, equidad y diversidad. Existe un objetivo de negocio que es alcanzar la paridad de género en cargos de liderazgo para 2031. En K-C se valora el talento y es así como hoy distintas áreas son lideradas por mujeres: Finanzas, Legal, la región a la que pertenece Chile -Andes-, e incluso la nuestra. Para toda América Latina, el área de Supply Chain está liderada por una mujer".

Nos vamos finalmente con la idea clara de que la operación logística de Kimberly-Clark es un ejemplo destacado de cómo una empresa puede gestionar de manera efectiva la complejidad de una cadena de suministro global, a través de una combinación de planificación estratégica, una mirada constante hacia las mejoras operacionales y un compromiso real de todos los colaboradores. La empresa continúa así entregando productos de alta calidad a sus clientes, manteniendo su posición como líder en la industria de productos de consumo. ■

ÚLTIMA MILLA: COMPONENTE CRUCIAL DEL TRANSPORTE Y CLAVE PARA EL CONSUMIDOR

En el vasto ecosistema del transporte, la logística de última milla, tramo final en la entrega de productos hasta el consumidor final, está experimentando transformaciones significativas, impulsadas por avances tecnológicos, las innovaciones impulsadas por los líderes del sector, los cambios en el comportamiento del consumidor y la creciente demanda de servicios de entrega personalizados, más rápidos y eficientes.

Si bien la rapidez y eficiencia han sido componentes presentes en toda la historia del transporte, hoy esos aspectos cobran mayor presión sobre una industria que producto del desarrollo del comercio electrónico se ha visto tremendamente demandada.

Así, a medida que nos adentramos en 2024, varias tendencias emergentes están configurando el futuro de la denominada última milla; tendencias que – en el caso chileno- se asientan a partir de las positivas perspectivas de crecimiento para el comercio electrónico proyectadas por diversos expertos.
En este plano, según datos publicados por la consultora Américas Market Intelligence (AMI), durante el año recién pasado, Chile se consolidó como uno de los mercados más estables de América Latina en materia de comercio online, logrando una penetración del 88 % de la población adulta, según datos de Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI). A lo anterior, se suman las proyecciones de la Cámara de Comercio de Santiago para el canal online, entidad que ha estimado que en 2024 las ventas digitales podrían superar los 11.500 millones de dólares, lo que equivaldría a un crecimiento estimado del 5%.

Al mismo tiempo, el futuro de las operaciones de última milla y -en general- el del desempeño del comercio electrónico en Chile también se verá afectado por la performance de importantes actores del sector y, por cierto, de los nuevos requerimientos del consumidor. En este escenario de acuerdo con lo expuesto por la consultora AMI, la competencia en el comercio electrónico en Chile es álgida, y tiene a retailers como Walmart, Cencosud o Falabella; y a marketplaces como Mercado Libre a la vanguardia. El éxito de estas marcas, según la consultora "se debe en esencia a estrategias enfocadas en la logística de punta a punta, en el desarrollo de la compra express y en las estrategias de última milla desplegadas, entre las cuales destacan las alianzas con proveedores expertos en la entrega de este tipo de servicios o el haber desarrollado soluciones propias. "Sea como fuere, los líderes e-Commerce de Chile han podido identificar los puntos problemáticos en sus clientes y mejorar, a través de la logística, su satisfacción a lo largo del online customer journey", indica el análisis.

EN LA LINEA DE LOS GRANDES

A nivel estadístico, en tanto, según AMI, en Chile se ha desarrollado una dinámica bien interesante en las ventas en línea y es la competencia entre los principales retailers y marketplaces del país. Al respecto, la entidad indica que "las grandes tiendas retail, como Líder, Falabella, París, entre otras, lideran el comercio electrónico nacional, abarcando el 63 % de consumidores en línea (1T2023); mientras que los marketplaces (Mercado Libre, Linio, Amazon, entre otros) fueron el segundo canal más utilizado por los compradores en línea

La incesante carrera por satisfacer las demandas de los consumidores modernos ha puesto a prueba al transporte de última milla que emerge como un eslabón crítico en la cadena de suministro global. Este tramo final del viaje presenta desafíos y oportunidades que dan forma al futuro de la industria, impulsada por la tecnología, la sostenibilidad y la demanda del consumidor.

chilenos (47 %). A este respecto, Oscar Rebolledo, gerente de distribución de 99 minutos sostuvo que al ser una operación "de cara al seller", la última milla es un factor determinante en la "experiencia de compra", con lo cual aspectos como la rapidez y la calidad de las entregas son claves. Bajo esta perspectiva, el ejecutivo destacó que "empresas como Mercado Libre lograron diferenciarse de sus competidores más rápidamente, justamente, gracias a la calidad del servicio, pero también al eficientar los días de entrega; sin ir más lejos fueron pioneros en Chile en el servicio Next Day", una modalidad de entrega que hoy es regla.

Oscar Rebolledo
Gerente de Distribución
en 99 Minutos

Consecuentemente, Rebolledo agregó que la tarea como actor del mercado es "ir descubriendo las nuevas necesidades (de clientes y consumidores finales) como por ejemplo un buen trackeo de los pedidos con servicio de geolocalización, corrección de direcciones mediante mensajes de WhatsApp y servicios de post venta ágiles y cordiales, entre otros. Hoy en día el mercado de última milla, en cuanto a tiempos de entrega es bastante similar y por eso creemos que la diferenciación está en el servicio".

En este sentido, Ignacio Lucero, gerente de Desarrollo Latam de Karri, afirmó que el rol principal de los actores de este sector es "ser el mejor aliado para el e-Commerce- es entregar una operación con una entrega menor a las 24 horas con un precio competitivo y con un buen estándar de seguimiento en tiempo real del cliente final".

Lo propio analiza AMI, indicando que, en Chile los factores relacionados con la logística juegan el rol decisivo en la motivación de compra, con lo cual los procesos de última milla son fundamentales. Al mismo tiempo, la consultora agregó que otros aspectos relacionados con la logística en Chile y que motivan a la compra en línea son la facilidad para cambiar y devolver productos, así como la garantía de recibir el producto que se solicitó.

EL CLIENTE EN EL CENTRO

Poner el cliente en el centro de la estrategia es quizás una frase fuerza utilizada habitualmente por las empresas, en torno a fijar sus objetivos y su visión; sin embargo, esta cobra real sentido cuando hablamos de última milla, pues son los clientes finales los que han impulsado los cambios y por ende los que evalúan el servicio. Por lo tanto, el cliente es quien determina el éxito o fracaso de una diseño operación del canal online.

"Preparar el pedidos y entregarlo es sólo la base de este proceso, porque si no está el foco en la experiencia del cliente no se gana nada. Por ejemplo, se puede entregar en forma rápida, pero a veces el cliente se equivoca en su pedido y ahí entra en juego la experiencia de compra y uno debe tener el canal completo para resolver los problemas que se generan en la operación".

Ignacio Lucero
Gerente de Desarrollo Latam
en Karri

Consultados respecto a cómo evolucionarán las operaciones de última milla, en tiempos en que el formato next day es el punto de partida, Rebolledo comentó que "los clientes cada vez exigen mejores tiempos de entrega, el same day llegó para quedarse y no sólo como un envío "exclusivo", hoy en día hay marcas de ticket medio que buscan ser más competitivos a través de una mejor experiencia de envío.

En este contexto, el modelo que empieza a crecer también es el Express, donde el cliente espera que su envío no supere la hora de entrega luego de la compra. Algunos clientes de tecnología apuestan por este modelo y creemos que se irá expandiendo a otro tipo de marcas. El crecimiento de esta operación significará un cambio importante en la operación de last millers, ya que las entregas deberán cambiar a un modelo on demand el cual será dominado mayormente por motos, lo que entrará a competir con modelo utilizado por Uber eats, Pedidos Ya, Rappi, entre otros".

Para entender los desafíos, hay que mirar la demanda de los clientes y hay que diferencias, según Ignacio Lucero, dos mundos: el cliente e-Commerce y el cliente final. En el primer caso, el ejecutivo de Karri comentó que todas las operaciones van a migrar hacia el same day que en un corto plazo se transformará en el desde a nivel de industria. "A nuestro juicio eso no genera un sobrecosto, pero si hay que romper ciertos paradigmas para ir mejorando la eficiencia e ir introduciendo tecnologías.

Hay acciones puntuales que hoy ayudan a mejorar los tiempos y ahorrar costos como, por ejemplo, las entregas nocturnas que puede agregar una eficiencia gigante ante los tiempos de desplazamiento que hay en la ciudad y el segundo concepto que está dando vueltas es el del último metro que es, básicamente, las mismas entregas que se hacen en radios más pequeños, ya sea caminando o en bicicleta como lo hacían los carteros antes. Son acciones puntuales que se podrían generar para que el same day sea una realidad y ayude a los clientes en términos de costos y al cliente final en tiempos de entrega y experiencia.

Por parte del cliente final el desafío está en crear un canal capaz de entregar información y solucionar problemas dentro de la experiencia de entrega. Ahora bien, para alcanzar la promesa respecto de entrega same day o express, cabe preguntarse cuánto más se puede optimizar esta operación y, en este punto, analizar las tendencias. Al respecto, Rebolledo comentó que "la logística y sobre todo

Le da la bienvenida a KINGSPAN ISOESTE, somos representantes para Chile

Kingspan Isoeste, empresa líder en soluciones isotérmicas para construcción civil. Su éxito es fruto de la unión entre Isoeste, referente en construcción isotérmica en Sudamérica, y Kingspan, multinacional líder mundial en el sector.

www.caltronics.cl

la última milla, tiene como propósito financiero la optimización dado a los márgenes ajustados del modelo, dicho esto, contar con aliados estratégicos claves es muy importante, de ellos depende gran parte diferenciarte en el servicio". Así, según rebolledo, "la visibilidad del cliente es primordial, saber exactamente dónde está el paquete, cuándo será entregado, por quién será entregado, son cuestiones esenciales de cara a la experiencia".

En este plano, según el vocero de 99 minutos, el rol de la tecnología para hacer más eficientes las operaciones de última milla, es gigantesco, "el desarrollo tecnológico como una correcta geolocalización, un buen ruteador, un TMS, evidencias de entrega, tracking, etc. está fuertemente correlacionado con la eficiencia operacional y la experiencia del cliente", indico el experto.

Para Ignacio, en tanto, "la última milla ya evolucionó". "Hay empresas que se adaptaron y el nuevo ritmo es ya una realidad. La pandemia nos hizo ser competitivo y todos querían los productos para ayer; y ahí se fueron probando todos los tipos de entrega posibles. Hoy los desafíos están en la mejora de los softwares para hacer ruteo dinámicos que nos permitirá entregar mejores tiempos al cliente final y lograr un servicio competitivo.

Otro gran reto es masificar a nivel país estos servicios, porque Chile es muy centralista y los grandes Centros de Distribución están en Santiago y desde aquí se mueve hacia las regiones y eso, sin duda, genera retrasos en la entrega de los productos. La promesa de entrega de Santiago, por ejemplo, debe ser la misma que en Punta Arena o Iquique".

DESAFÍOS Y SOLUCIONES EN EL TRANSPORTE DE ÚLTIMA MILLA

Así, el segmento de la última milla se destaca como uno de los más críticos y desafiantes. Este tramo final del viaje de un producto, presenta una serie de obstáculos que ponen a prueba la eficiencia y la sostenibilidad de las cadenas de suministro modernas y que es necesario evidenciar para enfrentarlos. Estos son:

CONGESTIÓN URBANA: las áreas urbanas densamente pobladas presentan un desafío significativo para el transporte de última milla. El tráfico denso, las restricciones de estacionamiento y las regulaciones de emisiones complican la entrega oportuna de productos a los consumidores. Las acciones para hacer frente a este reto han ido por el lado de la planificación de rutas inteligentes, el uso de vehículos eléctricos pequeños y la implementación de nuevas zonas.

COSTOS OPERATIVOS: los altos costos operativos asociados con el transporte de última milla, que incluyen combustible, mano de obra y mantenimiento de vehículos, pueden erosionar los márgenes de ganancia de las empresas de logística y distribución y es ahí donde la automatización y la optimización de procesos, como el uso de vehículos autónomos y la implementación de sistemas de gestión de flotas avanzados, pueden reducir los costos operativos y mejorar la rentabilidad en el transporte de última milla.

ENTREGAS NO EXITOSAS: las entregas fallidas o no exitosas, debido a la ausencia del destinatario o la incapacidad de acceder al lugar de entrega son un problema común que resulta en costos adicionales y una experiencia insatisfactoria para el cliente. Aquí, la solución aplicada por la industria ha ido de la mano de la implementación de tecnologías de seguimiento en tiempo real y la comunicación proactiva con los clientes.

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL: Al igual como otras áreas de la cadena de suministro, la última milla también ha sido desafiada por la sostenibilidad, asumiendo la responsabilidad e impacto que tiene esta operación y sus efectos. Para hacer frente a esta realidad, las empresas han avanzado, por ejemplo, en la adopción de vehículos eléctricos, la consolidación de envíos para reducir el número de vehículos en la carretera y la implementación de prácticas de embalaje eco amigables.

Entonces, la incesante carrera por satisfacer las demandas de los consumidores modernos, el transporte de última milla emerge como un eslabón crítico en la cadena de suministro global. Este tramo final del viaje de un producto presenta desafíos únicos que están dando forma al futuro del comercio y la logística.

No cabe dudas que el transporte de última milla está experimentando una transformación radical impulsada por la tecnología, la sostenibilidad y la demanda del consumidor. Al abordar estos desafíos con innovación y colaboración, las empresas están allanando el camino hacia un futuro donde la última milla sea más eficiente, sostenible y más centrada en el cliente que nunca. Hay cosas que se están haciendo constantemente para ir mejorando. Vamos hacia rutas dinámicas, donde la ruta vaya cambiando en función de las necesidades que vayan saliendo en el mismo día, vemos también una última milla más limpia, moviendo todo hacia la electrificación de los vehículos para ser amigable en las diferentes ciudad.

El camino de futuro aún es incierto, ya que los cambios asoman a una velocidad única. Sin embargo, lo que queda claro es que los distintos actores de la última milla seguirán viviendo en un mundo en constante cambios, impulsados por el cliente que cada día exige una experiencia única. ■

"LA VISIBILIDAD DEL CLIENTE ES PRIMORDIAL, SABER EXACTAMENTE DÓNDE ESTÁ EL PAQUETE, CUÁNDO SERÁ ENTREGADO, POR QUIÉN SERÁ ENTREGADO, SON CUESTIONES ESENCIALES DE CARA A LA EXPERIENCIA"

Esnova
CHILE

Soluciones de Almacenaje
para Bodegas y
Centros de Distribución

Fabricante de todo tipo de estanterías

Automatización

Stock para entrega inmediata

Cumpliendo la normativa de cálculo sísmico

GARANTÍA
5 AÑOS

www.esnova.cl

La fortaleza de la sencillez

T. +56 9 8839 5950 - +56 9 8825 0757
contacto@esnova.cl

Lo Aguirre Trade Center, Módulo G.
C/ Tranquilo, nº 383 - Ciudad de los Valles
Pudahuel - Santiago

RETAIL 2024: EL DOLOR DE LOS NÚMEROS Y EL DESAFÍO DE FIDELIZAR AL CLIENTE

El 2023 cerró como un año complejo para la industria del consumo masivo. La baja en las cifras de ventas abre un mundo de cuestionamientos. ¿Qué sucede? ¿Cómo remontar estas cifras? ¿invertir? ¿Cómo ajustar los presupuestos? o ¿Cómo llegar al cliente? Son algunas de las preguntas que rondan en la mente de los profesionales de la industria.

El retail al parecer no repunta. Los números han dado para análisis de muchos sectores. La preocupación por las bajas cifras de venta del sector de consumo masivo -quizás acostumbrada a los buenos números- generó alerta en la industria y ha obligado a todo el sector a mirar con atención lo que suceda en los próximos meses.

Sin embargo, una mirada distinta es ver este escenario como una oportunidad de mejoras y cambios. En este sentido, el foco del sector debe estar en la experiencia del cliente como principal aspecto del vínculo de la industria con los consumidores. Una buena experiencia puede ser el salvavidas que el consumo masivo necesita. Fidelizar al cliente, a través de la experiencia asoma como una forma de diferenciación y, por ende, de éxito en un mercado tremendamente competitivo.

Según el Índice que elabora mensualmente el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana marcaron en diciembre una baja de 2,4% real anual, menor a la caída de noviembre (-5,8%) y cerrando el año 2023 con una baja real de 10%.

Según Bernardita Silva, gerente de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), el año pasado fue un año difícil para el comercio minorista, marcando las ventas presenciales resultados negativos desde julio de 2022 y durante todo el 2023.

Según la gerente de Estudios de la CNC, el año pasado fue en parte un año de normalización del consumo, donde se esperaba que el sector fuera de menos a más, pero la debilidad fue más marcada de lo que se estimó, acumulando a diciembre, una cifra nada grata de 18 meses de caídas.

En tanto, Bernardita comentó que "para el 2024 esperamos una lenta recuperación, con un alza en el PIB del Comercio entre 0,7% y 1,7%, en línea con una economía debilitada. El escenario aún es incierto y la reactivación del consumo privado depende en gran medida de que se reactive el mercado laboral, el cual aún no da señales positivas, junto con una inversión que tampoco logra repuntar.

EVOLUCIÓN POR CATEGORÍAS

Las ventas presenciales de Vestuario marcaron una baja de 3,4% real anual en diciembre, destacando el alza de 12,7% en la categoría mujer, mientras que infantil continuó evidenciando fuertes caídas (-23,6%) y vestuario hombre marcó un nulo incremento (-0,1%). Por su parte, Calzado marcó una baja de 13,5% real anual en el último mes del año. De esta manera, ambas categorías cerraron el 2023 con bajas reales de 10,8% y 14,7% respectivamente.

Las cifras también reflejan el movimiento del canal online el año recién pasado. Los números que dio a conocer el último informe de ventas online del retail de la CNC vino a confirmar el mal año para el retail. El indicador tuvo una baja de 7% real en el cuarto trimestre del año pasado, al compararlo con igual periodo de 2022. Con este dato, el 2023 cerró con una caída de 20,1%.

Un dato no menor es el que refleja la participación promedio de las compras online en total, para aquellos actores que cuentan con ambos canales de ventas, llegó a 23,9% en el cuarto trimestre de 2023. De esta manera, las ventas

online del retail concluyeron el año con una participación promedio de 22,1%. Estos números reflejan las oportunidades que existen en el canal digital, consolidándose como un canal de venta en desarrollo y vital para el éxito comercial de las compañías.

"La participación del canal online para aquellos actores que cuentan con ambos canales se mantiene en torno al 20%, muy por encima de lo registrado previo a la pandemia y donde destacan las grandes tiendas, donde ya un tercio de sus ventas se están llevando a cabo en el canal online", sostiene el informe de la Cámara nacional de Comercio.

Lamentablemente para la industria, la situación parece no repuntar en términos de cifras de ventas al iniciar este 2014. Según el Departamento de Estudios de la CNC, las ventas del retail en enero marcaron una baja del 1,7% nominal en enero en el promedio semanal de ventas, esto respecto al mismo periodo del año anterior y se registró una caída del 6,2% al no considerar supermercados.

Ante estas cifras ¿qué hacer? Encontrar la respuesta a esa pregunta es lo que mueve al retail hoy. No obstante, una forma positiva de enfrentar estos desafíos a nivel de industria es ver estas coyunturas como una oportunidad para repensar el negocio, sumar eficiencias, analizar los productos que se ofrecen, pero, sobre todo, potenciar la experiencia de compra de los clientes, pues ahí está la principal oportunidad de las empresas.

En cuanto a la diferenciación, a través de la experiencia de compra, el camino parece estar en la implementación real de la omnicanalidad, un mix de productos variado y de calidad y una experiencia de compra única, con todo lo que eso significa a nivel de eficiencia, rapidez, costos y en términos operacionales, aspectos como las devoluciones y la última milla también marcarán tendencias.

MINORISTAS EN EL MUNDO

Mirar al mundo permite a veces sacar conclusiones, proyectar eventos y mirar cómo otros mercados se preparan para enfrentar los retos y también ver oportunidades. La industria del retail español y el estadounidense no dista mucho de la situación que enfrenta el mercado latinoamericano, por tanto, sus análisis calzan a la realidad de este sector.

Las complejidades económicas globales han movido a la industria del consumo masivo en el mundo y es por eso que aquí algunas de las principales perspectivas y tendencias de estos mercados, según importantes estudios que proyectan el movimiento de este sector el 2024 que, entre otras cosas, la lealtad en el consumidor, la personalización y confianza en la experiencia y una mirada de futuro que considere aspectos como el desarrollo del canal online, la sustentabilidad y modernización de los procesos.

En este sentido, la plataforma de servicios financieros Adyen ha analizado datos de su último Informe Adyen sobre el Retail para extraer las principales tendencias que determinarán el rumbo del sector en España, en este nuevo año, y que sirve para entender lo que sucede en otros mercados y que pueden aplicarse a la industria latinoamericana:

1 **Confianza y uso de la Inteligencia Artificial (IA).** Los retailers españoles han adoptado gradualmente soluciones de IA para mejorar la experiencia del cliente, optimizar la cadena de suministro, personalizar ofertas, así como gestionar inventarios de manera más eficiente. Es indispensable un correcto uso de la IA para que los patrones de comportamiento recogidos por los negocios ayuden a entender mejor el comportamiento de compra. Además, gracias a las plataformas de servicios financieros y a esta tecnología, los retailers pueden contar con sistemas de prevención de fraude sobre los que más de la mitad, un 60%, confía ya en su efectividad. Por otro lado, un 53% de estos retailers ya aprovecha precisamente las capacidades de la IA para ayudar a prevenir transacciones fraudulentas en las tiendas, o bien utilizan software de gestión de chargeback para ayudar a gestionar y reducir los costes asociados al fraude (52%).

2 **Seguridad estratégica ante el auge de los ciberataques.** Al comienzo de este nuevo año, desde Adyen aseguran que los consumidores españoles desean que los retailers comuniquen mejor sus métodos de protección contra el fraude online (75%).

3 **Experiencia unificada.** El 42% de los minoristas cree que cada vez resulta más difícil clasificar a los consumidores según sus comportamientos o necesidades. Esto se debe a que cada persona desea una experiencia personalizada. Para afrontar 2024, según los datos de Adyen solo el 25% de los retailers españoles vende sus productos a través de un sistema de comercio unificado. A su vez, la relación y la distancia entre tienda física y online se han difuminado: el 63% afirma que sería más fiel a retailers que permitan comprar online y devolver en tienda. Por su parte, el 40% sugiere

que tendría mejores experiencias de compra si una empresa les permitiese comprar en la tienda y terminar la compra de forma online, o viceversa. Al hablar sobre experiencia y fidelidad, el 77% desea ver más descuentos personalizados en los retailers en los que compra más habitualmente. La fidelidad ligada a las promociones o rebajas se hace más notoria en las generaciones más jóvenes y con menos oportunidades, puesto que el 74% de los consumidores millennials y de la Generación Z considera que su principal incentivo de compra son las iniciativas de promociones y puntos por parte de las empresas.

4 Mayor inversión en innovación. Cuando a los consumidores se les cuestiona sobre cómo la tecnología les hace sentir cuando compran en tiendas físicas, el resultado es positivo. Más de un tercio (34%) reconoce que es más feliz porque las compras se realizan de forma más ágil, y más de una cuarta parte (26%) considera que visitaría una tienda con más frecuencia, como resultado de una mayor implementación tecnológica que se transforma en un factor diferenciador, puesto que más de la mitad de las empresas valora que poder ofrecer múltiples experiencias durante la compra favorece un mayor gasto por parte de sus consumidores (59%).

Además, más de tres de cada diez retailers están considerando invertir en tecnología para mejorar la experiencia de los compradores.

Por otro lado, el estudio "Perspectivas del sector minorista en EE.UU. para 2024. En busca de la fidelidad en los lugares adecuados", de Deloitte, ahondó sobre tres miradas diferentes para incentivar la relación con el cliente e impulsar la lealtad del consumidor que asoma como una de las raíces del éxito de las empresas de consumo.

Según el estudio, "no es de extrañar que la oportunidad de crecimiento más citada por los ejecutivos minoristas para 2024 fuera el fortalecimiento de los programas de fidelización". A juzgar por lo señalado, este año será el periodo donde se reescribirá el libro de jugadas de la fidelización poniendo la confianza en el centro. Deloitte plantea tres acciones en esta línea:

APÓYESE EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN: En el panorama competitivo, los minoristas se enfrentan a la competencia no solo de otros formatos minoristas, sino también de los viajes de ocio, donde los consumidores siguen dando prioridad a las experiencias. Según el estudio, casi dos tercios de los consumidores estadounidenses pertenecen a entre uno y cinco programas de fidelización. Sin embargo, la mayoría utilizan el 50% o menos de sus afiliaciones, por lo que el reto para los minoristas es desarrollar programas atractivos que conviertan a los miembros en usuarios y, a su vez, generen una fidelización rentable. Para 2024, plantea Deloitte, los minoristas tienen la oportunidad de conseguir una fidelización rentable a través de la personalización, la marca compartida y la monetización de los datos,

MEJORAR LA EXPERIENCIA OMNICANAL, INVIRTIENDO EN LAS TIENDAS: La aceleración digital derivada de la pandemia fue una bendición para las compras en línea y omnicanal. Las mejoras tecnológicas ayudaron a paliar algunas de las deficiencias de la experiencia en línea, desde el ajuste hasta la visualización de los productos en los hogares. "A pesar de estos avances, a menudo falta una omniexperiencia cohesionada y coherente, lo que puede erosionar la confianza. Las incoherencias omnicanal y la ejecución fallida son potencialmente perjudiciales para la fidelidad. Tres de cada cuatro clientes se declaran más fieles a las tiendas que ofrecen un servicio y una experiencia de atención al cliente coherente. El estudio arrojó que "La mejora de la experiencia en la tienda fue una de las principales oportunidades de crecimiento citadas para impulsar el crecimiento 2024. Algunos minoristas están planificando amplias remodelaciones de las tiendas que pueden crear inmediatamente entornos más agradables y un comportamiento más pegajoso por parte de los consumidores. "pero también vemos una oportunidad en la tecnología innovadora que utiliza los datos para crear eficiencias y experiencias coherentes, creando potencialmente una fidelidad rentable.

IMPULSE EL COMPROMISO INDIVIDUAL A ESCALA CON IA FIABLE: El comercio minorista se construyó a partir de un modelo centrado en la oferta para satisfacer las necesidades de las masas. Ahora que los consumidores requieren experiencias más personalizadas, los minoristas buscan formas de personalizar a gran escala. El trabajo de Deloitte sobre el futuro de los consumidores considera que se trata de "una transición crítica de los enfoques del mercado de masas a estrategias que priorizan la relevancia para grupos de consumidores específicos. Nos referimos a este cambio como una industria que pasa de lo masivo a lo micro". Los minoristas que realizan este cambio tienen la oportunidad de deleitar a los consumidores con recomendaciones de productos e interacciones a medida, especialmente si integran la confianza en el centro de su diseño. dores sensibles a los precios. ■

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: ECOMMERCE/OMNICANALIDAD

CHILE

INTERSYSTEMS

Soluciones Logísticas

ÁGUIA SISTEMAS

TE AYUDAMOS A OPTIMIZAR TU SISTEMA DE ALMACENAJE

Rack selectivo, dinámico, push back, Drive In, multinivel y entreplantas.

Soluciones automatizadas para pallets y cajas.

Fabricación en planta automatizada de AGUIA SISTEMAS Brasil.

Equipo de profesionales con gran experiencia en el Rubro.

Diseño, ingeniería sismoresistente, montaje y supervision calificada.

Asesoría y vistas a terreno sin costo.

COTIZA TU PROYECTO CON NOSOTROS.

CONTACTENOS

Nuestros Números:

(569) - 4281 6824

(56) - 2285 2409

Av. Lo Espejo 02124,
San Bernardo,
Región Metropolitana

contacto@intersystems.cl

www.INTERSYSTEMS.cl

SCAN QR E INGRESA A
ILOGIS.CL

ILOGIS ENTRA AL MUNDO DEL BODEGAJE CON TRES IMPONENTES CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE CLASE MUNDIAL

LA EMPRESA BUSCA POSICIONARSE COMO UN ACTOR RELEVANTE EN EL MUNDO DEL BODEGAJE CON INSTALACIONES DE CLASE MUNDIAL. LA EXPERIENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE CENTROS DE BODEGAS Y EL RESPALDO DE INVINSA PERMITEN A ILOGIS DISEÑAR LOS CENTROS PRIMAVERA, EL PEÑÓN Y LO PINTO PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DE UNA LOGÍSTICA MODERNA Y CON VISIÓN DE FUTURO.

Se sabe que la logística vive un momento único en su historia, en cuanto al reconocimiento de su rol y la importancia que tiene para el éxito de las empresas. Así también, la industria se encuentra en una etapa constante de evolución, donde la rentabilidad, la productividad, la eficiencia, la rapidez de los procesos y las demandas de los clientes impulsan los cambios y la necesidad constante de mejora.

Carlos Figueroa
Socio
ILOGIS

Ante estos desafíos, la industria requiere de tecnologías, de equipos profesionales capacitados y también de instalaciones adecuadas para dar vida a una logística moderna. Los Centros de Distribuciones se han transformado en el pilar central de la operación logística de las compañías, pues es ahí donde se da vida y se imprime el ritmo de la operación, permitiendo a las empresas marcar diferencias. Entendiendo esta importancia, ILOGIS ingresa con fuerza al mundo del bodegaje con la construcción de tres importantes Centros de Distribución multi-clientes en la zona norte y sur de la Región Metropolitana, con la finalidad de consolidarse como un actor relevante del sector, de la mano de instalaciones de primer nivel y del conocimiento y experiencia que ha ganado al administrar los Centros perteneciente a Central Bodegas.

Lampa, Colina y San Bernardo albergarán los primeros centros que desarrolla la empresa. La calidad de las instalaciones, su ubicación y su adecuada relación precio-calidad son las principales cartas de presentación del Centro La Primavera, Centro Lo Pinto y del Centro El Peñón.

Carlos Figueroa, Socio de ILOGIS ahondó sobre la decisión de la empresa de incursionar en este mercado, las cualidades diferenciadoras de estas instalaciones y el sentido claro de democratizar el acceso a bodegas "Clase A" a diferentes empresas.

LA FUERZA DEL CONOCIMIENTO

Para responder a las necesidades operacionales de los clientes es fundamental conocerlos y así lo entiende ILOGIS, quien tiene amplia experiencia en el mercado junto con ser administrador de Central Bodegas, lo que les ha permitido captar las oportunidades del mercado, las cuales las ha plasmado en el diseño de estos Centros.

"El conocimiento que nos ha dado la administración de Central Bodegas nos permite hoy ingresar con seguridad en este mercado. Sabemos que la calidad de nuestras construcciones marcará diferencias. Tenemos conocimiento de la industria y sabemos lo que el cliente está esperando y lo que busca", comentó Figueroa. Así, el ejecutivo reiteró que el sello de los Centros y de ILOGIS está en su calidad de las soluciones y en el servicio. De la mano de bodegas Clases A, la empresa busca ganar un espacio en el mercado chileno. Dos proyectos se encuentran con permisos de edificación aprobados y ya se iniciaron los primeros trabajos de movimiento de tierra y edificación y el tercero está en fase de arquitectura.

En cuanto a las principales cualidades de los CD destaca que estos contarán con bodegas de 12 metros de altura a hombro, andenes para carga y descarga, amplios patios de maniobras, factibilidad de instalación de paneles solares en los techos, una importante mirada de seguridad con protocolos y tecnologías modernas. Ante el mercado y las múltiples posibilidades, Carlos enfatizó en que el principal diferenciador de los proyectos será "la relación precio-calidad y el estándar de construcción". "Creemos que en el mercado de Clase A hay una cierta distancia o barrera por precio. En El Peñón y La Primavera tendremos instalaciones con una excelente calidad y con un buen precio y eso nos diferenciará. Lo atractivo que será esta relación permitirá a distintos actores contar

con bodegas de primer nivel con lo que eso puede significar para su operación. Esperamos lograr lo mismo en el Centro Lo Pinto", detalló.

Otro factor diferenciador es la mirada de sostenibilidad puesta en la construcción. "Sabemos que este es un elemento importante para la industria y lo asumimos como una responsabilidad que tenemos como actor del sector. Es clave hoy tener una mirada de futuro, a través de la construcción. Lamentablemente no hay una certificación a la que suscribirse en la construcción de las bodegas, pero estamos comprometidos con el futuro de la logística", enfatizó el Socio de ILOGIS.

LA PRIMAVERA / EL PEÑÓN / LO PINTO

La Ruta 5 es la vía más importante en Chile y todos los Centros de Bodegaje se encuentran en ella, dándole una facilidad única para la conectividad con el resto de la ciudad y con las principales autopistas urbanas. El centro La Primavera, ubicado en la comuna de Lampa, en lo que anteriormente correspondía al CD de Celulosa Arauco, se transformará en un núcleo importante para el crecimiento de las empresas desde la zona norte de la Región. El recinto está ubicado en un sector logístico por excelencia, lo que ayuda al diseño operacional de las empresas.

ILOGIS ha iniciado el proceso de reconversión de las nuevas instalaciones, lo que -a juicio de Carlos- ha sido un tremendo éxito. Según el diseño, se proyecta construir 20 mil m2 adicionales de bodegaje que se suman a los ya 24 mil m2 existentes. De acuerdo con la planificación, el nuevo Centro estará listo en enero de 2025. Otro activo es ILOGIS El Peñón, cuyas primeras entregas están estimadas para mediados del próximo año. El Centro -que viene a reforzar la actividad logística de la zona sur de Santiago- cuenta con una ubicación privilegiada, desde el punto de vista logístico.

El proyecto contempla la construcción de más de 40 mil m2 de bodegas de alto estándar que contarán además con andenes, luminaria led, patios de carga y descarga y, un factor clave, es la seguridad que se impulsa con este modelo de negocio.
En tanto, el Centro Lo Pinto, ubicado en la comuna de Colina y también con frente a la Ruta 5 Norte, contará con casi 50.00 m2 de bodegas más oficinas y casino y tendrá los mismos estándares que los anteriores. Se espera su entrega para principios de 2026.

"Sabemos que la seguridad es hoy una preocupación en la industria logística y desde ILOGIS nos hacemos cargo de esta realidad y nuestros proyectos contarán, por ejemplo, con CCTV, cerco eléctrico perimetral, control de acceso, entre otras medidas tecnológicas que se ven reforzadas por claros protocolos de seguridad", sostuvo Carlos. El ejecutivo realizó un llamado a la industria a conocer estos proyectos. "Estamos en el momento preciso para conversar y conocer necesidades específicas de los clientes y realizar modificaciones a las bodegas en el proceso de construcción si así se requiere".

Finalmente, Carlos Figueroa, recalcó que la decisión de ingresar a este mercado radica en que "creemos en este mercado y por eso invertimos. Sabemos que desde estos Centros podremos proyectar y potenciar lo que será la operación futura y también la base del crecimiento de la industria logística chilena". ■

SCAN QR E INGRESA A
ESNOVA.CL

ESNOVA REFUERZA SU PRESENCIA EN CHILE CON FOCO EN LA AUTOMATIZACIÓN

Esnova se ha posicionado en Chile gracias a la calidad de sus equipos, su mirada constante en la I+D, sus soluciones logísticas avanzadas y una excelente relación precio-calidad. Hoy la compañía tiene su mirada en la automatización de los procesos, sumando incluso la fabricación de robots propios, transformándose en una real alternativa para la modernización de los procesos para quienes quieren dar un salto hacia una logística moderna.

Con raíces profundas en Europa, Esnova -empresa española con más de 30 años de historia, enfocada en el desarrollo de tecnologías y equipamiento para el almacenaje- se ha posicionado fuertemente en Chile, gracias a su nivel de servicio, la calidad de sus innovaciones y su mirada constante en la tecnología de los procesos.

El mercado logístico y en especial el almacenaje es uno de los sectores más competitivos y la capacidad de marcar diferencias es fundamental para el posicionamiento de los distintos actores. En este sentido, Esnova ha ingresado al mercado global con fuerza, configurándose como un actor global importante en la industria con presencia en más de 40 países.

En Chile, donde la logística es un sector en constante desarrollo y con una clara mirada tecnológica de los procesos, impulsado por grandes actores de la industria, Esnova se instaló con una delegación en febrero de 2021. A tres años de su arribo al país, la compañía saca cuentas alegres y se prepara para ingresar ahora con fuerza en la industria de la automatización.

"Nuestra compañía nació con una clara vocación de innovación, tecnología, automatización. Miramos siempre la mejora de los procesos y eso ha sido una ventaja competitiva que nos ha permitido crecer en este exigente mercado", comentó Salvador Abaitua, gerente general de Esnova Chile. Así, Abaitua definió a Esnova como una "empresa moderna", cualidad que -a su juicio- le permite posicionarse hoy con fuerza en los distintos mercados, mirando hacia la tecnología y la automatización, ambos factores claves para una logística moderna.

EXCELENCIA EUROPEA EN SUELO CHILENO

Con una amplia y completa gama de estanterías y sistemas de almacenaje, y también con la fuerza de la experiencia, el legado de calidad y el sello de excelencia de servicio, Esnova arribó a Chile hace tres años.

Salvador Abaitua
Gerente General
Esnova Chile

Durante este periodo, el mercado chileno ha conocido de la calidad de las soluciones y la robustez de los proyectos de Esnova, lo que lo ha llevado a posicionarse como un actor relevante del mercado. Hoy la compañía tiene como foco estratégico reforzar su presencia en el país a través de dos factores claves: la mirada tecnológica y la relación precio-calidad de sus soluciones y servicios.

"Chile es un país atractivo para posicionarse, con una imagen económica buena y con variables fuertes, lo que da certidumbre para arribar y proyectarse como empresa extranjera", detalló Salvador.

El ejecutivo de Esnova agregó además que "Chile es además una buena plataforma para proyectar en esta parte del mundo. No nos equivocamos en llegar y los números nos han dado la razón, ya que la empresa ha ido aumentando constantemente su facturación y ha triplicado su capacidad de almacenaje en Lampa".

Abaitua destacó el nivel de madurez del mercado chileno con "empresas locales muy duras, con actores internacionales presentes y con una importante exportación de equipos chinos" y es en medio de este escenario donde Esnova "va posicionándose como una empresa europea con experiencia y equipos de buena calidad y con precios competitivos". "La competitividad del precio de nuestros equipos es un factor de impulso. La experiencia es buena también en cuanto a la penetración del mercado, de la mano de nuestro sello que está en la relación precio-calidad", enfatizó el gerente general.

Cada producto lleva impreso el distintivo sello de excelencia europea, lo que garantiza no solo la resistencia física de las estructuras, sino también su durabilidad a lo largo del tiempo. Esnova ha trascendido fronteras, consolidando su reputación como líder internacional en el suministro de sistemas de almacenamiento desde las estanterías más básicas hasta los complejos sistemas autoportantes y automáticos.

Se han posicionado como un socio de confianza, diseñando y suministrando

estructuras para bodegas, ofreciendo soluciones escalables y personalizadas que cumplen con los más altos estándares de la industria.

EL VALOR DE LA MIRADA TECNOLÓGICA

Tal como comentó Salvador, Esnova desde su fundación ha impuesto una mirada tecnológica en su desarrollo que hoy la tiene incursionando fuertemente en la automatización.

Sabido es que las tecnologías de automatización han cobrado un rol vital en el desarrollo futuro de la logística global. La constante búsqueda de mejoras, eficiencia y rentabilidad han obligado a todos los actores a mirar hacia la tecnología y es ahí donde Esnova busca seguir creciendo, a través del diseño e implementación de vanguardistas y modernos modelos operacionales implementados. "Ya somos parte de los procesos de automatización de almacenes en el mundo. Nos estamos haciendo muy fuertes en este sector, gracias a que Esnova fabrica sus propios robots y eso nos da una ventaja incomparable, en experiencia y en capacidades", enfatizó Salvador.

La automatización es, sin duda, hoy un gran desafío para el mercado. Grandes actores ya avanzan en esta senda del desarrollo, dejando una tarea importante para el resto en cuanto a la modernización de sus sistemas. Y es en este escenario de desarrollo donde la compañía, de origen español, se va insertando, a juicio de Abaitua, muy fuerte, "gracias a nuestras propias innovaciones y a los grandes proveedores con los que trabajamos.

Esta versatilidad de equipos nos permite adaptarnos a las distintas necesidades de la industria. Lo fundamental es conocer a los clientes y es ahí donde los equipos profesionales y nuestros colaboradores son clave".

Hoy la compañía cuenta con abanico de soluciones que les permite atender desde la gama más básica del rack hasta la automatización de los procesos, en niveles de diseño e implementación con proyectos hechos a la medida de las necesidades y cualidades de los clientes y sus operaciones.

Otro factor clave para su posicionamiento ha sido comprender y entender una de las principales características chilenas: su sismicidad. "En Chile la prevención sísmica es esencial y contar con Esnova no es solo una elección inteligente, es una inversión en lo mejor que el mercado tiene para ofrecer. Es sinónimo de un trabajo bien hecho y una seguridad que perdura a lo largo del tiempo.

La garantía que ofrece Esnova va más allá de las palabras; está reflejada en cada proyecto exitoso implementado y en cada cliente satisfecho. Esnova no solo proporciona soluciones de almacenaje; proporciona tranquilidad y confianza, y representan una opción indiscutible para quienes buscan soluciones que lleven a sus operaciones a un nivel mayor. ■

RICARDO SILVA M.
GERENTE DE SUPPLY CHAIN CERÁMICAS CORDILLERA.
MIEMBRO DEL SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE (SCCC).

DESAFIANDO A LOS INVENTARIOS. DE SEGURO QUIENES SOMOS PARTE DE LA CADENA DE SUMINISTRO, ESTOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS HEMOS ESTADO DESAFIADOS EN PODER CONSTRUIR Y MANTENER LOS NIVELES ÓPTIMOS DE INVENTARIOS QUE NUESTRAS ORGANIZACIONES REQUIEREN. LO MÁS PROBABLE ES QUE MUCHOS DE NOSOTROS COMETIMOS ERRORES COMO EL SUBESTIMAR LA DEMANDA AL INICIO DE LA PANDEMIA QUE NOS LLEVÓ A ESTIMAR A LA BAJA LOS INVENTARIOS Y SER INCAPACES DE CONSTRUIRLOS CUANDO EN CHILE LA DEMANDA SE INCREMENTÓ PRODUCTO DE LA MAYOR LIQUIDEZ INTERNA, DURANTE EL PERÍODO DE PANDEMIA.

Y cuando el 2022, veíamos que se podían volver a normalizar, aumentamos las compras y nos encontramos con contracción de distintas industrias y bajo crecimiento del país que se mantuvo hasta el 2023, llevándonos nuevamente a tener altos niveles de stock. No podemos negar que este proceso ha permitido que nos desarrollemos y nos graduamos con distintas habilidades: Liderazgo y Comunicación, Capacidad para innovar, Flexibilidad para adaptarse al cambio, Pensamiento estratégico, Resiliencia, Negociación entre otros que, sumado a la carrera y adopción tecnológica, en teoría, nos permiten estar más equipados para este mundo que ha desafiado a las cadenas logísticas con todos sus conflictos.

Para el caso de Chile, la evidencia nos dice que aún tenemos desafíos en desarrollar capacidades que nos permitan administrar correctamente los niveles de inventarios, anticipándonos a la variabilidad de la demanda y la integración con los puntos productivos para minimizar las consecuencias del temido efecto látigo y sobre stock, así como el deterioro en el nivel de servicio cuando los quiebres de stock afloran. Si bien, el 2023 fue un año de normalización de inventarios respecto al 2022, la contracción generalizada del comercio impidió que llegásemos a niveles óptimos. La evidencia de esto es lo que refleja el "Índice de inventarios de Comercio" del INE, que desde el 2022 muestra que no hemos podido normalizar los niveles de inventarios a niveles pre-pandemia y estallido social. Causas hay muchas, desde el peak de demanda y consumo que vivimos hasta el primer trimestre del 2022, así como la inflación y la nula expansión de la economía y el consumo el 2023. Como consecuencia de esto, se puede extrapolar que aquellas compañías que lograron rescatar números positivos durante el 2023 lo hicieron, en promedio, con un ROCE o EBIT sobre capital empleado ineficiente, con altos niveles de stock y castigos por obsolescencias, afectando la rentabilidad de los accionistas.

Ahora pues, si estamos avanzando en las tecnologías (herramientas) y el desarrollo de nuestro capital humano logístico. Aunque suena cliché, no podemos olvidarnos que son los procesos de negocios los que establecen la ruta para el logro de objetivos y las reglas de convivencia entre herramientas y personas. En este sentido, los profesionales de la cadena de suministro estamos desafiados a jugar un rol protagónico en el liderazgo de la implementación y control de estos procesos que permitan asegurar el compromiso con los clientes, la rentabilidad y la eficiencia de las organizaciones. No solo hablamos de procesos propios de la cadena de suministro, sino también procesos del negocio, dado el conocimiento integral que tenemos de la cadena de valor de la organización.

Hoy existen distintas metodologías de procesos, que junto a herramientas tecnológicas nos permiten planificar la demanda, el suministro y la rentabilidad del negocio, desde el famoso S&OP (Sales and Operation Planning) como algunas versiones más actualizadas de la Planificación Integrada de Negocios (IBP por su nombre en inglés), cuyo objetivo es poder planificar la rentabilidad de la compañía de mediano y largo plazo en diferentes escenarios probables y en donde toda la organización está comprometida con los objetivos empresariales.

El camino en estos procesos es exigente pues requiere el apoyo y compromiso de todos los miembros dentro de la organización, de capitán a paje, para que estas implementaciones se puedan mantener y sostener con las mejoras prácticas en el tiempo. Es más, un factor de éxito es el compromiso del equipo de ejecutivos de la organización en dirigir, participar y apoyar a los equipos para mantener el proceso vivo. **¿Ahora qué?** La invitación es a tomar toda la experiencia ganada en estos últimos años turbulentos y desafiarnos a desarrollar cadenas logísticas más eficientes, competitivas y que asuman un rol diferenciador de cara al cliente y el negocio.

Mejora la gestión
de tu operacón

- 20% consumo combustible

+20% rendimiento conductores

+10% aumento productividad

*Estadísticas promedios en base al comportamiento de distintas flotas

CONTÁCTANOS Y TE ENTREGAMOS UNA SOLUCIÓN

www.gpschile.com 56 2 2940 4911 clientes@gpschile.com

RODOLFO SOLIS MOVILLO
INGENIERO COMERCIAL – PUCV. MASTER SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UAI.

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA AUTOMATIZACIÓN DE LA RED DE DISTRIBUCIÓN. LOS NUEVOS CONSUMIDORES SON MUCHO MÁS DEMANDANTES EN TÉRMINOS DE EXPERIENCIA, MUCHO MÁS EMPODERADOS, MÁS INFORMADOS Y EN BÚSQUEDA DE UNA EXPERIENCIA MÁS OMNICANAL. LOS CONSUMIDORES BUSCAN PODER CAMBIARSE ENTRE EL CANAL FÍSICO Y EL CANAL "DIGITAL" EN UNA MISMA EXPERIENCIA DE COMPRA. 20% AL 25% DEL E-COMMERCE A NIVEL MUNDIAL SE ESTÁ GENERANDO A TRAVÉS DE CLICK & COLLECT (SEGÚN GRAY ORANGE).

Este nuevo tipo de consumidor ha generado un cambio de enfoque en la distribución de productos dentro de la Cadena de Suministro. El enfoque tradicional tenía nodos mucho más independientes, según sus canales con fulfillment center (para el cliente online), distribution center y retail stores (para el cliente físico). En cambio, el enfoque actual desafía a plantear nuevos conceptos como omni-distribution center, darkstores y retail stores.

Es en este nuevo contexto de redes omnicanal, las soluciones de automatización tienen que ser analizadas dentro de un ecosistema tecnológico y no por si solas.

ECOSISTEMA TECNOLÓGICO

Para dar respuesta a las necesidades de este nuevo enfoque, es que tenemos que hablar de un ecosistema tecnológico, donde existen soluciones de automatizaciones/robots, inteligencia artificial y software. La diferente gama de soluciones que se aplicarán dependerá de la estrategia que se tenga como compañía y de las necesidades que tenga cada nodo (Omni Distribution Center, Darkstore & Retail Stores).

En el caso de los robots, es importante tener claro que este tipo de soluciones no siempre traen un aumento en la producción y/o reducción de costo en comparación con el set-up actual que pueda existir. Las necesidades operativas que los robots cubren van por el lado de movimientos y la manipulación.
Para hablar de software (sistemas), en este ecosistema de soluciones tecnológicas, la diferencia de los conceptos de visibilidad y monitoreo son claves. El monitoreo está asociado al performance de los robots, en cambio la visibilidad tiene relación con cumplimientos de los procesos, como por ejemplo "el 50% de los pedidos del día del canal online están despachados". Con esto claro, se definen 3 tipos de warehouse system para administrar estas soluciones, las que cumplen con diferentes objetivos.

El **primero** y el más tradicional son los Warehouse Management System (WMS) que tiene por objetivo administrar procesos a nivel más administrativo para tener trazabilidad, administra procesos como: inbound, loading, picking, sorting, packing, outound y otros.

El **segundo** son los Warehouse Execution System (WES), que tienen por objetivo la coordinación de las operaciones y tareas (de un centro de distribución, darkstore o tienda) pero en tiempo real -esta solución de sistema está asociado al concepto de visibilidad.

El **tercero**, son las soluciones de Warehouse Controll System (WCS), vinculado al control del estatus de los equipos, baterías, desplazamientos, mantenciones, ubicación, entre otros – esta solución se vincula con el concepto de monitoreo.

En el caso de la IA, gracias al aumento exponencial de la capacidad de cómputo en los últimos años permite el procesamiento de grandes volúmenes de datos para realizar análisis en tiempo real del comportamiento de la venta; acción que es cada vez dinámica y con quiebres en los cambios de patrones de consumo cada vez más frecuentes. Esto permite presentar soluciones en optimización de almacenamiento por medio del slotting y grouping de SKUs. Lo anterior, a su vez, optimiza los tiempos de proceso de outbound (preparación de pedidos) también.

Otra área en la que la IA genera ganancias es en la optimización de rutas de desplazamiento de los robots cuando se genera congestión, ya que les permite aprender de esa situación y así no volver a repetirlo. Por último, el potencial que tiene de poder optimizar el proceso de E&OP en los procesos de S&OP por medio de un agendamiento de recursos aún más eficiente y planificado es considerable.

Entonces ¿cuál debería ser el pool de soluciones que debería aplicar? Esto dependerá de la necesidad de tiempos y costos que pueda tener cada nodo en la red de distribución y la estrategia que determine la cadena de suministro.

ALMACENAMIENTO EN FRÍO: PARA CADA DESAFÍO, UNA SOLUCIÓN

PATIO INDUSTRIAL

En **Patio Lo Boza** ofrecemos excelentes **soluciones de almacenaje, proceso y operación en frío** a la medida de tu negocio. Nuestro proyecto cuenta con altos estándares de calidad, gran conectividad y acceso directo a la autopista Vespucio Norte.

Centro de almacenaje en frío

Patio Lo Boza

- GLA Total: 2.431,89m²
- GLA Oficinas: 241m²
- Capacidad Estimada: 750 posiciones
- Disponibilidad: Inmediata
- Comuna: Pudahuel

Altura promedio: 7m al hombro

Cámara de Frío (0°)
Cámara de Congelado (-18°)

Túnel de Frío

Bodegas y Sector de Procesos

Andenes con nivelador

Seguridad 24/7 con CCTV y Control de Acceso

"Conocemos la trayectoria de Grupo Patio y la flexibilidad que ofrecen.
Así fue como dimos origen a una planta maquiladora hecha a la medida, donde es posible procesar y envasar todo tipo de carnes rojas con los más altos estándares de calidad. El apoyo antes, durante y después del proyecto ha sido extraordinario."

José Manuel Jarpa
Gerente General de Almakila

Comunícate con nosotros: (+56 2) 2979 6600 contacto@patio.cl

JUAN CRISTÓBAL TORREALBA
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL, UNIVERSIDAD FEDERICO SANTA MARÍA.

EN TIEMPOS COMPLEJOS LA CREATIVIDAD ES UNA ALTERNATIVA PARA OPTIMIZAR. EN TIEMPOS DONDE NOS VEMOS INVADIDOS POR TECNOLOGÍA Y COMPLICADAS (PERO A VECES NECESARIAS) METODOLOGÍAS DE PROCESOS ES FÁCIL PERDER DE VISTA LAS SOLUCIONES SIMPLES, SOLUCIONES QUE MUCHAS VECES TIENEN UN COSTO MUY BAJO – LO QUE SE AGRADECE DE SOBRE MANERA EN ESTOS DIFÍCILES TIEMPOS, DONDE LAS INVERSIONES Y PROYECTOS SON TREMENDAMENTE PENSADOS– PERO DE UN IMPACTO MUY GRANDE TANTO A NIVEL DE PROCESOS, AHORRO DE TIEMPO Y COSTO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, ENTRE MUCHOS OTROS BENEFICIOS.

Es importante considerar que la creatividad juega un rol fundamental para lograr estos beneficios; capacidad que puede ser trabajada desde muy pequeños y reforzada a lo largo de nuestros estudios, pero, sobre todo, se debe se deben dar los espacios y las instancias para poder ser creativos. A veces las soluciones pueden salir de una simple conversación con personas ajenas a un proceso, grupos de trabajo dentro de la misma área, benchmarking, etc.

En mi experiencia he tenido la suerte (o la necesidad) de poder aplicar la creatividad en distintos procesos, y en búsqueda de distintos objetivos.

REDUCCIÓN DE MERMAS

Hace muchos años, realizábamos la entrega en una cadenas de supermercados muy grande (entrega Crossdocking con bultos multisku) y en todas las entregas teníamos faltantes. Una vez que el equipo de recepción abría cada una de las cajas (sin la presencia de nuestro personal) nos informaban de varios faltantes al interior de los bultos.

El primer paso que realizamos fue revisar nuestro procedimiento interno; ahí nos aseguramos de que el faltante se provocaba al momento de la entrega. Con el origen identificado, comenzaron las iniciativas para eliminar dichos faltantes. Lo lógico era intentar que el cliente permitiera que nuestro personal estuviera presente en la apertura de los bultos, pero dado el tiempo que eso podía tardar (tiempo que efectivamente fue muy largo) se tuvo que buscar soluciones alternativas. Se buscaron y pensaron muchas acciones, pero, finalmente, la solución fue más simple de lo que muchos imaginaron, ya que bastó pegar una etiqueta en la parte superior de cada bulto que decía: “Revisado por Juan Pérez” para eliminar la merma por completo.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

En muchos establecimientos públicos del área de la salud (quizás en casi todos) el espacio para almacenar es muy reducido y los softwares de gestión de inventarios brillan por su ausencia, trabajando en la mayoría de los casos “a memoria”. Una de las líneas de producto que distribuíamos tenía mucha variedad (medidas, tallas, por tipo de especialidad, etc.) y, lamentablemente, todas estas variedades se almacenaban en el mismo tamaño de caja y con una etiqueta blanca que en texto muy pequeño indicaba su contenido. Obviamente esto no ayudaba en nada a quienes estaban a cargo del almacenamiento de estos bultos y sufrían cada vez que tenían que buscar un sku en particular.

Como forma de ayudar al cliente a solucionar su problema, pasaron ideas como: buscarles socios logísticos cercanos que les prestaran el servicio de almacenamiento de nuestros productos, que implementaran softwares de manejo de stock, adquirir estantería metálica, etc. En realidad, todas eran soluciones lógicas que no podían ser implementadas por estos establecimientos. Sin embargo, bastó una visita al cliente para poner a trabajar la creatividad y dar con una solución que en parte alivianaría sus dolores de cabeza: cambiar la etiqueta blanca por etiquetas de colores en función del tipo de producto y agregar en la etiqueta una letra (sólo una letra, no texto) que ayudará a identificar más específicamente un atributo del producto.

El costo del cambio fue mínimo, ya que se reemplazó la etiqueta blanca por una de color (del mismo tamaño) y se reorganizó el texto. Con esto, el encargado de la bodega sólo al mirar el bulto de lejos podía identificar el producto que buscaba. Finalmente el proveedor de este producto (Europeo) incluyó en su rotulado de origen las etiquetas de colores y aplicó esta solución a todos sus clientes.

Las soluciones no siempre deben ser complejas y costosas, hay que darse el tiempo y la oportunidad de buscarlas. Las soluciones muchas veces están más cerca de lo que se piensas.

EVOLOG
Proyectos de Almacenamiento y Seguridad
Este 2024 no olvides visitarnos en...
Evolog SPA
EXPONOR CHILE 2024
Pabellón Plata P983
LOGISTEC SHOW
EXPO 2024
Stand A13
www.evolog.cl
contacto@evolog.cl

CENTRO LOGÍSTICO AVANZA PARK LO ESPEJO: CÓMO RENTABILIZAR LA DISTRIBUCIÓN EN LA "ÚLTIMA MILLA" EN EL SUR DE SANTIAGO

Dado que el nuevo proyecto del holding Grupo Campos se emplaza en un sector de fácil acceso a puntos claves de la ciudad, permite alcanzar mayor eficiencia a sus clientes con un servicio excepcional y con elevados estándares de calidad y seguridad.

Un significativo progreso en su construcción es lo que muestra hoy el centro logístico **Avanza Park Lo Espejo**, uno de los más ambiciosos proyectos del holding Grupo Campos. Ubicado en la comuna de San Bernardo, en el sur de Santiago, la obra es una beneficiosa opción para aquellas compañías que requieren de centros logísticos mucho más eficaces, sobre todo en los procesos de bodegaje y distribución.

José Antonio Carabias
Gerente Inmobiliario
Campos Chile

Construida por etapas, el recinto de 118 mil m2 sumará tres entregas. La primera se concretó en el segundo semestre 2023, tras un acuerdo con Falabella Retail, compañía que requirió 26 mil m2 para su nuevo centro de distribución de línea blanca y muebles. La segunda etapa se entregará el primer semestre de 2024 y consiste en una nave de 76 mil m2 arrendables. La tercera entrega está programada para 2025. Con ellos se busca ofrecer alternativas inmediatas a medianas y grandes empresas que buscan una solución logística flexible.

Ubicado estratégicamente a la salida de General Velásquez casi esquina con Avenida Lo Espejo, dentro del sector urbano de la Región Metropolitana el recinto se convierte en una opción que, desde ya, está disponible tanto para negociar condiciones de su arriendo y, sin duda, también analizar opciones para su modulación.

"Grupo Campos tiene un valor intransable: entender al cliente y satisfacer sus necesidades. Y en esta oportunidad lo que buscamos es convertirnos en una alternativa muy atractiva para quienes tienen la urgencia de contar con un centro logístico de Clase A, ubicado en la ciudad misma, capaz de modularse y garantizar la infraestructura para una mayor y mejor tecnología, según sus propios requerimientos.

Con ello, lo que ofrecemos es un excelente espacio para distribuciones en la última milla, incluso hasta en el mismo día, en todas las comunas de Santiago -sobre todo las del sector sur - así como también hacia regiones", aseguró José Antonio Carabias, gerente inmobiliario de Campos Chile.

SCAN QR E INGRESA A
CAMPOS-CHILE.CL

TE AYUDAMOS A SER MÁS RENTABLES

En un contexto en el que en las industrias existe dinamismo y cambios constantes en las formas de hacer negocio, el bodegaje y la logística se convierten en una ventaja competitiva y un pilar fundamental para el éxito sostenible en el tiempo. Es por esto que la ubicación es una de las primeras características a considerar a la hora de arrendar un centro logístico destinado al bodegaje y la distribución, sobre todo con miras a llegar al cliente final.

Pero ¿cuál es la fórmula de Avanza Park Lo Espejo para hacer más rentable este proceso? José Antonio Carabias, explica que el primer elemento diferenciador es su estratégico emplazamiento al costado de la Autopista General Velásquez, muy útil para quienes se dedican al negocio de la logística y especialmente hacia la última milla.

"En cuestión de minutos se puede conectar con Américo Vespucio, una autopista que facilita llegar en tiempos muy bajos a cualquier sector de Santiago. Pero también, desde ahí es muy fácil enfilarse a la Ruta 5 en dirección hacia regiones, y hacia la Región de Valparaíso, a través de las rutas 78 y 68. Sin embargo, es muy conveniente para quienes tienen un negocio relacionado con las entregas en ciudades distribuidas en regiones hacia el sur, porque la Ruta 5 Sur está al lado del centro logístico", agrega el vocero.

Por otra parte, y de forma colateral, el espacio también permite reducir costos operativos, como los asociados al combustible: debido a que las bodegas se encuentran en la zona urbana de la ciudad, los viajes que deben realizar los vehículos dedicados a la distribución son más cortos, algo conveniente sobre todo para compañías que tienen flotas de vehículos para la entrega de productos.

SEGURIDAD Y TECNOLOGÍA

Pero no es todo, pues la robotización y tecnologización de los procesos son conceptos clave para Grupo Campos. Como compañía que entiende a sus clientes, la empresa se convierte en un partner estratégico a la hora de asegurar la infraestructura para la inclusión de nuevas tecnologías, que satisfagan los requerimientos de sus clientes. Parte de esa colaboración se materializa, ya sea al modular espacio en bodegas o, bien, a la hora de optimizar los metros de un recinto para un uso más eficiente de las nuevas tecnologías para la distribución y logística.

Y lo mismo ocurre con la seguridad. Ello porque, además de ser un recinto en el que existen sistemas de seguridad reforzados con cámaras de alta resolución con visión nocturna para controlar movimientos y accesos del lugar, está equipado con cerco perimetral de primera calidad y antialunizaje, pórticos con guardias 24/7 y barreras de seguridad.

Asimismo, el centro logístico está emplazado muy cerca de bomberos, carabineros y servicios de emergencia, además de calles aledañas que conectan rápidamente con todo Santiago. Con esto, se logra eficiencia y rapidez en los servicios. A esto se suma que las estructuras tienen una altura de hombro desde los 12,5m, pisos hechos en hormigón pulido que permite un mejor manejo de la robotización de las operaciones, altos estándares de seguridad al interior y exterior de las bodegas, aislación de fuego en caso de emergencias, buen control de temperatura y de la acústica del lugar, entre otras características.

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

Cabe señalar que **Avanza Park Lo Espejo** es solo una de las muestras de los proyectos que lleva realizando el holding Grupo Campos en este rubro desde hace más de 50 años en el continente europeo y forma parte del ecosistema integral que incorpora tecnologías de última generación y sistemas de optimización en cada cadena de suministro. Lo anterior se da gracias al know how de la compañía han sido capaces de entregar un servicio completo para sus clientes desde el inicio de las negociaciones hasta el final. "En distintas partes del mundo tenemos clientes con tecnología avanzada que hacen más eficientes sus procesos. Por ejemplo, hay muchos que realizan inventarios con drone. Para que eso funcione, se necesita contar con bodegas de una determinada altura, pero también, moduladas en un espacio definido por el cliente. En Grupo Campos somos capaces de entender esas necesidades y ofrecer soluciones a la medida de los clientes", agrega el vocero del holding.

Y como en Chile la compañía es uno de los actores relevantes de la industria, ya apuesta a concretar su primer proyecto LEED en este año, marcando un hito significativo en su compromiso con la sostenibilidad e innovación en el desarrollo inmobiliario a nivel nacional e internacional. No es todo: la compañía espera expandirse en Perú y Colombia, convirtiéndose así en un referente internacional.

Si te interesa conocer más sobre este proyecto, no dudes en visitar **www.campos-chile.cl**

SCAN QR E INGRESA A
TRANSGAMBOA.CL

TRANSGAMBOA SE CONSOLIDA COMO EXPERTOS EN EL TRANSPORTE DE CARGA VALORADA Y SENSIBLE

Dado que la seguridad es la principal preocupación de la industria, la empresa se ha posicionado como un actor relevante para el resguardo de carga valorada. El clima de inseguridad ha masificado fuertemente estos servicios, pues las empresas saben que en sus mercaderías está su principal activo. El valor de la carga no sólo es monetario, sino también en términos de imagen, y por eso se debe cuidar.

"Nos damos por completo para satisfacer las necesidades de los clientes", así define Transgamboa su compromiso con la industria. Hoy la empresa saca cuentas alegres de lo que ha sido su crecimiento y posicionamiento en el mercado nacional de la mano de un servicio de distribución y logística marcado por la seguridad en su operación y la robustez de sus procesos y protocolos.

David Miranda
Gerente General
Transgamboa

Para nadie es un misterio que la seguridad se ha transformado en una de las principales preocupaciones de la industria logística. El transporte y distribución ha estado fuertemente golpeado por la delincuencia, sin embargo, no existe hoy eslabón de la cadena que no sea vulnerable a estos actos.

"Desde el transporte de primera milla D2D o los que provienen de los almacenes aeroportuarios hacia los operadores logísticos; desde los CD de las prestigiosas marcas, operaciones de almacenaje; el fulfillment y el transporte para el abastecimiento desde los CD hacia los clientes del RETAIL D2D en el canal B2B; todos ven con preocupación la seguridad en sus operaciones. Más que preocuparnos la misión es ocuparnos haciéndole justicia al lema que tenemos: "Expertos en carga valorada", afirma David Miranda, gerente general de la compañía.

En este sentido, el ejecutivo reconoce que existe un clima de inseguridad que hoy impera en el país; y en ese contexto, todos los actores que intervienen en este proceso de abastecimiento y distribución ven con preocupación el manejo de sus cargas sensibles o de alto valor; y es ahí donde Transgamboa ha adquirido un rol preponderante en la industria, siendo reconocido como "un socio estratégico para sus operaciones".

"Para nosotros la seguridad es una de nuestras principales fortalezas. Estamos continuamente aprendiendo de situaciones que han afectado al entorno en el cual convivimos, sacamos lecciones y luego las aplicamos en nuestro núcleo de negocio", asegura Miranda.

EL FACTOR SEGURIDAD

"Comparar y medir" es una práctica importante en la industria y que también se aplica al nivel de seguridad en que desarrollan las operaciones logísticas, pues es la forma correcta de tomar decisiones, controlar procesos y, por supuesto, mejorar.

"El control nos permite buscar mejoras que contribuyan al éxito comercial y operacional de nuestros clientes, a través de acciones que dan seguridad de que sus mercancías llegarán a sus destinos. El factor seguridad para nuestra empresa es parte del ADN. Permanentemente estamos perfeccionándonos, recibiendo apoyo y asesorías, observando lo que ocurre en el mercado y aplicando experiencias, porque sabemos que la seguridad es un proceso dinámico ante el cual se debe estar atento", afirma David.

En este dinámico mundo, el traslado seguro de las mercaderías marca diferencias, gracias a tecnologías y protocolos, donde el equipo humano de Transgamboa es vital. Considerando el incremento en la demanda de soluciones logísticas seguras, la empresa ha profesionalizado y robustecido su plantel ejecutivo de primera línea, convirtiéndose en especialistas en conocimiento de transporte seguro. "Como parte de las soluciones, la tecnología juega un rol preponderante, sin ella no sería suficiente liderar las operaciones con el éxito logrado hasta el momento, ya que el GPS es el desde.

Hoy por hoy, el monitoreo y georreferenciación debe estar acompañado de una serie de medidas, tales como una arquitectura que soporte la operación, una plataforma de tracking, alertas, medios modernos de comunicación, seguimiento en tiempo real, sistemas modernos de CCTV. Todo lo anterior, marca la diferencia ante nuestra competencia, ya que la excelencia operacional nos permite estar alerta y

atentos para diferenciarnos en el mercado", asegura el gerente general.

EL PLAN PERFECTO: TECNOLOGÍAS, PROTOCOLOS Y EQUIPOS

"La combinación perfecta son las tecnologías, los protocolos, el equipo de recursos humanos y, en particular, la distinción gravitante que es tener vehículos blindados, robustos y característicos que son reconocibles a simple vista". Así define Miranda, el sello diferenciado de Trangamboa y que lo ha posicionado como un líder en la logística de mercancías de valor.

Hoy la industria reconoce que sus cargas y mercancías son su principal activo. Ya no sólo hablamos de un valor monetario de la carga, sino de un valor estratégico para el éxito comercial y posicionamiento de la compañía. Un daño o robo a este activo no sólo afecta en términos comerciales a las empresas, sino también en su imagen, y por eso hoy se habla de carga sensible, considerando la importancia que tiene para la performance de las compañías. El escenario actual ha llevado a la compañía a consolidarse como un partner estratégico de la logística nacional y para eso, la empresa continúa con un plan de inversión con el objetivo de destacar siempre, a través de un servicio "premiun". "La seguridad no es un gasto, sino una inversión y para nosotros lo importante es dar un servicio que no sólo es tarifa, sino que va acompañado de un producto y ese producto se trata de un vehículo blindado, reconocido, disuasivo, dotado de una forma distinta de transportar la carga valorada. En este sentido, invertimos fuertemente en tecnologías, tenemos un socio estratégico nacional que nos brinda el servicio de blindaje y estamos muy satisfechos con los logros alcanzados", detalla Miranda.

La estrategia impuesta por Transgamboa ha dado frutos y es así como el segundo semestre del año 2023, la empresa registró un crecimiento de un 30% en el tamaño de flota, dentro de ellos destaca la adquisición de un tracto camión Volvo FMX con tecnología EURO 5, el cual se blindó con acero balístico en una maestranza local en Chile. Sumado a ello, se adquirieron dos ramplas porta contenedores marítimos y un tráiler 100% blindado capaz de transportar 22 pallet por viaje de manera segura. En términos profesionales, David asumió recientemente la gerencia general de la compañía, luego de encabezar por más de 1 año la gerencia comercial y de operaciones. Gracias a la experiencia adquirida en más de 30 años de participar en la industria logística, el ejecutivo conoce perfectamente los desafíos del sector, sus necesidades y también las oportunidades que se van abriendo.

"En el desafío de liderar Transgamboa he puesto toda mi experiencia para lograr los objetivos trazados y ser un aporte de valor para consolidar la marca", recalca David. La estrategia 2024 de la empresa está en reforzar sus servicios y así lo han establecido en su plan de acción que contempla, entre otras cosas, sumar de manera orgánica ejecutivos altamente calificados, crecer en operaciones y ventas, sumar nuevos equipos rodantes, ofrecer alternativas viables y seguras al mercado, expandir sus operaciones al resto del país.

Finalmente, gracias a un buen cierre de 2023, la empresa proyecta un año de crecimiento. "Estamos confiados que este año será más favorable respecto del anterior, dado que la industria está cada vez más tecnologizada y los usuarios también. Y es allí donde Transgamboa es vital para satisfacer la necesidad de transportar cargas de alto valor.

TECNOLOGÍAS PARA VESTIR UN MODERNO CD: AUTOMATIZACIÓN, ROBOTIZACIÓN E IA DESPEGARÁN EL 2024

DIFÍCIL ES HABLAR DE TECNOLOGÍAS 'MODERNAS', YA QUE POR SU NATURALEZA DE CONSTANTE DESARROLLO LO QUE HOY ASOMA COMO INNOVACIÓN, AL INSTANTE ES SUPERADA POR OTRA SOLUCIÓN. LA VARIEDAD DE ALTERNATIVAS TECNOLÓGICAS PARA OPTIMIZAR PROCESOS DE LA INTRALOGÍSTICA ABRE UN ABANICO DE POSIBILIDADES PARA QUE LAS EMPRESAS DEN UN SALTO DE MODERNIDAD EN SUS CD EN BUSCA DE EFICIENCIA, PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD. LA IA, POR EJEMPLO, YA ES UNA REALIDAD EN LA INDUSTRIA Y HAY QUE MIRAR SUS VENTAJAS.

Cómo se define un Centro de Distribución moderno? Hablar de modernidad en materia logística nos lleva inevitablemente a abordar temáticas tecnologías. Es imposible hablar de futuro logístico sin estas soluciones, pues lo moderno o vanguardista está estrechamente ligado a la adopción e integración de tecnologías avanzadas para optimizar sus operaciones y cumplir con las demandas del mercado actual.

En el vertiginoso mundo de la logística y la distribución, los almacenes modernos son por tanto el núcleo pulsante que impulsa la eficiencia y la agilidad en la cadena de suministro. Mantener a la

vanguardia los CD nos lleva a explorar las tecnologías más innovadoras que están revolucionando la forma en que se visten estos centros que hablan de implementaciones automatizadas, robotizadas y de la inclusión de Inteligencia Artificial, permitiéndoles mantenerse al día en un mercado cada vez más competitivo y también reducir costos operacionales.

Sin embargo, es importante recordar que la tecnología por sí sola no garantiza el éxito; la clave radica en la integración inteligente de estas herramientas con los procesos y el talento humano existentes, creando un ecosistema logístico verdaderamente ágil y resiliente.

Es aquí donde queda en evidencia la importancia que tiene el partner que se escoja para diseñar e implementar una mejora en el CD que los lleve a un nivel superior en materia de eficiencia, productividad y, por supuesto, rentabilidad.

La tecnología ha ido ganando terreno y se ha ido acercando a las empresas de modo transversal, posicionándose como soluciones vanguardistas que salen en ayuda de las necesidades de la industria logística y así lo han entendido actores como Danich, Mindugar y Caltronics, quien -a través de sus respectivas cualidades y características, se han posicionado en el mercado como una alternativa real en el diseño e implementación de proyectos tecnológicos con foco en la mejora de la operación logística. A este respecto los ejecutivos de estos tres importantes actores del mercado se refirieron al momento actual que vive el desarrollo tecnológico en la industria logística chilena.

A este respecto, Fabian Contreras Barrios, gerente comercial de Danich, reconoció que "inicialmente había cierta resistencia o escepticismo hacia la automatización, debido a preocupaciones sobre la inversión inicial y el desplazamiento de trabajadores. Sin embargo, con el auge del e-Commerce y la necesidad de cumplir con pedidos rápidos y precisos, los usuarios han comprendido que la tecnología es fundamental".

Un análisis similar es el realizado por José Miguel Ferrand, director de Caltronics, quien aseguró que hoy en día la industria logística va en camino a automatizar todas sus líneas de movimiento de materiales. Este cambio obedece, a su juicio, a algunos "KPI que se produjeron durante la pandemia en donde hubo que desarrollar distintas alternativas para llegar con la entrega. En definitiva, el aumento en los costos de mano de obra, la necesidad de mantener un equilibrio en la cadena de suministro y no tener quiebre de stock ni tener sobredimensionado el stock va posicionado estas alternativas. Todo son temas principalmente de costos".

Para Bernardo Ossandón, gerente de División de Automatización de Mindugar, la aceleración de la penetración de estas tecnologías se dio cuando las ventajas de la operación tecnologizada se hicieron visibles. "Actualmente, ya no es una pregunta el tecnologizar o no, sino cuál es el nivel de tecnología que debemos implementar y cómo preparamos a la organización para este desafío", afirma Ossandón.

El acercamiento a las tecnologías ha sido paulatino para el mercado chileno. Sin embargo, hoy es imposible encontrar algún actor de la industria que no vea en la tecnología un aliado para su operación. Las posibilidades de han abierto, las tecnologías a la mejora de las operaciones y el desarrollo mismo de ellas, permite hablar de un sector maduro en cuanto a las posibilidades y a los resultados.

LAS SOLUCIONES HAN MADURADO

Todo proceso requiere su tiempo y el sector tecnológico no ha sido la excepción, pues con el correr de los años sus soluciones han sabido posicionarse, respondiendo a las distintas necesidades de una industria que ha sido además fuertemente demandada.

"La mirada hacia la implementación de tecnología en el sector ha madurado al reconocer que la inversión en sistemas in-

tralogísticos avanzados no sólo es un impulsor de eficiencia y competitividad, sino también una herramienta fundamental para cumplir con las expectativas de servicio, sostenibilidad, y adaptabilidad en el dinámico mercado del e-Commerce y la logística", reconoció Contreras.

En este camino de madurez han quedado evidencia factores que han sido claves para el éxito de los proyectos. A este respecto, el ejecutivo de Mindugar, aseguró que lo principal es "identificar el problema en forma correcta, ya que sin este paso, cualquier solución tecnológica no dará respuesta adecuada a la necesidad real".

Bernardo Ossandón
Gerente de División
Automatización en Mindugar

En esta línea, el director de Caltronics, enfatizó que el foco esencial de estos proyectos está en el levantamiento logístico y saber cuál es la mejor solución para cada cliente y para cada operación. "va a depender de este levantamiento el éxito del proyecto y para eso existen empresas dedicadas a evaluar y también aquellos hacemos desde el levantamiento hasta la implementación final".

"un buen levantamiento debe concluir con: "estos es y estos los diferentes productos tecnológicos que podemos usar y a su vez un análisis financiero. No generar un correcto levantamiento genera que la solución que puedan hacer diseñada no sirva y tengas que cambiar muchas veces la estructura de tu CD. La solución a implementar debe ser eficiente, adecuada y eficaz para tu operación, considerando que una operación de bebidas gaseosas no es la misma que una de productos congelados o una de producto de alto valor", comentó Ferrand.

Para Fabián Contreras, en tanto, el éxito en un proyecto de automatización en intralogística depende de varios factores claves como: **"Análisis de Necesidades, Planificación y Diseño; Selección de Tecnología; Integración de Sistemas; Pruebas y Validación; Capacitación del Personal y Mantenimiento y Soporte".**

No obstante, Ossandón advirtió que no se debe olvidar un factor indispensable como es: la gestión del cambio. "Una buena solución técnica sin los usuarios comprometidos no dará los resultados esperados. El compromiso con la gestión del cambio debe comenzar desde los niveles superiores de la organización hasta los usuarios directos del sistema, quienes serán finalmente los validadores del éxito de la solución".

En cuanto al nivel de madurez del mercado chileno, José Miguel afirmó que cada día están entendiendo más el mercado y eso obedece a cómo ha ido creciendo esta tendencia, "en nuestro caso tenemos 4 Centros automatizados y eso demuestra lo que se puede hacer y las tecnologías que existen. Además, las empresas se han dado cuenta que estas no son tecnologías de la NASA, sino soluciones de valores reales".

Es tarea de los actores de la industria tecnológica y de implementación acercar estas tecnologías a la realidad operacional chilena. Las alternativas de soluciones son variadas, pero cada mercado tiene sus cualidades, por ejemplo, en Chile el valor del m2, la altura de los CD, el costo de la mano de obra, el nivel de financiamiento de estas soluciones.

Fabián Contreras
Gerente Comercial
en Danich

Al ser consultados sobre qué áreas de la operación se ven favorecidas con estas implementaciones, los ejecutivos coincidieron en que los beneficios son diversos y se ven reflejados en distintas tareas como la recepción de mercancías, almacenamiento y gestión de inventarios, pick and pack, y el despacho de pedidos. Por tanto, todas las áreas de la cadena de suministro están vinculadas al desarrollo tecnológico, desde la digitalización de procesos de información hasta la adopción de tecnologías para automatizar y robotizar procesos físicos, siempre mirando a la eficiencia y productividad de los procesos.

PRESENTE Y FUTURO

Al reflexionar sobre el momento que vive la industria logística nacional, en cuanto a la implementación de soluciones avanzadas de automatización y robotización, los ejecutivos coincidieron en que el camino avanzado ha sido grande en Chile y que la penetración de estas soluciones ha ido de la mano de las ventajas que otorga en materia de eficiencia. Además, existe el consenso que esta evolución no se detendrá y la tecnología seguirá evolucionando.

José Miguel Ferrand
Director en Caltronics

Este buen momento de la industria tecnológica, según el gerente de Automatización de Mindugar responde a "un nuevo impulso basado en las aplicaciones de AI", cuyo impacto en la intralogística se verá afectada por aspectos como "automatizaciones más poderosas e inteligentes, asistencia digital en toma de decisiones, ejecución autónoma de procesos físicos o cognitivos (machine learning); todo esto potenciado por el intercambio y análisis de información en tiempo real".

Fabián apunta, en tanto, al desarrollo del e-Commerce como un impulsor de las implementaciones tecnológicas. "Las empresas logísticas que inviertan en estas soluciones estarán mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades de un mercado en constante crecimiento y evolución. El futuro de la logística en la región está marcado por una digitaliza-

ARRIMAQ DESCUBRE SEnS+

NUESTRO SISTEMA DE ASISTENCIA AL OPERADOR CON DETECCIÓN DE PEATONES Y OBJETOS

DETECTA PEATONES DISTINGUIÉNDOLOS DE LOS OBSTÁCULOS

LA PRIORIDAD ES LA SEGURIDAD DE LAS PERSONAS Y CONSIDERA SU INFLUENCIA EN LA EFICIENCIA Y LA PRODUCTIVIDAD.

DETECTA OBSTÁCULOS NO ESPECIFICADOS

NO ES NECESARIO LLEVAR ETIQUETAS

UTILIZABLE EN LUGARES DE TRABAJO EN LOS QUE LOS PEATONES ENTRAN Y SALEN SIN AVISAR.

3 NIVELES DE NOTIFICACIÓN

LAS NOTIFICACIONES USAN 3 NIVELES DE SONIDOS Y LUCES DE ACUERDO A LA DISTANCIA CON LOS OBSTÁCULOS.

AMPLIO RANGO DE DETECCIÓN

ÁNGULO DE DETECCIÓN: **130°**

DISTANCIA DE DETECCIÓN APROXIMADA: **10m**

EL RANGO DE DETECCIÓN PUEDE SER AJUSTADO DE ACUERDO AL AMBIENTE DE TRABAJO.

LA VELOCIDAD Y EL ARRANQUE DEL EQUIPO ESTÁN CONTROLADOS DE ACUERDO A LA DETECCIÓN DEL OBJETIVO, LA VELOCIDAD Y EL ÁNGULO DE GIRO

LAS NOTIFICACIONES USAN 3 NIVELES DE SONIDOS Y LUCES DE ACUERDO A LA DISTANCIA CON LOS OBSTÁCULOS.

EL RANGO DE NOTIFICACIÓN SE AJUSTA AUTOMÁTICAMENTE DE ACUERDO A LA DETECCIÓN DEL OBJETIVO, LA VELOIDAD Y EL ÁNGULO DE LA DIRECCIÓN

LAS NOTIFICACIONES INNECESARIAS PUEDEN SER MINIMIZADAS.

VENTAS@ARRIMAQ.COM - 600 381 5000 - WWW.ARRIMAQSTORE.CL

ción acelerada y una fuerte apuesta por la innovación para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.

Un factor no menor es el que destacó el director de Caltronics al referirse al momento económico global como un impulsor también de las tecnologías. "Cuando la economía está contraída las mejoras y las eficiencias operaciones son fundamentales. La industria de robotización en las que estamos insertas no solo buscamos el mejor producto a implementar, el diseño a ejecutar, sino también que sean eficientes en términos de costos. Hoy todo es costo, porque normalmente el costo logístico bordea entre el 8 o 10 % y se logra bajar a un 5% ese ahorro se va a la última línea".

"DEBIDO A LOS COSTOS DE M2 DE BODEGAJE, SE HA INTENSIFICADO LA NECESIDAD DE ALMACENAMIENTO DENSIFICADO CON UTILIZACIÓN DE SISTEMAS AS/RS. FINALMENTE TENEMOS TODA LA DIGITALIZACIÓN DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA CON SOFTWARES PARA PREDICCIÓN DE DEMANDA E INVENTARIO, PLANIFICADORES DE RUTAS DE DISTRIBUCIÓN (TMS), SISTEMA DE MANEJO DE BODEGA WMS Y MUCHOS OTROS EJEMPLOS"

En este escenario de modernización, según Ferrand también ganan los colaboradores que ven que hay nuevos puestos de trabajo con la robotización, dejando atrás el temor que había hacia estas tecnologías. "Estas soluciones generan fuerza laboral más capacitada y mejor pagada".

Mirando el futuro, Bernardo Ossandón afirma que verá "una fusión de las operaciones físicas y digitales hacia la implementación de un proceso cyber-físico, en que las capacidades de IA podrán tomar decisiones en tiempo real respecto a las operaciones logísticas y su manejo. Y si vamos más adelante y pensemos que al igual que en la industria manufacturera podamos disponer de herramientas para implementar "digital twins" que permitan desarrollar, experimentar y optimizar las soluciones tecnológicas a aplicar en nuestros proyectos antes de tener una implementación física, de esta manera los proyectos serán aún más completos e integrados en la cadena general de negocios".

Según José Miguel, el 2024 será vivirá un despegue de estos proyectos. "Hace unos cuatro años se pensaba que estos proyectos eran de alto costo y el financiamiento no era cercano, porque eran bienes alternativos que la banca no entendía. Nosotros hoy no sólo hacemos el levantamiento logísticos, sino también entregamos soluciones financieras y eso permite que una Pyme o Mediana empresa pueda desarrollar su Centro Logístico robotizado y pagarlo a 15 o 20 años. El financiamiento hoy existe y la banca está dispuesta a financiar estos proyectos porque ya lo conocen. Nosotros en carpeta y desarrollo tenemos aproximadamente 15 proyectos, lo que habla de un importante momento para el sector".

TECNOLOGÍAS QUE MARCAN TENDENCIAS

Hoy la tendencia mundial apunta a la integración de alta tecnología y desde esa base las distintas empresas van forjando sus proyectos. Una mirada amplia de la operación, una capacidad de análisis ante las oportunidad de mejora de las compañías, el conocimiento de las distintas tecnologías disponibles son algunas de las cualidades que hoy marcan diferencias entre los actores tecnológicos.

En este sentido, el foco de Danich está en 4 áreas principales dentro del rubro logístico: Robótica y automatización, Sistemas de clasificación automática (Sortation), Tecnología de identificación y Sistemas de almacenamiento automatizado y recuperación (AS/RS). "Estas tecnologías son clave para mejorar la eficacia de las operaciones intralogísticas y para responder a desafíos como el incremento de volumen de e-Commerce, la necesidad de tiempos de entrega más rápidos y la presión para hacer más eficientes las operaciones logísticas", enfatizó Fabián Contreras.

En tanto en Mindugar la mirada está en el movimiento y clasificación de materiales que se han desplazado desde "los métodos tradicionales de transporte por conveyors de diferentes tipos y clasificadores automáticos hacía movimiento y clasificación asistido por diversos tipos de robots en sus tipificaciones de AMR, Cobot, AG y similares".

Otra tendencia actual, según Ossandón, surge de las necesidades del e-Commerce como es el picking asistido por métodos "goods to person". También, "debido a los costos de m2 de bodegaje, se ha intensificado la necesidad de almacenamiento densificado con utilización de sistemas AS/RS. Finalmente tenemos toda la digitalización de la gestión logística con softwares para predicción de demanda e inventario, planificadores de rutas de distribución (TMS), sistema de manejo de bodega WMS y muchos otros ejemplos". Para José Miguel Ferrand la IA marca tendencia. "Cuando robotizamos o automatizamos un CD la IA está inserta, porque todos los días el robot va aprendiendo, va mejorando su capacidad de entrega, su capacidad de guarda y va entendiendo que el cliente A, por ejemplo, saca dos veces al día y el cliente B una vez al mes; todo eso lo guarda para hacer el proceso más inteligente".

Así, automatizaciones, robotización y aplicación de Inteligencia artificial irán marcando el ritmo de modernización de los Centros de Distribución que siguen consolidándose como el corazón del proceso logístico, lo que obliga a las compañías a mirar, constantemente, las posibilidades de mejoras para mayor eficiencia. ■

ROCKTRUCK
LOGISTICS
ELECTROMOVILIDAD
ELECTRIFICANDO
EL CAMINO HACIA
una logística más verde
@rocktruck.cl
rocktruck
@rocktruck
WWW.ROCKTRUCK.CL

RFID: LA TECNOLOGÍA QUE SE ESTÁ IMPONIENDO EN LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN 4.0

ES UN HECHO DE LA CAUSA QUE LAS EMPRESAS ESTÁN INVIRTIENDO EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y EN AUTOMATIZACIÓN A FIN DE MAXIMIZAR LA PRODUCTIVIDAD, FIABILIDAD Y LA CAPACIDAD DE RESPUESTA DE SUS OPERACIONES INTRALOGÍSTICAS, INVERSIÓN QUE SOBRE TODO TIENE FOCO EN AQUELLAS TAREAS REFERIDAS A LA ADMINISTRACIÓN DEL INVENTARIO Y A LAS OPERACIONES DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS. EN ESTE PUNTO, LA PRECISIÓN Y LA VISIBILIDAD DE EXTREMO A EXTREMO SON CRUCIALES, YA QUE LAS INEXACTITUDES DE INVENTARIO Y LA FALTA DE EXISTENCIAS OBSTACULIZAN LA PRODUCTIVIDAD Y AFECTAN A LOS RESULTADOS OPERATIVOS DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y EL DE LAS EMPRESAS EN GENERAL, POR CONSIGUIENTE, MEJORAR ASPECTOS COMO LA VISIBILIDAD Y EL ANÁLISIS DE ESTOS DATOS ES CRUCIAL.

Ante este desafío permanente, una de las tecnologías que se ha abierto paso al interior de los almacenes logísticos es la Radio Frecuencia (RFID, Radio Frequency Identification); principalmente debido a su capacidad para rastrear y gestionar inventarios de manera automatizada, lo que imprime mayor eficiencia a la operativa intralogística, permitiendo una visibilidad en tiempo real de la ubicación y el movimiento de productos al interior del almacén.

A partir de la necesidad creciente de las empresas por optimizar la gestión de los inventarios y mejorar la visibilidad de sus activos a través de la cadena de suministro, la tecnología RFID ha acelerado significativamente su ritmo de adopción en la última década. Durante este periodo, cada vez más empresas han verificado el potencial de esta herramienta a la hora de alcanzar mayores niveles de eficiencia y productividad, eliminar errores y reducir costos y pérdidas.

A este respecto, Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile comentó que "en los últimos 5 años, la tecnología RFID ha evolucionado significativamente gracias a sus buenos resultados en términos de precisión, velocidad y capacidad de almacenamiento de datos. Además, se ha vuelto más asequible y fácil de implementar". Por ejemplo, comentó Navarrete "se ha utilizado para mejorar la eficiencia y la precisión del proceso de inventario, almacenamiento y transporte en la industria de la moda, pero no sólo eso, esta tecnología es capaz de adaptarse a distintos procesos logísticos, desde mejorar la productividad en el almacén hasta agilizar las experiencias del consumidor en las tiendas físicas".

Leonardo Navarrete
Gerente Comercial
en STG Chile

A partir de las ventajas que se derivan de su implementación, de acuerdo con lo expuesto por Navarrete, en Chile el RFID encuentra hoy su mayor aplicación en el segmento de Almacenamiento/Intralogística, "ya que permite rastrear, monitorear y gestionar el inventario de manera automatizada en tiempo real, mejorando visibilidad y por consecuencia la eficiencia y precisión del proceso de almacenamiento.

Además, el RFID ha optimizado procesos de recepción de mercancías y auditoría de bultos previo a su despacho. Por ejemplo, la empresa chilena de logística, DHL, ha implementado la tecnología RFID en su centro de distribución en Santiago, lo que ha mejorado la eficiencia y la precisión en sus procesos", comentó el vocero de STG.

Siempre en torno a su implementación, Fabian Audisio, Chief Revenue Officer de Boreal Technologies, agregó que en el mercado chileno hay una expansión muy importante en el área del mercado de pallets y cajas contenedoras con RFID, lo cual permite un gran avance en el control y manejo de inventarios en los centros de distribución. "Los sistemas RFID pueden escanear múltiples etiquetas simultáneamente y a larga distancia, facilitando la actualización en tiempo real de los niveles de inventario. Esto reduce significativamente la necesidad de realizar inventarios manuales, ahorrando tiempo y reduciendo errores", añadió el vocero de Boreal.

RFID SE IMPONDRÁ EN EL ALMACÉN DEL FUTURO

"Si bien la tecnología de RFID lleva años de uso en Chile, en general, su adopción ha sido lenta debido a la falta de concien-

cia y comprensión de sus beneficios", reflexiona Leonardo Navarrete, una brecha que en los últimos cinco años se ha ido superando, principalmente debido a la progresiva necesidad de las empresas de lograr mayores niveles de exactitud y visibilidad del inventario, así como mayores niveles de prolijidad en las tareas de preparación de pedidos y distribución.

Consultado sobre el nivel de adopción de esta tecnología a nivel nacional, en cifras, el vocero de STG indica que, si bien no existen datos específicos en torno a su índice de crecimiento en el país, es claro que su implementación ha ido en aumento. "La adopción de esta tecnología en el país ha sido progresiva. Hemos observado un aumento gradual en su implementación, con un incremento que refleja la creciente conciencia de sus beneficios. La tecnología RFID se ha convertido en una herramienta estratégica para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado logístico chileno. Lo anterior enfocado a operaciones propias e inserción de la tecnología como un elemento comercial diferenciador en el manejo de operaciones de terceros", comentó Navarrete.

Igual visión manifestó Audisio, indicando que "el proceso de adopción de la tecnología RFID en Chile se ha incrementado exponencialmente en los últimos 2 años, debido a la evolución de esta tecnología, y a la aceptación del uso de esta en la mayoría de las grandes operaciones logísticas".

Fabián Audisio
Chief Reveneu Officer
en Boreal Technologies

Ahora bien, a falta de cifras específicas respecto de su crecimiento y penetración a nivel local, resulta relevante consignar los datos publicados en el más reciente estudio de Zabra Technologies, análisis que establece que "seis de cada 10 empresas líderes logísticas en Latam están migrando a la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID) en sus operaciones intralogísticas".

De acuerdo con el documento, las empresas aspiran a aumentar la visibilidad de la cadena de suministro en los próximos cinco años a través de la implementación de tecnología RFID. En cifras, el 91% de los líderes logísticos a nivel mundial, encuestados por Zebra, esperan utilizar la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID) antes del 2028 y, específicamente a nivel Latam, la proyección de adopción de esta tecnología se eleva al 95%.

En torno a las aplicaciones de esta tecnología, el 58% de los responsables de la toma de decisiones en los almacenes y centros de distribución tiene previsto implantar RFID para: aumentar la visibilidad del inventario y a reducir la falta de stock, permitiendo una mejor gestión de costos e inventarios. Al mismo tiempo, se

espera que este tipo de implementaciones mejore la experiencia de consumidor final, considerando que su uso permitiría hacer más eficientes los procesos de distribución de última milla y la gestión de devoluciones. En este último punto, el estudio indica que un 83% de los encuestados afirma que "se encuentra bajo presión para mejorar el desempeño intralogístico, al tiempo que se adaptan a las cambiantes demandas de los consumidores en materia de comercio electrónico", retos que los motivan a implementar la tecnología RFID en sus procesos.

De acuerdo con lo expuesto, el crecimiento del comercio electrónico también se impone como un factor que motiva la aceleración de la adopción de las soluciones RFID. "Los errores en el inventario y la falta de stock siguen suponiendo un obstáculo importante para la productividad, según más del 80% de los empleados de los almacenes y los responsables de la toma de decisiones de la región", indica al respecto el documento, el que también establece que "el 95% de los empleados y el 79% de los tomadores de decisiones reconocen que necesitan mejores herramientas de gestión para lograr mayor precisión del inventario y determinar la disponibilidad de los productos".

Por otro lado, el estudio revela que el 72% de los tomadores de decisión de los almacenes y centros de distribución ya ha automatizado o tienen previsto automatizar los flujos de trabajo durante 2024. En este punto, el documento estipula que más de la mitad de los líderes logísticos cree que la automatización aumenta la eficiencia y la productividad de los trabajadores al reducir la preparación manual de pedidos, los errores y la duración de los ciclos; al tiempo que ocho de cada diez colaboradores de centros de distribución están de acuerdo en que el uso de más tecnología y automatización les ayuda a superar los objetivos de productividad", reflexiones que también afectarían positivamente el nivel de adopción de las tecnologías RFID en el almacenamiento logístico. Consultados respecto a las principales brechas que existen para que las empresas adopten la tecnología RFID en sus procesos intralogísticos o en otras etapas de la cadena de suministro, los expertos indicaron que el desconocimiento del potencial de estas soluciones suele ser el mayor escollo por superar. Al respecto, Fabian Audicio indicó que "principalmente vemos que las empresas pequeñas y medianas, aún deben comprender las funcionalidades y ventajas del RFID, lo cual aún no se ha logrado masivamente".

Por su parte, Leonardo Navarrete indicó que "las principales brechas para una mayor adopción de la tecnología RFID en Chile incluyen la inversión inicial, la necesidad de estándares y regulaciones más claras, así como la conciencia y educación sobre los beneficios de RFID. Superar estas barreras requerirá una colaboración continua entre las empresas, el gobierno y los proveedores de tecnología".

Por otro lado, agregó Navarrete, el costo de implementación de esta tecnología en ocasiones también se considera como un limitante, "sin embargo, pese a la incertidumbre y a mostrarse reticentes a una inversión tecnológica importante, el RFID trae grandes beneficios a corto plazo, con un retorno de inversión relativamente rápido", argumentó el vocero de STG, comentando que "en ocasiones, la incertidumbre de generar relaciones comerciales con proveedores no experimentados y un análisis deficiente del costo versus beneficio influye. Para superar estas brechas, es importante que las empresas comprendan completamente la tecnología a través de proveedores de tecnología RFID de confianza".

Ahora bien, en relación con otras aplicaciones de la tecnología de Radiofrecuencia en los procesos de la cadena de suministro, los expertos analizaron el potencial de estas soluciones en procesos claves como: la distribución de última milla. Al respecto, Audisio sostuvo que los procesos de última milla "aún no se han estandarizado a nivel mundial con utilización de RFID. No obstante, vemos como una muy buena posibilidad lograr automatizar procesos de última milla con esta tecnología, y creemos que su adopción va a crecer a medida que sistemas automatizados a nivel paquete final tengan la marca electrónica, y los almacenes cuenten con la tecnología adecuada.

Por su parte, Navarrete indicó que la adopción de esta tecnología en los procesos de transporte de mercancías, especialmente en la última milla, ha experimentado un aumento significativo en Chile, pero aún se considera incipiente. Sin embargo, tiene un gran potencial de mejorar la eficiencia y la precisión del proceso previo a la carga del transporte de mercancías, capacidad de rastreo en tiempo real y la gestión eficiente de la cadena de suministro. Estos son elementos clave que impulsan su adopción, mejorando la visibilidad y la seguridad en la entrega de productos al consumidor final".

Al mismo tiempo, agregó Navarrete, "la implementación de la tecnología RFID ayuda a reducir errores, minimizar pérdidas y devoluciones. Actualmente, por ejemplo, está siendo utilizada en la auditoría de bultos en andenes y estimamos que su uso se verá incrementado durante este año, convirtiéndose en una tecnología clave en este proceso".

Siempre en torno al impacto de esta tecnología en las operaciones logísticas, el vocero de STG indicó que diversas industrias, como la alimentaria, farmacéutica, automotriz y el retail han adoptado RFID, especialmente en el transporte de carga con requisitos trazabilidad de lotes y otros que requieren controlar cadenas de inocuidad alimentaria; "principalmente porque esta tecnología garantiza la integridad y trazabilidad de productos sensibles, asegurando un control preciso y eficiente durante todo el proceso logístico".

En conclusión, la tecnología RFID se presenta como una herramienta esencial para optimizar la cadena de suministro. Su evolución continua y la creciente adopción en diversas verticales demuestran su impacto positivo en la eficiencia operativa y la competitividad de las empresas en el dinámico entorno logístico actual. ■

SOLUCIONES DE INGENIERÍA WORD-CLASS

Diseños de ingeniería a medida
Análisis y optimización de procesos
eFulfillment
Gestión de inventarios
Gestión de proveedores
Value Added Services/ Co-Packing
Logística Reversa
Transporte
Distribución
Cross Docking
Última Milla
WMS, TMS, EDI, BI/BO
Programa de robótica y automatización
Equipos de implementación dedicados

LET'S BUILD OUR ID-LOGISTICS TOGETHER

www. id-logistics.com/cl - contacto@id-logistics.cl

INICIATIVAS QUE HACEN LA DIFERENCIA EN LA LOGÍSTICA URBANA

En enero pasado, la Fundación Conecta Logística presentó la guía "Recomendaciones de Logística Urbana para Municipios", documento que busca aportar al conocimiento y al desarrollo de medidas concretas que apunten a mejorar la logística urbana en las diversas comunas del país. A continuación, presentamos los highlights de este estudio que describe interesantes iniciativas para fortalecer la coordinación logística en entornos urbanos y promover un transporte de carga más eficiente y sostenible.

En Chile, al igual que en el resto del mundo, la logística como industria ha tenido la oportunidad de hacerse visible en el periodo de la pandemia COVID 19, donde se evidenció su carácter estratégico, sobre todo a nivel ciudadano. En este plano, la denominada Logística Urbana, como concepto, ha logrado gran protagonismo en el último periodo; y es que todas y cada una de las actividades que se desarrollan en la ciudad requieren de la transferencia de bienes y mercancías, sea para proveer alimentación, insumos para la manufactura, materiales para la provisión de servicios, retiro de residuos, creación y mantención de infraestructura, por mencionar algunos.

Considerando lo anterior, es claro que hacer más eficientes las operaciones relacio-

nadas a la denominada Logística Urbana es clave; dado que esta actividad tiene directa influencia en la disponibilidad de bienes, en las condiciones de habitabilidad de las urbes e incluso en los niveles de atracción de actividad económica.
Atendiendo a la importancia de la Logística Urbana, en enero pasado la Fundación Conecta Logística presentó la guía "Recomendaciones de Logística Urbana para Municipios", un documento que recopila interesantes iniciativas implementadas en diferentes latitudes y que son susceptibles de ser puestas en marchas en el país, teniendo como protagonistas a los municipios.

El compendio, desarrollado en conjunto por el área de Logística Urbana del Programa de Desarrollo Logístico del MTT y el área de Transformación Digital de Conecta Logística, apunta a los siguientes objetivos: Establecer ciertos principios de la Logística Urbana (LU) en el país, destacando este eslabón como parte fundamental del desarrollo logístico nacional; aportar al conocimiento y al desarrollo de medidas concretas que apunten a mejorar la logística urbana en las diversas comunas del país; generar un material práctico, didáctico y funcional para que los municipios puedan abordar y hacer propios los conceptos e implicancias de la logística urbana, analizar sus requerimientos y posibles proyectos, para finalmente, evaluar el desarrollo e implementación de iniciativas que apunten a la eficiencia de la logística urbana y a su consiguiente efecto en la calidad de vida de los residentes y usuarios de las comunas e impulsar buenas prácticas y la generación de iniciativas relacionadas a la logística urbana nacional, con el fin de fortalecer la coordinación logística en entornos urbanos y promover un transporte de carga más eficiente y sostenible

A la presentación del documento, Jorge Arias, profesional del Departamento de Logística Urbana del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), indicó que "en 2022, el área de Logística Urbana del MTT realizamos una encuesta en la cual establecimos que sólo un 6% de los municipios incluyen en su plan de inversiones temas asociadas a la logística urbana". A partir de esta cifra, indicó Arias, se evidencia la necesidad de que los municipios posean una guía que les permita generar iniciativas que apunten a mejorar las operaciones de logística urbana que se desarrollan a nivel comunal.

Ahora bien, al analizar la importancia de la Logística Urbana, sus efectos y oportunidades de mejora, el documento indica que la necesidad de abordar las potencialidades de esta actividad "surge debido a las particularidades y al gran desarrollo que la logística ha tenido en entornos urbanos que mundialmente albergan a más del 60% de la población, que generalmente cuentan con alta densidad poblacional y con infraestructura vial limitada para responder a las necesidades confluentes del transporte público, de carga, de provisión de bienes (donde se incluye el e-Commerce) y de los requerimientos de vehículos particulares, peatones, ciclistas y ciudadanos en general".

De acuerdo con los analistas del MTT, 87,8% de población chilena es de carácter urbano y, según indica el documento, se espera que la población urbana vaya en alza, "por lo que se puede inferir que estas zonas se verán cada vez más estresadas y con aún mayores requerimientos logísticos en los próximos años"; de ahí que hacer más eficientes los procesos de transferencia de bienes y mercancías al interior de las ciudades se torne crítica.

LOS MUNICIPIOS COMO ACTORES CLAVE

En Chile, los municipios son entes gubernamentales independientes capaces de determinar ciertas medidas o normativas que afectan a la LU, Es a partir de esta realidad que resulta importante que estos entes generen iniciativas o proyectos que apunten a maximizar la eficiencia de estas operaciones.

En esta línea, la mencionada guía apunta a visibilizar diferentes iniciativas y experiencias internacionales exitosas a nivel municipal que han logrado mejorar la logística urbana. Estas se han implementado en comunas de diversa envergadura, lo que se espera ayude en su aplicación en Chile entendiendo las realidades disímiles que los municipios presentan desde el punto de vista de sus presupuestos, territorios, población fija y flotante, desarrollo de infraestructura entre otros. A continuación, presentamos cinco de las diez iniciativas propuestas en la guía:

IMPLEMENTACIÓN DE ZONAS DE BAJA EMISIÓN. Esta medida se relaciona directamente con otras políticas o planes urbanos de mejoras a la calidad del aire o de tratamiento de zonas saturadas. Con-

siste en restringir el acceso, circulación o estacionamiento de ciertos vehículos a una zona determinada. Adicionalmente pueden incluirse barreras fijas o móviles y esquemas normativos que permitan la aplicación de tarifas o multas.

Esta iniciativa es recomendada para comunas con centros altamente saturados, con presencia predominante de comercio, hotelería, restaurantes, catering y empresas proveedoras de servicios que puedan adaptarse a las nuevas restricciones. El municipio debe contar con recursos de fiscalización.

Según estipula el documento esta medida busca la "reducción de contaminación y uso energético en zonas saturadas, donde el transporte es una de las fuentes de mayor contribución al problema. Es también una herramienta que contribuye a disminuir la congestión y aumentar los niveles de seguridad en la convivencia vial con otros modos y con los peatones".

PLATAFORMAS LOGÍSTICAS DE DISTRIBUCIÓN URBANA Y METROPOLITANA. Este tipo de plataformas permiten la transferencia de carga desde camiones de larga distancia a camiones de distribución urbana. En ellos, las mercancías pueden ser ordenadas y paquetizadas nuevamente para optimizar el último tramo de distribución.

Esto aumenta la eficiencia del transporte en la misma ciudad, en que la consolidación de cargas reduce la cantidad de viajes realizados. Se recomienda en ciudades o áreas metropolitanas con gran población y una fuerte componente industrial (en particular, para aquellas con una infraestructura vial de baja capacidad). Esta medida propuesta busca proteger la habitabilidad de las ciudades, preservar la infraestructura y minimizar el impacto del transporte de alto tonelaje. De acuerdo con el documento, "esta infraestructura debe responder a los requerimientos de empresas de transporte, distribuidores locales, entre otros".

Así, "se requerirá una plataforma amplia en una zona segura que permita la gestión de carga y del transporte para una optimización de las entregas en vehículos de menor tamaño (idealmente de menores emisiones). Además, se debe intentar maximizar la ocupación de los camiones, para tener menor cantidad de vehículos en circulación y reducir el impacto económico y medioambiental. Las plataformas logísticas se ubican en la periferia de las ciudades. De esta forma se reduce el potencial riesgo de "logistics sprawl" (dispersión logística) y el posible aumento de los requerimientos de transporte", estimó el documento.

"A diferencia de las plataformas logísticas de distribución urbana y metropolitana, este tipo de infraestructura se ubica dentro de la ciudad, tiene capacidad menor y mayor rotación de vehículos. Esto también se alinea con las políticas de sustentabilidad de los grandes generadores de carga, quienes pudieran adherirse tempranamente a través de apoyo financiero o como usuarios"

CREACIÓN DE CENTRO DE DISTRIBUCIÓN URBANO. La ciudadanía demanda ciudades que faciliten la movilidad, beneficien la calidad de vida y respondan a los nuevos comportamientos de la población (compras por internet, exigencia de despacho al día siguiente, despacho de comida rápida, entre otros).

A su vez, el comercio dispone de menos inventario (debido a los altos precios de las superficies comerciales), generando así requerimientos logísticos crecientes. Para cumplir con lo anterior, se requieren numerosos viajes, que se repiten en destino debido a los diversos orígenes de la carga.

Los centros de distribución urbano permiten gestionar la consolidación y desconsolidación de carga para optimizar los viajes y la distribución. Según estipula la guía, esta iniciativa permite la llegada a todas las zonas a través de vehículos de tamaño menor y baja emisión.

"A diferencia de las plataformas logísticas de distribución urbana y metropolitana, este tipo de infraestructura se ubica dentro de la ciudad, tiene capacidad menor y mayor rotación de vehículos. Esto también se alinea con las políticas de sustentabilidad de los grandes generadores de carga, quienes pudieran adherirse tempranamente a través de apoyo financiero o como usuarios", indica el documento.

USO DE VEHÍCULOS DE MENOR TAMAÑO PARA DISTRIBUCIÓN EN ZONAS CONGESTIONADAS. El desarrollo de las baterías en los últimos años ha permitido que el precio, tamaño y peso de los vehículos eléctricos disminuya.

Esta mayor accesibilidad posiciona a los vehículos eléctricos como una solución para la distribución de carga en zonas congestionadas y de difícil acceso para camiones. Además, el uso de este tipo de vehículos es una alternativa de baja contaminación, que complementa virtuosamente el uso de bicicletas de carga o carros de arrastre.

Se recomienda para áreas de gran congestión, en que el tamaño de los envíos es pequeño y la vialidad permite el desplazamiento seguro de vehículos menores.

De acuerdo con lo estipulado en la guía, "estas medidas generan un cambio en la forma de distribución, ya que el tamaño del envío se reduce para que un vehículo menor haga despachos de menor distancia en una zona establecida, reduciendo el impacto de vehículos mayores".

Al mismo tiempo, el estudio indica que "la implementación de esta medida debe ser acompañada de facilidades de acceso para vehículos de mayor tamaño a infraestructura en la que se pueda hacer la transferencia de carga a desde los vehículos de mayor a tamaño a los de menor tamaño".

GENERAR HORARIOS DE CARGA Y DESCARGA QUE INCLUYAN HORARIOS NO PUNTA. La infraestructura urbana y los espacios para realizar actividades logísticas sufren una alta demanda durante determinadas horas del día que coinciden con alto tráfico de transporte público y de vehículos privados, lo que produce congestión vehicular. Esta congestión disminuye en horarios nocturnos o en periodos no punta, en que las operaciones logísticas podrían realizarse en menor tiempo, disminuyendo la variabilidad en los horarios de entrega y los gastos de combustible producidos por los tiempos de traslado y operación.

Se recomienda especialmente en zonas con alta presencia de comercios, hoteles, restaurantes y catering. También, en zonas turísticas de alta confluencia en que los horarios de congestión son extensos, por lo que afectan la calidad de vida de la ciudadanía y la eficiencia de los servicios logísticos urbanos. De acuerdo con el estudio, esta propuesta "facilita la compatibilización de las operaciones logísticas en áreas urbanas que tengan un uso intensivo de transporte público o privado. Incluso, se puede utilizar para aquellas destinadas a uso peatonal o recreativo". Así, el uso para operaciones logísticas de horarios valle libera capacidad de las vías en horarios diurnos o de punta.

"La aplicación y éxito de esta medida dependerá de la coordinación con todos los actores intervinientes, con el tipo de vehículos a utilizar (que deben producir menor ruido) y con la flexibilidad del comercio para desplazar actividades diurnas a horario nocturno", indica el documento. Hoy, las naciones, la vida de sus habitantes y el desarrollo de sus economías, dependen en su totalidad, de los procesos de la logística, que incluye las transferencias de carga a nivel internacional, interregional y local donde finalmente llegan a los puntos de consumo. Es por lo anterior que resulten tan relevantes implementar las iniciativas descritas; las que contribuyen a generar condiciones en las ciudades que faciliten contar con un buen desempeño en el movimiento de mercancías, lo que a su vez permitiría a las ciudades ser más competitivas, mejorando su capacidad de brindar servicios, por ejemplo, habilitándolas para proveer de capacidades productivas sean de bienes como de servicios (banca, el comercio o el turismo), así como de mejores condiciones de habitabilidad, lo que repercute en una mayor atracción de población residente o flotante que busquen gozar de dichas condiciones.

La relación de los procesos logísticos con el desarrollo de las ciudades ha sido tema de análisis durante muchos años. Intentar unir tanto la actividad logística como el desarrollo amigable de las ciudades no ha sido tarea fácil, más aún cuando el comercio electrónico impulsa fuertemente a la última milla que se desenvuelve plenamente en las urbes. La aparición de microhubs urbanos, los dark stores, entras medidas, hablan de la importancia de generar espacios adecuados para el desarrollo logístico. ■

HISTÓRICAMENTE, LOS PUERTOS MARÍTIMOS HAN SERVIDO COMO MEDIO PARA FACILITAR EL COMERCIO Y EL SUMINISTRO DE MATERIALES Y ENERGÍA. EN EL FUTURO PREVISIBLE, SE PREVÉ QUE LOS PUERTOS TAMBIÉN ASUMAN UNA NUEVA FUNCIÓN COMO CENTROS DE ENERGÍA RENOVABLE. EN ESTE SENTIDO, Y CON EL PROPÓSITO DE DESCARBONIZACIÓN DE LA ECONOMÍA GLOBAL, LOS PUERTOS MARÍTIMOS CONTRIBUIRÁN SIGNIFICATIVAMENTE A LA TRANSICIÓN HACIA ECONOMÍAS MÁS VERDES. AQUÍ UN EXTRACTO DEL DOCUMENTO PREPARADO POR EL EXPERTO.

HIDRÓGENO VERDE Y LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PUERTOS MARÍTIMOS DEL MUNDO!

El Hidrógeno (H2) verde puede ser la piedra angular para conectar diferentes sectores industriales y económicos, como el marítimo, el del petróleo y el gas, el turismo de cruceros, la distribución y transformación a granel, las centrales térmicas, los operadores de redes eléctricas y la energía eólica marina, que normalmente se alojan en zonas portuarias. La transición energética de los combustibles fósiles a las energías renovables es acción clave para descarbonizar la economía global. Esto, con el propósito de evitar los impactos negativos e irreversibles del Cambio Climático Global (CCG). Sin embargo, en la próxima década, la mayor parte de la energía necesaria seguirá procediendo de fuentes fósiles. Afortunadamente, la mayor tasa de crecimiento se observará en las fuentes de energía renovables.

De acuerdo al informe World Energy Outlook 2022 de la Agencia Internacional de Energía, la demanda de carbón alcanzará un pico en los próximos años, el gas natural se estabilizará a fines de la década de 2020 y la demanda de petróleo alcanzará un pico a mediados de la década de 2030 antes de comenzar a disminuir. Se espera que la proporción de combustibles fósiles en el suministro total de energía disminuya de poco menos del 80 % en 2020 a poco más del 60 % en 2040; alrededor del 60 % de toda la nueva capacidad de generación de energía hasta 2040 deberá considerar las energías renovables.

En este escenario, el interés por el H2 verde como posible combustible marino alternativo está creciendo: gracias a sus características favorables para aplicaciones marinas a bordo, garantiza una navegación con cero emisiones locales, alta densidad energética, no ser ni tóxico, ni corrosivo, y al ser potencialmente neutral en carbono sin plantas adicionales de captura y almacenamiento de carbono (como se necesita para el metanol); los puertos podrían desempeñar un papel central a la hora de establecer y sostener la demanda de H2 verde para el sector marítimo, no sólo habilitando una infraestructura de abastecimiento de combustible adecuada, sino albergando sitios de producción en zonas portuarias. Ya se han desarrollado y están funcionando en todo el mundo varios buques de H2, pero su uso generalizado todavía está limitado por diferentes aspectos.

Recientemente, el H2 ha atraído la atención en el debate sobre la transición energética y la descarbonización de la

economía global. Se espera que el H2 cubra hasta el 12 % de la demanda energética mundial para 2050. La transición al H2 verde no es simplemente un reemplazo de combustible, sino un cambio hacia un nuevo sistema con perturbaciones políticas, técnicas, ambientales y económicas. El 96 % de la producción de H2 se realiza mediante gas natural (H2 gris). El H2 azul (producido a partir de gas natural), se vuelve neutro en carbono mediante la captura y almacenamiento de las emisiones de CO2. El H2 verde (se obtiene mediante electrólisis, para dividir el agua en H2 y oxígeno), no tiene impactos de carbono, ya que la energía utilizada para la electrólisis proviene de fuentes renovables (eólica, agua, solar); la producción de H2 verde cuesta entre dos y tres veces más que el H2 gris o azul.

Por tanto, el uso de H2 verde como materia prima y combustible puede reducir las emisiones en la industria y hacer una contribución importante a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para 2030 y 2050. Cuando se produce en momentos y lugares donde los recursos de energía solar y eólica están disponibles en abundancia, el H2 renovable puede respaldar al sector eléctrico, proporcionando almacenamiento a largo plazo y a gran escala, además de mejorar la flexibilidad de los sistemas energéticos al equilibrar la oferta y la demanda.

El interés actual en el H2 verde está impulsado por un mayor enfoque en las emisiones netas cero, combinado con una importante caída de los costos de la electricidad renovable y un reciente aumento del costo de los combustibles fósiles debido a las tensiones geopolíticas y la guerra en Ucrania; así, se espera que la demanda de H2 verde despegue a mediados de la década de 2030. Para entonces, el H2 verde debería haber llegado a competir en costos con el H2 de combustible fósil a nivel global. En consecuencia, para la Unión Europea el H2 es prioridad en la transición energética. En julio de 2020, la Comisión Europea lanzó la estrategia para la integración de sistemas energéticos y la estrategia (por separado) para el H2; explora el potencial del H2 renovable para ayudar a descarbonizar la UE. Ese mismo mes, se creó la Alianza Europea por un H2 Limpio, con el objeto de apoyar el despliegue a gran escala de tecnologías de H2 limpio para 2030, reuniendo la producción de H2 renovable, la demanda de la industria, el transporte; fijando objetivos para el uso de energías renovables en combustibles para el transporte, requiriendo básicamente inversiones en combustibles verdes basados en H2.

De hecho, un buen número de puertos marítimos a nivel global desempeñan papel esencial como centros de importación o exportación de energía, operando grandes flujos de combustibles fósiles como carbón, petróleo crudo y gas natural. El gas llega, ya sea a través de buques (transportadores de GNL), utilizando terminales especializadas en aguas profundas, o a través de gasoductos, que terminan en la zona portuaria. Los puertos marítimos suelen albergar grandes plantas de energía.

La disponibilidad de terrenos y agua de refrigeración, y la presencia de grandes clientes industriales, son algunas de las razones para que las empresas productoras de energía establezcan negocios en zonas portuarias. Si bien muchos parques eólicos se instalan en alta mar o en zonas abiertas en el interior del continente, varios puertos marítimos albergan parques eólicos, instalados en rompeolas o en estrechas extensiones de tierra cerca del mar.

La presencia de centrales eléctricas e infraestructura de distribución de energía genera empleos directos y valor agregado, no sólo para las propias centrales eléctricas, sino también para las plataformas de distribución de energía y para las operaciones de las terminales (manejo de carbón, gas, otros). La planta también es una importante creadora de empleos y valor agregado en otras industrias y servicios, como empresas de ingeniería, empresas de construcción, empresas de mantenimiento y reparación, empresas de estudios e inspección y servicios de seguridad. La transición energética desafía a los puertos centrales energéticos existentes, preparándolos para una futura disminución de las actividades relacionadas con los combustibles fósiles y para adoptar la producción, operación y almacenamiento de energías renovables, entre ellas el H2 verde. Potencialmente, esto puede tener implicaciones de gran alcance para los puertos.

Se espera que el H2 verde asuma un papel destacado en el nuevo panorama energético emergente en los puertos. De hecho, los puertos pueden desempeñar un papel crucial en la producción y distribución de H2 verde. Son nodos importantes, dada la demanda local actual y futura de H2, los parques marinos emergentes y como cruces de nodos de transporte, algunos de los cuales podrían pasar al H2 o combustibles relacionados (buques, barcazas, camiones). Además, la infraestructura y las capacidades de manipulación de los puertos marítimos los convierten en ubicaciones privilegiadas para el almacenamiento y distribución de H2.

Los puertos marítimos pueden servir como centros para la exportación de H2 verde a otros países, ayudando a impulsar la transición global hacia la energía limpia. Los puertos marítimos que buscan una posición sólida en el H2 verde (centros de energía y materias primas y productores; ofrecer energía verde asequible a todos los actores de las zonas portuarias, en todo momento, para mantener la gran industria en la región) tienen el desafío de estar activos en todas las partes de la cadena de valor del H2.

Varios países dependen en gran medida del envío de combustibles fósiles importados, especialmente ante la falta de oleoductos o conexiones ferroviarias con los países exportadores. Hoy día, el 31 % del comercio marítimo en peso se compone de combustibles fósiles, y el petróleo y el carbón transportados por buque representan respectivamente el 16 % y el 11 % del comercio marítimo mundial. En el mercado de la energía, los sitios de producción generalmente están ubi-

cados cerca de los sitios de extracción y procesamiento, mientras que el consumo generalmente se distribuye en diferentes lugares. Así, el transporte marítimo y los puertos globales se vuelven fundamentales, actuando como centros energéticos para recibir, producir y/o suministrar energía tanto a los distritos urbanos como a los industriales. Además, las industrias asentadas en los puertos marítimos pueden beneficiarse directamente de un acceso inmediato a las materias primas, gracias a los costos de transporte reducidos y al acceso más fácil a múltiples proveedores.

Por tanto, una ubicación favorable, una red de oleoductos bien desarrollada, una sólida conectividad marítima a nivel mundial, infraestructura logística y terminales de última generación, ecosistemas industriales eficientes, que funcionen bien y una sólida base de clientes son factores importantes que permiten a un puerto marítimo desempeñar un papel importante y pionero en una economía emergente del H2 verde, posicionándose como un centro de importación, tránsito y producción de H2 verde. Tanto la producción local como las importaciones juegan un papel crucial en esto. Se espera que los primeros proyectos relacionados con las importaciones de energías renovables tomen forma entre 2025 y finales de esta década. Se llevan a cabo amplios estudios de viabilidad para analizar las regiones ideales de abastecimiento, preparar los puertos marítimos para recibir los transportadores de H2 verde del futuro y establecer proyectos piloto específicos en el contexto de una economía sostenible.

En la actualidad, la industria portuaria está participado en iniciativas más pequeñas sobre la producción y el uso de H2; varias empresas de logística planean producir H2 verde en sus instalaciones en zonas portuarias utilizando la electricidad proporcionada por los paneles solares de los almacenes, o utilizar equipos terminales o de transporte interno de la empresa impulsados por H2, conectados a estaciones móviles de servicio de H2.

En general, el enfoque en el H2 verde conecta a diferentes partes y estimula la colaboración entre cadenas de valor en los puertos marítimos y sus alrededores. De hecho, la Asociación Internacional de Puertos se unió a la Coalición Mundial por el H2 en Puertos en 2021. La coalición es parte de la "Iniciativa H2", dedicada a apoyar la ampliación del H2 limpio. en la economía global. El programa está gestionado por la Agencia Internacional de Energía.

Investigar la viabilidad técnica y económica de las posibles cadenas de valor del H2 verde es crucial para el desarrollo sostenible de la producción y el consumo de energía basados en el H2. La búsqueda de la forma más barata de producir y transportar H2 implica preguntas clave como: "¿desde qué distancia es más rentable transportarlo en buques?", "¿cuándo se podrían utilizar tuberías?" y '¿de qué forma se va a transportar el H2?" (gaseoso, líquido, unido a metales (hidruros metálicos) o carbono) y "¿cuándo se evitará la conversión nuevamente?" (ingresar inmediatamente a la industria en forma gaseosa).

En la actualidad, todavía hay bastante incertidumbre sobre cuál será el transportador de H2 preferido, en cuanto a las reglas y regulaciones, los estándares de seguridad y la certificación, y el impacto que tendrán en las cadenas de suministro de H2 (seguridad relacionada con el transporte de amoníaco cerca de áreas urbanas). Lo anterior, requiere de la alineación de esfuerzos respecto a estándares y certificación, a través de criterios de sostenibilidad comunes para el H2 comercializado, así como la alineación de metodologías para la certificación del H2 y esfuerzos para establecer estándares técnicos armonizados.

El H2 verde, al igual que el gas natural, requiere conversión para su almacenamiento y transporte debido a su baja densidad (0,084 kg/m3). La conversión se puede lograr de tres maneras: compresión, licuefacción y composición química. El H2 líquido (HL2) tiene una densidad de 70,8 kg/m3, y su volumen es 1/800 del H2 gaseoso, lo que aumenta la eficiencia de almacenamiento y transporte. Las formas de composición química prometedoras de H2 podrían ser CH2, HL2, amoníaco, metanol y los portadores de H2 orgánico líquido (PHOL). El H2 verde, en cualquier forma, puede llegar a su destino a través de oleoductos, camiones cisterna, camiones cisterna o buques. Para el transporte marítimo, los puertos son los enlaces más esenciales.

Las diferentes vías técnicas de conversión de H2 provocan diferentes características de los puertos y de los buques. La distribución se requiere una vez que el H2 llega al puerto. El envío es como las arterias, mientras que la distribución es como los capilares que transportan H2 a los usuarios finales. Los modos de distribución pueden ser a través de carrotanques, ferrocarriles, oleoductos y buques. Se requieren buques de abastecimiento de combustible si los usuarios finales son buques.

Por tanto, los puertos marítimos tienen el desafío de desarrollar la infraestructura necesaria para cada uno de estos transportadores de H2. El Instituto de Estudios Energéticos de Oxford ha demostrado que será extremadamente importante llegar a un acuerdo sobre el portador de H2 más apropiado, ya que esto hará que toda la cadena de valor del H2 sea más económica y eficiente. Aunque cada uno de estos combustibles tiene sus propias ventajas y ofrece un conjunto distintivo de beneficios, ninguno de ellos es perfecto ni posee las características de una solución perfecta para el transporte de H2. Es probable que el progreso tecnológico en otras aplicaciones de descarbonización, cambien drásticamente el enfoque hacia el transporte de H2 a larga distancia.

Independientemente de la solución técnica y los estándares elegidos, es probable que el H2 verde influya en la geografía del comercio energético, regionalizando nuevas relaciones energéticas, con el surgimiento de nuevos centros de

Sabemos como automatizar su operación logística...
ASDA
BOREAL 4.0
Boreal Technologies Chile SpA
www.borealtech.com
robots@borealtech.com

influencia geopolítica; se estima que más del 30 % del H2 verde podría comercializarse a través de fronteras para 2050; una proporción mayor que la del gas natural actual. Los importadores netos de energía, como Chile, Marruecos y Namibia, están emergiendo como exportadores de H2 verde, mientras que los exportadores de combustibles fósiles, como Australia, Omán, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos están considerando cada vez más el H2 verde para diversificar sus economías. De igual manera, estudios recientes indican de oportunidades comerciales concretas en Sudáfrica, México e Indonesia, que podrían aprovechar el alto potencial de energía renovable de sus países y crear un mercado de exportación para combustibles limpios derivados del H2 y al mismo tiempo generar empleos verdes.

Los países que esperan ser importadores, como Japón y Alemania, ya están desplegando una diplomacia dedicada al H2. En términos del equilibrio entre oferta y demanda, el potencial técnico para la producción de H2 supera significativamente la demanda global estimada. Por tanto, aprovechar el potencial de regiones como África, América, Medio Oriente y Oceanía podría limitar el riesgo de concentración de las exportaciones, pero muchos países necesitarán transferencias de tecnología, infraestructura e inversiones a gran escala.

De hecho, la producción y almacenamiento de H2 verde requiere grandes superficies. Esto desafía a los puertos a tener suficiente terreno disponible para tales actividades logísticas, lo que, para muchos puertos, no es una tarea fácil debido a la falta de terreno disponible. Se requiere superficie de terreno para electrolizadores y equipos relacionados, como transformadores, rectificadores, suministro de agua, torres de agua de refrigeración, separadores, secadores y compresores.

La importación de vehículos portadores de H2 verde requiere muelles e infraestructura de conversión para H2 líquido, amoníaco y/o transportadores de H2 orgánico líquido. De igual manera, es necesario espacio para infraestructura de suministro de energía, para el craqueo de amoníaco (conversión en H2) y para la recuperación de H2 orgánico líquido. Además, se requiere de espacio de almacenamiento para transportadores de H2 verde y estaciones compresoras para poder inyectar H2 verde en el sistema de tuberías.

En consecuencia, la producción y almacenamiento de H2 verde en los puertos marítimos requiere cantidad considerable de energía renovable y esto conlleva sus propios desafíos; el H2 pierde una cantidad considerable de energía cuando se produce mediante electrólisis de la energía eólica o solar, o cuando se vuelve a convertir en electricidad. Algunas fuentes apuntan a pérdidas de hasta el 60 % de la energía eólica inicial en el ciclo de energía eólica a H2 y de vuelta a electricidad. La generación de energía renovable, principalmente mediante energía solar y eólica, requiere la disponibilidad de un sistema de respaldo de plantas de energía convencionales.

Algunos puertos marítimos, en la actualidad, ya se han convertido en importantes ecosistemas industriales y logísticos, conectados con otros grupos industriales cercanos. Esto les da la posibilidad de ayudar a equilibrar el suministro de H2 verde y el surgimiento de la demanda necesaria para absorberlo, priorizando aplicaciones industriales difíciles de reducir para la demanda de H2, así como promoviendo la adopción de H2 en la logística portuaria (combustible para buques, barcazas y camiones, directamente o mediante transformación). en amoníaco o metanol) y aplicaciones industriales (materia prima/reactivo verde en la producción química, tratamiento de metales, procesamiento de alimentos o como combustible).

A través de iniciativas que promueven el transporte marítimo ecológico y el uso de combustibles marítimos renovables los puertos pueden contribuir activamente a aumentar la demanda de H2 y amoníaco para ayudar a descarbonizar el transporte marítimo. Dado que la oferta crea en cierta medida su propia demanda, la actual falta de instalaciones de producción de H2 verde a gran escala e infraestructura logística, combinada con un costo de capital intensivo y los riesgos de inversión asociados, pueden disuadir a la demanda de dar un paso adelante y adoptar esta solución limpia.

En una economía del H2 verde bien establecida, los puertos desempeñarán papel aún más fundamental dentro del comercio de energía. Los países con un exceso de producción de energía podrán vender su excedente en forma de H2 verde: el gobierno australiano ya propuso el desarrollo de centros de H2 cerca de las instalaciones portuarias para promover exportación de H2 verde e identificó los treinta puertos nacionales más adecuados para su establecimiento. Además, el Gobierno de Chile presentó su propia estrategia de H2 verde, haciendo que los puertos marítimos desempeñen un papel central en el manejo de la exportación de H2.

En Canadá, se ha proyectado que los puertos marítimos formen la columna vertebral para la exportación de H2 verde producido en la región central de Canadá. La estrategia canadiense sobre H2 verde señala que los puertos podrían beneficiarse del uso de H2 como combustible para vehículos pesados que operan en áreas portuarias, satisfaciendo la demanda de combustible necesaria en un solo lugar para impulsar el despliegue a escala y rentable de sistemas de H2 verde.

También se considera el uso de H2 para propulsar buques desde tierra y unidades de transporte y cuartos de refrigeración ubicadas en puertos marítimos. ■

Por: Ing. Alexander Eslava Sarmiento, Consultor Portuario – Especialista en Logística Internacional.

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

silo LOGISTICA

OPERADOR LOGÍSTICO ESTRATÉGICO

Expertos en logística inbound

para la cadena de suministro y comercio exterior

SERVICIOS A LA MEDIDA

- Almacenaje y bodega.
- Control de inventario en WMS.
- Recepción y despacho.
- Consolidado y desconsolidado de contenedores.
- Manejo y transporte de carga a granel.
- Seguro de carga y contendores.
- Servicios de valor agregado.

Contáctanos www.silo-logistica.cl

OFICINA CENTRAL

CENTRO LOGÍSTICO CASABLANCA

Av. Kennedy 5735 Of. 507, Las Condes, Santiago - Chile

Av. Alejandro Galaz 1662, Casablanca - Chile

contacto@silo-logistica.cl

+56 2 2432 1926

LOS EQUIPOS DESEMPEÑAN UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA EFICIENCIA LOGÍSTICA AL APORTAR SU CONOCIMIENTO, TRABAJAR EN EQUIPO, COMUNICARSE EFICAZMENTE Y MANTENER ALTOS NIVELES DE MOTIVACIÓN Y COMPROMISO. RECONOCER Y VALORAR SU CONTRIBUCIÓN ES ESENCIAL PARA CONSTRUIR UNA OPERACIÓN SÓLIDA Y RESILIENTE QUE PUEDA ENFRENTAR LOS DESAFÍOS DEL MERCADO ACTUAL Y FUTURO.

CORONA: LA IMPORTANCIA DE LOS COLABORADORES EN LA EFICIENCIA LOGÍSTICA

En el complejo entramado de la cadena de suministro, la eficiencia logística es fundamental para el éxito de cualquier empresa. Sin embargo, detrás de cada movimiento de mercancías y cada entrega puntual, hay un factor humano que a menudo pasa desapercibido pero que juega un papel crucial: los colaboradores. Estos individuos son la columna vertebral de la logística, y su contribución es esencial para garantizar que todo funcione sin contratiempos.

Los colaboradores en el ámbito logístico no son simplemente empleados, sino actores altamente capacitados que aportan y dan vida a cada uno de los eslabones. Desde planificadores de rutas hasta operadores del almacén y conductores de camiones, cada uno desempeña un papel único en el proceso.

Hoy está claro que la logística es un esfuerzo colaborativo que requiere una comunicación fluida y una coordinación precisa entre diferentes equipos y departamentos. Los colaboradores actúan como engranajes en una máquina bien aceitada, trabajando juntos para superar obstáculos y cumplir los parámetros establecidos. En este escenario de búsqueda constante de mejoras, la motivación y el compromiso de los colaboradores son elementos esenciales para ganar eficiencias a largo plazo. Sentirse valorados y reconocidos por su trabajo ayuda, pues la satisfacción laboral es el mejor impulso para un buen desempeño. Las empresas que invierten en el bienestar de sus colaboradores no solo fomentan un ambiente laboral positivo, sino que también cosechan los beneficios de una fuerza laboral comprometida y dedicada.

Reconocer la experiencia y habilidades son invaluables para resolver problemas, optimizar operaciones y mantener los estándares de calidad. Esto bien lo saben en Corona, empresa de retail chileno, quien ha reconocido el trabajo de cada colaborador en la optimización de su operación en el Centro de Distribución.

Los resultados obtenidos responden a una política de desarrollo y mejora continua, impulsada por la compañía, que tiene como objetivo hacer eficientes los

procesos, ganar en rentabilidad y mejorar los niveles de servicio; todo para satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir las promesas.

"No contamos con las tecnologías de punta, pero podemos destacar que hemos avanzado mucho en términos de eficiencias operacional con la gente que trabajamos", afirmó Andrés Ramírez, gerente de Logística de Corona Retail.

DISTRIBUCIÓN CON FOCO EN EL CLIENTE

El Centro de Distribución está en el corazón de la estrategia para optimizar la experiencia de los clientes. Así lo han reconocido en la compañía, quienes han hecho público, a través de sus redes sociales, el reconocimiento a la labor del equipo operacional. "Gracias a las mejoras implementadas, logramos disminuir un 50% los plazos de entrega en las compras realizadas, alcanzando 97,7% en el nivel de servicio NPS para más de 300 mil pedidos online. Además, disminuimos los reclamos en un 34,6%, respecto al periodo 2021-2022. Todo es posible gracias al trabajo colaborativo realizado por diferentes áreas de nuestra compañía como logística, e-Commerce y tecnología. Juntos seguimos avanzando para mejorar la experiencia de nuestros clientes".

Andrés Ramírez
Gerente de Logística
Corona Retail

El mensaje, publicado en el perfil de LinkedIn de Corona Chile, confirma el rol de la logística en el éxito de la compañía y reconoce el trabajo realizado por el equipo operacional. "Nuestra gente trabaja día a día para responder a nuestros clientes y en esa línea hemos ido avanzando para optimizar procesos como, por ejemplo, manejo de inventarios, modificaciones del layout, mejorando nuestra productividad y nivel de servicios", afirma Ramírez.

A juicio de Rubén Arzola, subgerente de Operaciones -quien ha sido parte de Corona por más de 4 décadas y, por lo tanto, testigo del camino de mejora de la empresa- la clave de las mejoras alcanzadas está en la medición constante que se hace de las distintas aristas del proceso. "Medir es la única forma de ir mejorando. Sabes que nuestro trabajo diario da vida a la compañía, al abastecer desde acá a las más de 50 tiendas a nivel nacional y también al canal online", añadió.

ESTABILIDAD OPERACIONAL

"Hemos sabido adecuar nuestra operación a nuestra realidad. Las mejoras realizadas buscan siempre la estabilidad operacional de cada uno de nuestros procesos avalados bajo la norma ISO 9001. Estoy muy orgulloso de nuestro Centro de Distribución y de cada una de las personas que lo componen que han hecho posible y visible cada uno de los cambios y mejoras sin afectar nuestra operación", afirmó Andrés.

Debido al vertiginoso mundo logístico, los errores suceden y ser capaces de reconocerlos es fundamental para avanzar. Todo el camino de mejora impuesto por Corona responde al convencimiento de que es así como se pueden marcar diferencias y responder a los cambios que ha enfrentado el mercado, en términos de servicio, agilidad, rapidez y costos.

"El mundo cambia y nosotros debemos ser partícipe de ese cambio. De esta manera es como hemos ido avanzando desde pasar a entregar nuestros pedidos en 9 días hábiles a realizarlo con promesa de entrega en Región Metropolitana same day, next day o hasta 3 días hábiles y para el caso de regiones son 5 días hábiles, salvo la V, VII y VIII, en donde apuntamos a 3 días hábiles.

Para esto hemos generado innumerables eficiencias y aumentado nuestra productividad en operación, porque de otra manera no hubiese sido posible", recalcó Ramírez.

Los ejecutivos coincidieron en que lograr una mejora en el grado eficiencia se debe, no sólo, a un cambio en el modo de hacer las cosas, sino también a cambios culturales. "Cambios de procesos, nuestra certificación ISO 9001 y la implementación de procesos internos como SWITCH (reuniones diarias de 15 minutos donde se reúne la operación para conocer no solo aspectos operacionales sino también ánimos del equipo) ayudan a avanzar en este camino. Sabemos que adaptarnos a los tiempos es lo único que nos lleva a marcar diferencias", expresó el jefe de Operaciones del CD.

Algunos de los cambios implementados son, por ejemplo, en materia de Comercio Exterior donde hoy se ha dado visibilidad y seguimiento de los embarques, a través de un Freight Forwarder que aporta un sistema automatizado que muestra la información en línea de cada uno de los embarques.

"En el área de Supply Chain que ve particularmente el reabastecimiento en tienda hemos implementado un sistema que estamos piloteando en 7 tiendas a nivel nacional, cuyo propósito es lograr eficiencias en términos de inventario, maximizando las ventas.

En el CD las mejoras apuntan siempre a la eficiencia tanto en el mundo online como en la distribución a tiendas a través de cambios graduales, ya sea culturales como operativos, que apuntan a modificaciones en layout, medición de indicadores y alianza con partner logísticos", afirmó Andrés.

EL VALOR DEL EQUIPO

Los procesos que se realizan para optimizar la operación tienen un componente que es clave: el Colaborador que es la clave de todas las eficiencias.

"En Corona trabajamos con las personas, que son nuestro pilar fundamental y es por ellos que luego de un gran rabajoen conjunto con el área de Capital Humano

hemos aumentado los bonos de nuestros colaboradores para incentivar la productividad en nuestro equipo", reconoció Andrés. Para poder incentivar es fundamental, tal como aseguró Rubén, tener visibilidad de la operación, de los números y de interpretación".

Ambos ejecutivos enfatizaron en el valor e importancia del equipo. Incentivar la productividad, premiar el buen trabajo y mantener una cultura de reconocimiento es fundamental para el desempeño del área.

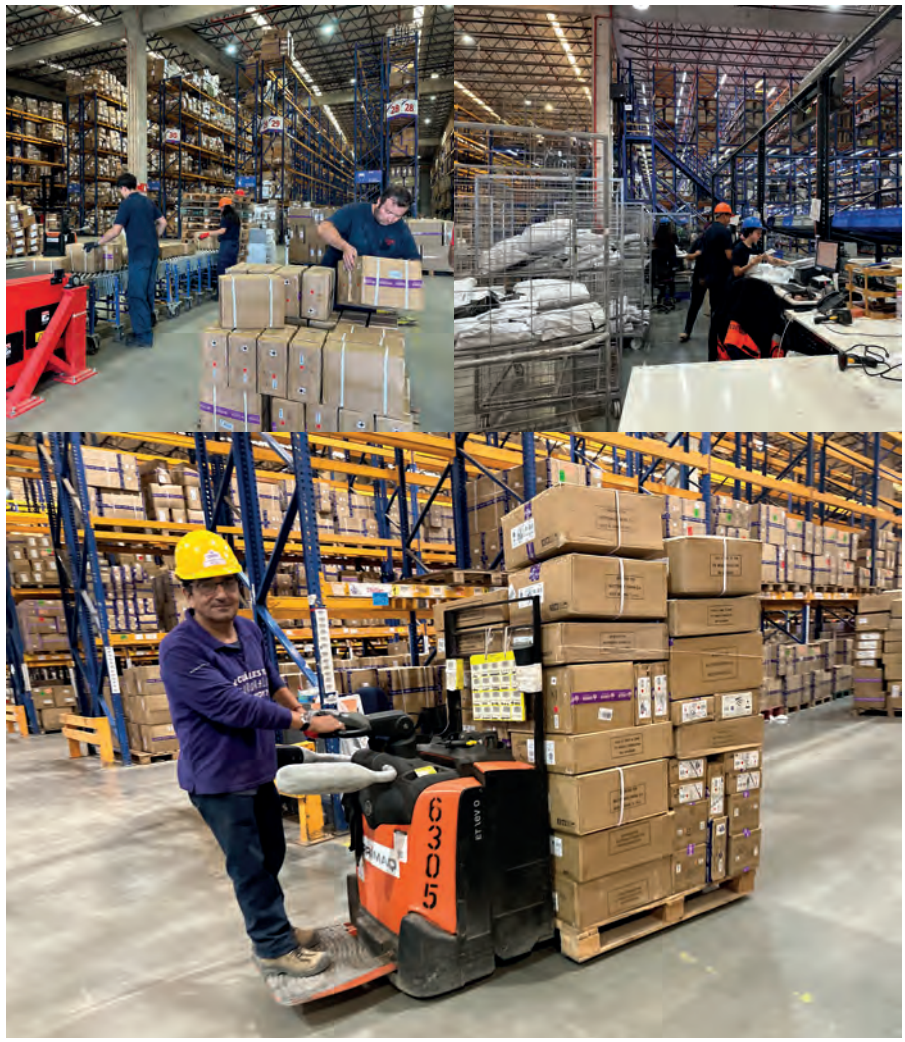
"El trato con las personas es clave para lograr las mejoras. Somos unos convencidos de que las buenas personas tienen que ser reconocidas. Nos preocupamos de contar con buenas personas y premiarlos, porque esta es la única forma de generar pertenencia y cariño con la empresa", recalcó Andrés Ramírez.

A reglón seguido, el subgerente de Operaciones del CD enfatizó en que "sabemos lo que falta y sabemos lo que sobra; y esa claridad es la que nos permite mantener una relación abierta con nuestros colaboradores y estamos seguros de que eso lo valoran".

De cara a lo que viene este 2024, el gerente de Logística comentó que en términos comerciales esperan un comportamiento similar al año recién pasado". Por lo tanto, el ejecutivo aseguró que, en medio de este escenario, la compañía debe seguir avanzando en proyectos de mejora continua.

Rubén Arzola
Subgerente Operaciones
Corona Retail

En este sentido, Andrés comentó, por ejemplo, que el foco en el canal online está hoy en las devoluciones y por supuesto, seguir potenciando la promesa de entrega. "Hoy vemos que nuestra operación no está lejos de ningún retail. Sabemos que podemos llegar a cualquier lado, respetando nuestra promesa de entrega", señaló. "Tenemos errores, pero aprendemos y mejoramos. Hay mucho espacio aún para movernos y avanzar en mejora continua y eso es un desafío que asumimos como equipo logístico.



Sabemos que la industria ha cambiado y en ocasiones compararnos con otros nos lleva a mejorar y eso no es malo, siempre y cuando consideremos nuestras dimensiones, nuestros servicios, nuestros productos y las cualidades de nuestra operación.

Aquí lo realmente importante es siempre poder cumplir con nuestros clientes y tenemos un equipo comprometido para lograrlo", concluyó Andrés Ramírez. ■

Las Mejoras de Corona en Cifras

Nivel de Quiebre: 2022 1,5% a 0,3% en 2024 • Aumento de productividad de un 40% • Nivel de servicio: 2021 88% al 98% del 2024 • Cambio de layout pasaron de 3 a 5 líneas de procesos en e-Commerce para poder entregar más de 300 mil pedidos.

CORONA

LOS PALLETS CERTIFICADOS ESTÁN MARCANDO EL CAMINO HACIA UN FUTURO LOGÍSTICO MÁS INNOVADOR Y SOSTENIBLE, TE INVITAMOS A SER PARTE DE ESTE CAMBIO

Con más de 18 años de sólida trayectoria en el mercado, nuestra empresa se enorgullece de ser el socio estratégico de confianza para nuestros clientes. Establecemos relaciones sólidas y duraderas con aquellos que nos eligen, basadas en la confianza y el compromiso. Nuestra dedicación y profesionalismo se reflejan en la manera en que atendemos y resolvemos las necesidades de su proceso logístico de manera eficiente.

Este es el sello actual de REDTEC, estamos preparados para acompañarlos en sus próximos desafíos.

Desafío Levantemos Chile

REDTEC SA se certifica como una de las primeras empresas con Sellos de RSE

REUTILIZA
RECICLA
REDUCE

Operamos con cobertura de Arica a Punta Arenas. Nuestra logística está soportada geográficamente con plantas de acondicionamiento y centros de acopio en distintos puntos del país, que garantizan nuestra atención.

Nos especializamos en la gestión integral, el mantenimiento óptimo y el control efectivo de su pool de activos logísticos, para garantizar que su operación fluya sin contratiempos. **Confíe en nosotros para llevar su logística al siguiente nivel.**

REDTEC
ADMINISTRACIÓN Y VENTA DE ACTIVOS LOGÍSTICOS

www.redtecsa.com

A partir de la crisis climática, el Canal de Panamá tiene actualmente un 36 % de menos de tráfico que el año anterior, y un 62 % menos que el previo, lo que supone pérdidas millonarias para el país centroamericano y para el comercio mundial, dado que esta vía fluvial concentra cerca del 6% del tránsito de contenedores a nivel global. Al otro lado del mundo, en tanto, el panorama no es mejor.

La tensión en el mar Rojo, por donde circula cerca de un 20 % de los contenedores del mundo, ha registrado una caída del 67% en el tránsito de contenedores (comparado con 2023), mientras que el impacto en el volumen total de mercancías que transitan por esta vía supone un porcentaje aún mayor. De hecho, los cargueros que transportan petróleo son ahora un 77 % menos que hace un año, y los que transportan gas -que sufrirían de manera más aparatosa un eventual disparo contra sus depósitos- han evitado por completo la ruta del mar Rojo desde el 16 de enero.

Esta bajada drástica del tráfico por el mar rojo se está reflejando en un aumento de precios -por estacionamiento imprevisto o por un mayor riesgo asumido por las aseguradoras- en grandes puertos como el de Shangái, donde los precios para las navieras han subido un 122 % en general, entre diciembre y el pasado viernes, porcentaje que sube a 256 % en el caso de barcos que van a Europa. Al mismo tiempo, el valor de los fletes navieros se ha incrementado en un 173% según datos publicados por Bloomberg.

Mientras el panorama adverso se mantiene y escala en las dos principales vías fluviales del mundo, los actores del comercio internacional intentan mantener la continuidad operativa de sus cadenas de suministro, lidiando con alzas tarifarias históricas y la extensión en los tiempos de tránsito; situaciones a partir de las cuales se advierte un nuevo escenario recesivo que podría poner en jaque a la economía mundial.

EL TRANSPORTE MARÍTIMO DE MERCANCÍAS A NIVEL MUNDIAL EXPERIMENTA, EN LA ACTUALIDAD, UNA GRAVE CRISIS A RAÍZ DE DOS EVENTOS QUE HAN PUESTO EN ALERTA A LOS ACTORES DEL COMERCIO EXTERIOR: LA GRAVE SEQUÍA QUE HA REDUCIDO A NIVELES HISTÓRICOS EL NIVEL DEL AGUA EN EL CANAL DE PANAMÁ Y LOS ATAQUES DE REBELDES HOUTHIS EN EL MAR ROJO QUE HA AFECTADO LA PERFORMANCE DEL CANAL DE SUEZ, EN EGIPTO..

PANAMÁ Y SUEZ. EN ALERTA ANTE LAS CRISIS QUE ENFRENTAN LAS PRINCIPALES VÍAS FLUVIALES DEL COMERCIO MARÍTIMO.

¿Cómo es que las dos principales vías fluviales del transporte de carga se han visto expuestas, al punto de asentar, lo que los expertos han denominado la principal crisis del transporte marítimo post pandemia? Veamos...

CANAL DE PANAMÁ A MERCED DE EL NIÑO

Hasta principios del siglo XX, los barcos que debían llegar a Asia o Australia desde el Océano Atlántico o viceversa debían realizar un viaje largo y peligroso, circunnavegando América; esto hasta que, en 1914, después de largos y dramáticos años de trabajo, se concretó la construcción del Canal de Panamá, una extraordinaria hazaña de ingeniería mediante la cual se logró unir el Océano Atlántico y el Océano Pacífico.

Básicamente, el canal funciona a través de un sistema de esclusas, donde los barcos suben o bajan para superar la diferencia de altura entre los dos océanos (26 metros). Tres juegos de esclusas, dos en el lado del Océano Pacífico y uno en el lado del Océano Atlántico, permiten a los buques cargueros sortear el relieve topográfico del istmo. Para implementar este complejo mecanismo de esclusas se utilizan las aguas del lago Gatún, embalse artificial creado específicamente para recoger las abundantes lluvias tropicales. Así, cuando un barco pasa por las esclusas, se introducen enormes cantidades de agua dulce para elevarlo hasta el nivel del lago, permitiendo el tránsito entre los océanos.

Durante 2023, gracias al evento climático "El Niño", Panamá se vio afectada por una sequía sin precedentes, afectando gravemente los niveles de reserva de agua dulce del lago Gatún, crítico para el funcionamiento del canal. Además, las altas temperaturas registradas durante el año pasado aumentaron la evaporación, contribuyendo a acentuar la reducción de la reserva de agua en el lago.

Cabe destacar que la extracción de agua para el funcionamiento de las esclusas es enorme. Se trata de 193 millones de litros por cada uno de los 12.000 barcos que transitan en promedio por la vía fluvial centroamericana. Así, a raíz de la histórica sequía, el nivel del agua en la parte de la dársena -por donde pasan los barcos entre las esclusas- se ha reducido en casi 2 metros con respecto a la media, causando problemas en el tránsito de los buques mercantes.

Los primeros signos de la crisis en el Canal de Panamá se evidenciaron en agosto de 2023, cuando se comenzaron a registrar tiempos de tránsito alargados y algunas empresas optaron por circunnavegar Sudamérica como alternativa, alargando tiempos y aumentando costos. A la fecha, la caída del nivel de agua en el Canal ha obligado a reducir los cruces de barcos en un 36%, con lo cual el gobierno panameño estima pérdidas económicas de entre 500 y 700 millones de dólares por la caída de peajes.

En este contexto, cabe señalar que las principales rutas que atiende el Canal de Panamá son la Costa Este de Estados Unidos-Asia; Costa Este de EE.UU.-Costa Oeste de Sudamérica, y Europa-Costa Oeste de Sudamérica, las que se están

viendo impactadas de una u otra forma por la crisis. Al mismo tiempo, por el Canal pasa todo tipo de carga, desde portacontenedores, el segmento estrella del negocio, hasta buques refrigerados con frutas, graneleros, gaseros y portavehículos.

En torno a los efectos inmediatos de la crisis hídrica, según un informe publicado por la consultora Moody 's Investors Service a fines de 2023, "los efectos negativos inmediatos los sintieron principalmente los importadores de materias primas y graneles secos, pero también los bienes enviados en contenedores. Los tiempos promedio de espera para transitar el canal han aumentado, siendo los petroleros y los graneleros los más afectados".

EL COMERCIO ENTRE ASIA A ESTADOS UNIDOS, EN TANTO, TAMBIÉN HA VISTO UN AUMENTO DEL DOBLE EN LAS TARIFAS EN LO QUE VA DEL AÑO, CON LAS TARIFAS DE FBX CHINA-COSTA ESTE Y CHINA-COSTA OESTE EN $5,398 POR FEU Y $3,232 POR FEU, RESPECTIVAMENTE. ESTO ES UN RESULTADO DIRECTO DE LOS DESVÍOS EN EL MAR ROJO, YA QUE MUCHOS SERVICIOS HAN CAMBIADO DE RUTA DESDE EL CANAL DE PANAMÁ HASTA EL CANAL DE SUEZ.

"Creemos que la perspectiva de restricciones durante un período prolongado aumentará los precios del transporte y la disponibilidad de cereales, productos derivados del petróleo, gas natural licuado y productos derivados del petróleo y ciertos productos químicos. Además, los buques portacontenedores deberán reducir sus cargas, lo que provocará retrasos que pueden alterar moderadamente las cadenas de suministro", indica el reporte.

Por otro lado, el potencial empeoramiento de la sequía plantearía riesgos importantes para las cadenas de suministro mundiales en general y para Estados Unidos en particular, según la consultora. "Creemos que un empeoramiento de la sequía perturbaba particularmente las exportaciones de materias primas y bienes de la costa este de Estados Unidos y el Golfo de México, como cereales, petróleo y gas, pero también perturbaría las importaciones de bienes de Asia a Estados Unidos. Una ausencia prolongada de lluvias provocaría una crisis en la cadena de suministro similar a la perturbación experimentada tras la pandemia", detalla el reporte.

EL MAR ROJO AL ROJO

A poco más de un mes de que iniciara la crisis en el Mar Rojo, derivada de los ataques a flotas mercantes por parte de rebeldes houthis, las medidas adoptadas por las compañías navieras que movilizan sus cargas por este territorio han generado diversos efectos en materia de tiempos de tránsito y alzas de tarifas. Y es que aproximadamente 18 líneas navieras decidieron evitar el Canal de Suez, y utilizar el Cabo de Buena Esperanza.

El desvío, representa más de 10 días de retraso en el transporte de mercancías, lo que ha impactado directamente a las tarifas de fletes, seguros de carga y niveles de contaminación. En este plano, según el índice de contenedores mundiales de Drewry (WCI) Global Composite, que rastrea las tarifas de contenedores en tiempo real, durante la cuarta semana de enero ya se registra un aumento del 173% en tarifas de fletes.

Si bien la mayoría de los envíos de contenedores se realizan bajo tarifas contractuales, según los expertos del ramo, el actual aumento afectará las tarifas contractuales negociadas este año.

Ahora bien, según el índice diario de Baltic de fletes (FBX), que rastrea las tarifas de contenedores en varias rutas, el promedio global de FBX alcanzó los $3,220 por FEU el miércoles 24 de enero, un aumento del 131% en lo que va del año. Así, el comercio entre Asia y Europa ha sido el más afectado, con los índices de FBX Asia-Mediterráneo y Asia-Europa del Norte registrando aumentos de 2.4 y 3.6 veces, respectivamente, desde finales del año pasado.

El comercio entre Asia a Estados Unidos, en tanto, también ha visto un aumento del doble en las tarifas en lo que va del año, con las tarifas de FBX China-Costa Este y China-Costa Oeste en $5,398 por FEU y $3,232 por FEU, respectivamente. Esto es un resultado directo de los desvíos en el Mar Rojo, ya que muchos servicios han cambiado de ruta desde el Canal de Panamá hasta el Canal de Suez.

Por otro lado, según datos publicados por la plataforma Platts, una división de S&P Global, la tendencia alcista de las tarifas se mantendrá. De hecho, los datos sitúan la tarifa de Asia del Norte-Mediterráneo en $6,500 por FEU y la tarifa de Asia del Norte-Europa del Norte en $5,200 por FEU, ambas aproximadamente cuatro veces más altas que las tarifas que se registraban en diciembre de 2023. Las tarifas de Asia a Estados Unidos también han experimentado un fuerte aumento, con la última evaluación de Platts en $6,000 por FEU para Asia del Sureste-Costa Este de Estados Unidos, $6,200 por FEU para Asia del Norte-Costa Este de Estados Unidos, $4,000 por FEU para Asia del Sureste-Costa Oeste y $4,400 por FEU para Asia del Norte-Costa Oeste de Estados Unidos.

En conclusión, tanto la crisis hídrica en panamá como la crisis de seguridad en el Mar Rojo ha tenido un impacto significativo en la industria del transporte marítimo de mercancías, y sus efectos se están sintiendo en varias rutas comerciales y, próximamente en el bolsillo de los consumidores finales que verán un incremento real en el precio final de los bienes de consumo. Considerando lo expuesto, es crucial que las empresas tomen medidas decisivas y planifiquen con anticipación para mitigar el impacto en sus cadenas de suministro. ■

SEREMOS TU ESLABÓN MÁS FUERTE

intercarry
LOGISTICA

- **+95%** Cobertura del país
- **+4.600** Despachos de pedidos diarios
- **+2.000** Puntos de entrega al día
- **+1.000** Colaboradores
- **+99%** de cumplimiento

ALTO ESTÁNDAR LOGÍSTICO PARA TU CADENA DE ABASTECIMIENTO

COMERCIAL@INTERCARRY.CL
+569 5017 5040
WWW.INTERCARRY.CL

EL NUEVO PROFESIONAL REQUIERE UNA PREPARACIÓN INTEGRAL QUE COMBINE CONOCIMIENTOS TEÓRICOS ACTUALIZADOS, EXPERIENCIA PRÁCTICA, TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA Y HABILIDADES BLANDAS. LAS ACADEMIAS ESTÁN ADAPTANDO SUS PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA SATISFACER ESTAS DEMANDAS Y RECONOCIENDO, POR TANTO, EL NUEVO ROL ESTRATÉGICO DE ESTE EJECUTIVO Y PREPARÁNDOSE PARA TENER ÉXITO EN EL DINÁMICO Y DESAFIANTE CAMPO DE LA LOGÍSTICA.

PREPARANDO AL NUEVO PROFESIONAL LOGÍSTICO: EL PAPEL DE LA ACADEMIA

En un mundo donde la eficiencia logística es esencial para el éxito empresarial y supply chain se ha transformado en un valor estratégico para las compañías, la demanda de profesionales altamente capacitados en este campo está en constante crecimiento y eso obliga al mundo académico a rediseñar su camino y buscar las formas de colaborar en la preparación del "ejecutivo" de la nueva logística.

Desde la gestión de cadena de suministro, el diseño de estrategias, el manejo de inventario hasta la optimización de rutas y la implementación de tecnologías emergentes, el rol de este profesional es fundamental para garantizar el flujo eficiente de bienes y servicios.

Pero ¿cómo se está preparando la academia para formar a estos nuevos expertos? En este reportaje, exploramos los enfoques y miradas que los académicos están adoptando para cultivar la próxima generación de talento en logística y supply chain.

Cabe recalcar que una de las piedras angulares en la preparación de profesionales de la cadena de suministro y logística es asegurar que los programas académicos reflejan las demandas del mercado. Esto implica una constante revisión y actualización de las mallas curriculares y la elaboración de programas de posgrado que vayan en línea de las necesidades académicas de un líder de la industria, tales como las últimas tendencias, el rol estratégico y financiero de la gestión de la cadena de suministro, tecnologías y también habilidades blandas propias de un liderazgo.

Los programas de estudio deben ser diseñados de manera que proporcionen a los estudiantes una comprensión profunda de los fundamentos teóricos, los cambios de paradigmas en la industria.

Supply chain es un campo interdisciplinario que abarca una amplia gama de áreas, desde la gestión de operaciones hasta la cadena de suministro sostenible y la analítica de datos. Por lo tanto, la preparación de profesionales debe ser multifacética, integrando conocimientos de disciplinas como la ingeniería, la economía, la gestión empresarial y la tecnología de la información.

Los programas académicos deben fomentar un enfoque holístico que permita a los estudiantes comprender cómo cada aspecto de la cadena de suministro se relaciona entre sí y cómo pueden aplicar soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad que son, sin duda, los factores que demanda la industria moderna.

Con un doble rol, académico del Máster de Supply Chain Management de la Universidad Adolfo Ibáñez y gerente general de IMOLOG, Alexander Czischke hace un análisis de la relación existente entre la academia y las necesidades de la industria logística, reconociendo una brecha entre las necesidades de las empresas y la oferta de las universidades en la formación académica de los profesionales de supply chain y logística.

"No hay una demanda satisfecha. Hay, por ejemplo, pocos programas de posgrado, entre ellos Master Supply Chain-UAI y la preparación pregrado es bien general y no aborda todo; por lo tanto, los profesionales del área se forman en las mismas empresas y esa es una realidad en Chile", afirma Alexander, quien también es parte del directorio del Supply Chain Council Chile (SCCC), desde dónde impulsan acciones para disminuir la brecha y ayudar a las universidades, por ejemplo, en la elaboración de las mallas curriculares que respondan a las nuevas demandas.

"NO HAY UNA DEMANDA SATISFECHA. HAY, POR EJEMPLO, POCOS PROGRAMAS DE POSGRADO, ENTRE ELLOS MASTER SUPPLY CHAIN-UAI Y LA PREPARACIÓN PREGRADO ES BIEN GENERAL Y NO ABORDA TODO; POR LO TANTO, LOS PROFESIONALES DEL ÁREA SE FORMAN EN LAS MISMAS EMPRESAS Y ESA ES UNA REALIDAD EN CHILE".

En esta línea, Juan Fernando Vargas, académico y consultor, coincide con Alexander y reconoce la distancia que existe entre la academia y las reales necesidades de las empresas. "Una de las dificultades es la lentitud con la que se mueven las universidades, por ejemplo, en las modificaciones a la malla curricular. Muchas de las dificultades que tienen se van resolviendo sobre la marcha", afirmó

Fernando, quien también tiene una doble mirada del problema al ser académico y también miembro de la industria; y desde ahí asegura que "hay muchas acciones que buscan resolver esta brecha", unas con más éxito que otra.

Vargas comentó que una buena opción son programa de preparación para profesionales que juegan un papel intermedio entre la academia y la industria y que tiene la finalidad de "prepararlos para cumplir específicamente con lo que la industria necesita y hacerlos más empleable".

EL CONOCIMIENTO AMPLÍA LA MENTE

En el mundo logístico hay dos mundos. Uno que está relacionado con la ingeniería más dura y que vemos en la práctica, abordando temáticas de alta complejidad como la analítica de datos, la optimización de operaciones; y un segundo mundo, enfocado más a la estrategia y la gestión que busca conectar la estrategia del negocio con la cadena de suministro para finalmente cumplir el propósito de la empresa.

De acuerdo con Alexander Czischke , "la academia ha avanzado más lento que el ritmo propio de la industria", recalcando que hay una desconexión entre lo que requiere la industria con la oferta académica. "Uno ve que todas las empresas tienen RR. HH, finanzas, comercial y logística o supply chain, pero, sin embargo, ahí no hay mucha formación. Eso demuestra que la industria se ha ido forjando desde la experiencia", enfatiza el académico del Máster de la UAI.

Actualmente, el rol que tiene supply chain dentro de la compañía ha cambiado hacia una mirada más estratégica y de negocio y así lo entienden los académicos.

"Una empresa para que pueda competir es necesario que tenga una cadena de suministro que cumpla su rol. Esa lógica es muy importante que el gerente de supply chain tenga esa mirada estratégica para entender muy bien el escenario y cuál es el propósito y estrategia para -en base a eso- saber cuáles son sus capacidades y así poder diseñar una gestión estratégica de la cadena de suministro", afirmó el docente de la UAI. El profesional debe ser capaz de leer el escenario actual de la industria y diseñar el camino para cumplir con la estrategia de la empresa. El profesional debe abrir la mente hacia el nuevo rol que tiene y ahí las herramientas que tenga marcan diferencias.

Para Fernando, en tanto, es vital que los profesionales jóvenes sepan identificar: "¿Qué necesito como profesional de la logística para ser muy empleable?". Esa es la pregunta que, a su juicio, debería mover a los profesionales, enfocándose así en la preparación de habilidades específicas como manejo de software, mirada tecnológica, etc.

Sin embargo, Vargas cuestiona en parte el rol de los cursos de posgrado en la preparación de los profesionales del área. "Un recién egresado no es bueno que se sume a un programa de magister, por ejemplo, porque no sacan provecho a esos conocimientos, ya que les falta madurez profesional y experiencia para aprovechar esa información.

"Creo que a las empresas les importa bien poco que los profesionales tengan continuación de estudio. Lo que más importa a la industria es que tengan las habilidades claras y específicas que estén relacionada con lo que busca el mercado. La clave está en ser un profesional que señale con fuerza Sé esto y soy bueno en esto otro. La industria necesita hoy habilidades claras y no una mirada holística de los conocimientos que a veces se pierden", enfatizó Fernando Vargas.

ÉNFASIS EN HABILIDADES BLANDAS Y MIRADA CRÍTICA

La logística es, sin duda, un área atractiva para el desarrollo profesional y, por eso, es vital desarrollar las habilidades y co-

nocimientos que permitan el crecimiento en esta industria.

Conocimiento financiero, una mirada tecnológica y crítica de la operación y, por supuesto, habilidades blandas son algunas de las herramientas que, a juicio de Alexander, son parte fundamental para que el ejecutivo se pueda posicionar en la compañía y a nivel de industrial.

Un factor atractivo en la industria de hoy es la tecnología que desempeña un papel cada vez más importante en la logística moderna, desde sistemas de gestión de almacenes hasta algoritmos de optimización de rutas y seguimiento en tiempo real. Por lo tanto, es crucial que los futuros profesionales logísticos estén familiarizados con las herramientas y plataformas tecnológicas más relevantes en la industria. En este sentido, Fernando reitera que el conocimiento tiene que están basado también en la experiencia, en conocer las herramientas y sus usos prácticos.

Alexander Czischke
Académico UAI
y Director de SCCC

Las instituciones académicas están integrando el uso de simulaciones y software especializado en sus programas de estudio, proporcionando a los estudiantes la oportunidad de experimentar situaciones logísticas del mundo real en un entorno controlado y seguro.

"CREO QUE A LAS EMPRESAS LES IMPORTA BIEN POCO QUE LOS PROFESIONALES TENGAN CONTINUACIÓN DE ESTUDIO. LO QUE MÁS IMPORTA A LA INDUSTRIA ES QUE TENGAN LAS HABILIDADES CLARAS Y ESPECÍFICAS QUE ESTÉN RELACIONADA CON LO QUE BUSCA EL MERCADO. LA CLAVE ESTÁ EN SER UN PROFESIONAL QUE SEÑALE CON FUERZA SÉ ESTO Y SOY BUENO EN ESTO OTRO. LA INDUSTRIA NECESITA HOY HABILIDADES CLARAS Y NO UNA MIRADA HOLÍSTICA DE LOS CONOCIMIENTOS QUE A VECES SE PIERDEN".

Además de conocimientos técnicos y experiencia práctica, los profesionales logísticos también deben poseer habilidades blandas como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. Las academias están reconociendo la importancia de cultivar estas habilidades en sus estudiantes a través de actividades extracurriculares, talleres de desarrollo personal y programas de liderazgo. El objetivo es formar no solo expertos en logística, sino también líderes capacitados que puedan enfrentar los desafíos del mundo empresarial con confianza y habilidad.

Según Alexander, para asegurar la relevancia y la aplicabilidad de su formación, el SCCC está estableciendo asociaciones con empresas del sector logístico. Estas colaboraciones pueden incluir proyectos

Fernando Vargas
Académico y Consultor

de investigación conjunta, conferencias de expertos invitados, programas de mentores y oportunidades de prácticas profesionales. La interacción directa con profesionales de la industria no solo enriquece la experiencia educativa de los estudiantes, sino que también les brinda una red de contactos invaluable y una comprensión práctica de los desafíos y oportunidades que enfrentan en el mundo laboral.

Este vínculo con la empresa privada es fundamental para la academia, según Fernando, pues de ahí puede sacar información en cuanto a las reales necesidades de la industria. Es una industria atractiva y de eso no hay dudas, pero el ejecutivo insiste en que la clave del profesional joven está hoy en la preparación exclusiva de las habilidades específicas que requiere la empresa y es ahí donde "un programa de preparación asoman como una buena alternativas, tanto para el profesional que se ve más preparado y en sintonía con lo que busca la industria y, también con las empresas quienes reciben finalmente un profesional que cumple con los requisito y en base a eso puede marcar diferencias con su trabajo".

En términos generales, Fernando Vargas enfatizó en que la clave del desarrollo profesional, desde la mirada empresarial, está en entender que "no hay que reclutar talento, sino que en preparar talento".

Finalmente, queda claro que la preparación del nuevo profesional requiere un enfoque integral que combine conocimientos teóricos actualizados, experiencia práctica, tecnología de vanguardia y habilidades. Las academias están adaptando sus programas educativos para satisfacer estas demandas, colaborando estrechamente con la industria y proporcionando a los estudiantes las herramientas y el conocimiento necesario para tener éxito en el dinámico y desafiante campo de la logística.

Cuando comienza un nuevo año y el mundo académico se prepara para recibir a los nuevos estudiantes se presenta una buena oportunidad para cambiar la mirada académica y encausar la educación de los próximos profesionales logísticos en el camino del futuro de esta industria.

El desarrollo de conocimientos y habilidades que adquieran los jóvenes hoy, serán las habilidades y los conocimientos de los profesionales logísticos del mañana que serán quienes den vida a supply chain. ■

Transgamboa®
EXPERTOS EN CARGA VALORADA

Comprometidos con la seguridad de tu carga valorada

Infraestructura robusta de seguridad con GPS, apertura de puerta a distancia

Móviles de acompañamiento en todos nuestros servicios

Atención personalizada en línea 24/7

Vehículos blindados bajo la norma III resistencia balística, proyectil calibre 9mm

Flota de 40 camiones. Contamos con furgón blindado que transporta carga equivalente a 22 pallets, 65 m^3

www.transgamboa.cl

+56 9 4074 1370 contacto@transgamboa.cl @transgamboa /transgamboa

EN LA OCTAVA VERSIÓN DEL EVENTO LOGÍSTICO SE ESPERA LA PARTICIPACIÓN DE MÁS DE 70 EMPRESAS PROVEEDORAS DE LA CADENA DE SUMINISTRO. ESTE 15 Y 16 MAYO, LA INDUSTRIA TIENE LA OPCIÓN DE CONOCER LAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIONES PARA TRANSFORMAR SU LOGÍSTICA Y SER UN LÍDER EN SUS RESPECTIVOS MERCADOS.

LOGISTEC SHOW: EL ENCUENTRO DE LA LOGÍSTICA CHILENA

En 2010, cuando la industria logística chilena se asombraba por las grandes inversiones en Centros de Distribución y se hablaba de una incipiente área de supply chain, Logistec lanzó la primera versión de Logistec Show con un gran éxito.

Tras el camino recorrido de innovaciones y aprendizajes, hoy se prepara la octava versión de Logistec Show 2024, que reunirá a los más importantes exponente de la industria logística, los días 15 y 16 de mayo, en Espacio Riesco, comuna de Huechuraba, Santiago.

"Trabajamos con entusiasmo para hacer de esta feria, el evento líder de la región. Este año estamos preparando un programa robusto con excelentes expositores que mostrarán las innovaciones, tendencias y soluciones de la industria con foco en potenciar la mejora continua de las operaciones", comentó Fernando Ríos, director ejecutivo de Logistec.

La organización del evento trabaja contra el tiempo para crear un evento transformador. "Sabemos que el ritmo de la logística moderna es rápido y que las necesidades son siempre buscar las eficiencias y la optimización; por eso estamos armando un programa donde las innovaciones y las tecnologías sean el centro. Queremos que Logistec Show 2024 se consolide como una oportunidad para vislumbra el futuro", afirmó Fernando. Durante los días del evento, los asistentes tendrán la oportunidad de explorar una amplia gama de productos y servicios presentados por los principales actores del mercado. Desde sistemas de gestión de almacenes hasta soluciones de última milla, pasando por tecnologías de automatización, robótica y de inteligencia artificial, esta versión de la feria ofrecerá una visión integral de cómo la innovación está transformando el mundo de la logística. Para ver en acción la operación habrá una zona demo, donde se exhibirá in situ la operación a escala de un fulfillment center, gracias a la integración y participación de importantes empresas como STG, Jungheinrich, AR Racking, BSF y Mindugar.

Más de 70 empresas darán vida a Logistec Show 2024, lo que ha sido un tremendo éxito con casi la totalidad de los espacios vendidos a meses del evento, lo que refleja, en parte, el interés de la industria por reunirse. Este buen ritmo de participación obligó a la organización a ampliar el espacio de exposición, superando los 5 mil m2. La 8ª edición contará con una serie de conferencias y charlas de expertos que compartirán sus conocimientos y experiencias sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta el sector logístico en la actualidad.

Para los participantes, la feria no solo será una oportunidad para establecer contactos comerciales y explorar nuevas asociaciones, sino también para inspirarse y obtener ideas que impulsen el crecimiento y la innovación en sus propias organizaciones. Otra de las innovaciones en esta versión de Logistec Show 2024 son las nuevas zonas dispuestas para hacer matchmaking con proveedores y visitantes. A través de una plataforma, la organización busca incentivar las interacciones entre los usuarios y los expositores. La principal característica de BTBOX es la posibilidad de agendar, gestionar y llevar a cabo reuniones dentro de un mismo entorno de manera presencial.

¡No te pierdas la 8ª edición de Logistec Show 2024! Un evento que conecta el mundo y optimiza el futuro de la industria. La modernización de tu cadena de suministro comienza en aquí. No te pierdas la oportunidad.

ARRIENDO DE **BODEGAS INDUSTRIALES**

CENTRAL BODEGAS®

OTRO ACTIVO LOGIS

NUEVA PLANTA SOLAR

NUESTRO COMPROMISO CON LA EXCELENCIA Y EL MEDIOAMBIENTE.

LA VARA 2

CENTRO DE BODEGAS **AUTOSUSTENTABLE**

+225.000 m² | 8 CENTROS DE ALMACENAJE

Lampa • Maipú • Renca • Pudahuel • San Bernardo

+15 AÑOS

CERTIFICACIONES

www.centralodegas.cl

+562 2608 2800

contacto@centralbodegas.cl

LAS BUENAS ALIANZAS SE CELEBRAN. ID LOGISTICS REALIZÓ UN EVENTO PARA DAR EL PUNTAPIÉ INICIAL A LA OPERACIÓN PARA GROUPE SEB, EMPRESA LÍDER EN PEQUEÑOS ELECTRODOMÉSTICOS Y EQUIPOS DE CAFÉ PROFESIONAL.

ID LOGISTICS INICIA OPERACIONES PARA EL CANAL ONLINE DE GROUPE SEB

Ambas compañías francesas comparten tanto la estrategia de trabajo colaborativo, como los valores de la innovación, tecnología y foco en el cliente. Las instalaciones están emplazadas en un parque logístico que contempla un conjunto de bodegas de gran formato y del más alto estándar en términos de construcción, tecnologías y servicios junto a un diseño logístico inteligente para almacenamiento de cargas generales, sustancias peligrosas y proyectos built-to-suit.

Según Andrés Torres, gerente de ingeniería de Id Logistics Chile , este proyecto contempla tecnologías como: Voice picking, inventarios con dron, impresoras portátiles para los pickers, cintas semiautomáticas para los procesos de B2B y B2C, face scan, trazabilidad de pedidos con cámara 360, equipos de litio para toda la operación. Estas soluciones darán vida al CD que se transforman en el primer almacén de e-Commerce de Groupe Seb en Latinoamérica. Junto con la creación de nuevos empleos, los equipos de ID Logistics y Groupe Seb también están trabajando para convertirse en una operación de carbono neutral y ser cero waste y en otros proyectos que aporten a la comunidad. Por parte de ID Logistics Chile estuvieron presentes en el evento, David Bottaro, Director General; Paula Aguilera, Directora de Marketing y Ventas y Eduardo Rojas, Gerente de Operaciones. Por parte de Groupe Seb Chile estuvo Humberto Mendes, Supply Chain Manager; Erika Ceballos, Customer Service Coordinator, y Nerio González, Logistics Coordinator. ■

TASA LOGÍSTICA

Somos aliados estratégicos
de nuestros clientes

www.tasalogistica.com

ALOG CHILE EN 2024. ENFOCADOS EN EL DESARROLLO DE LOS COLABORADORES DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

Siempre con el objetivo de contribuir al desarrollo de la industria logística nacional, en 2024 ALOG Chile ha dispuesto para todos sus asociados y para la comunidad logística en general una reforzada oferta de servicios de capacitación y certificación de competencias laborales para los colaboradores del sector. .

Inicia 2024 y las unidades de servicio de ALOG Chile: ALOG Capacita y Alog Certifica han renovado su oferta de capacitaciones y certificaciones de competencias laborales, considerando las nuevas normativas emanadas durante 2023 y las actuales necesidades y requerimientos de la industria logística nacional.

En este contexto, ALOG Capacita destaca por la configuración de una renovada malla de cursos de capacitación para la acreditación en el manejo y operación de mercancías peligrosas por vía aérea. La nueva malla de cursos normativos, acreditada por la Dirección Nacional de Aeronáutica Civil (DGAC), fue desarrollada en base a la nueva normativa de transporte de carga aérea impulsada por la Air Transport Association (IATA) a inicios de 2023. Al mismo tiempo, la configuración de las capacitaciones también es novedosa, ya que las capacitaciones se desarrollan en modalidad b-Learning (presencial y online).

Así, en la actualidad el OTEC pone a disposición de sus socios y de todas las empresas del ecosistema logístico, los siguientes cursos de capacitación normativa para la acreditación en el manejo y operación de mercancías peligrosas por vía aérea:

• Mercancías Peligrosas Función A, Función B y Función C • Revalidación de Mercancías Peligrosas Función A, Función B y Función C • Concientización de Seguridad Aeroportuaria Categoría 3 • Revalidación Concientización de Seguridad Aeroportuaria Categoría 3 • Concientización de Seguridad Aeroportuaria Categoría 9 • Técnicas y Normas de la Carga Aérea Internacional • Seguridad a la Carga y el Correo Aéreo Categoría 1• Revalidación Seguridad a la Carga y el Correo Aéreo Categoría 1 • Baterías de Litio

Al mismo tiempo, ALOG Capacita impartirá en 2024 los siguientes cursos complementarios:

• Aprender a Asegurar y Liquidar Cargas • Liderazgo, Comunicación y Gestión de Equipos.

Cabe destacar que los cursos normativos y complementarios desarrollados por el OTEC, pueden ser impartidos de forma exclusiva para empresas (cursos cerrados), o pueden ser realizados en cursos calendarizados (cursos abiertos).

CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

En 2023, el Centro de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales de ALOG Chile, ALOG Capacita, obtuvo la reacreditación por cuatro años por parte de Chile Valora. Bajo Resolución Exenta 47/2023 del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales, ALOG Chile A.G asume la responsabilidad de liderar los proyectos de certificación para colaboradores del rubro logístico a través de su CECCL, el que funciona desde el año 2014.

Así, durante 2024 y hasta febrero de 2026, el Centro de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales de ALOG Chile podrá acreditar los siguientes perfiles de cargos, propios de Bodegas y Centros de distribución.

• Administrativo(a) Logístico(a).
• Controlador(a) de Rutas.
• Customer Service - Servicio al Cliente
• Despachador(a) de Productos
• Encargado(a) de Inventario
• Operador(a) de Grúa
• Operario(a) de Bodega
• Preparador(a) de Pedidos
• Recepcionista de Productos
• Supervisor(a) de Operaciones Logísticas

En torno a la certificación de competencias laborales, cabe destacar que, para el primer semestre de 2024, ALOG Certifica ya trabaja en tres proyectos licitados de evaluación y certificación de competencias laborales, en los siguientes perfiles ocupacionales: Operador(a) de Grúa Horquilla y Operario(a) de Bodega. Además, el CECCL iniciará durante este periodo un programa de certificación para el perfil ocupacional Customer Service, en la empresa Acosta y Aguayo.

Siempre en torno a la ejecución de proyectos de evaluación y certificación de competencias laborales, es preciso indicar que todas aquellas empresas que deseen llevar a cabo este tipo de proyectos pueden hacerlo utilizando su Franquicia Tributaria Sence, con una cobertura tope del 90% en el costo final.

INTERSYSTEMS CHILE CUMPLE 8 AÑOS EN EL MERCADO DE SISTEMAS DE ALMACENAJE

En medio de un crecimiento anual sostenido, gracias a la calidad y competitividad de la oferta de productos y servicio, Intersystems Chile celebra ocho años de presencia en el mercado de sistemas de almacenaje chileno.

La compañía que se dedica a la implementación integral de sistemas de almacenaje para bodegas y centros de distribución de la marca AGUIA Sistemas de Brasil -cuyos productos son fabricados en una moderna y automatizada planta- disfruta del reconocimiento de sus clientes y el posicionamiento en un competitivo mercado como el de las estructuras y sistema de almacenaje.

Lo anterior, le ha permitido a Intersystems Chile ejecutar grandes proyectos para clientes de las áreas de e-commerce, industria de alimentos y bebidas, agroindustria, almacenaje frigorífico y seco y grandes operadores logísticos.

La oferta de la empresa contempla sistemas de racks selectivos, dinámicos, push back, drive in, racks multinivel para picking, rack compacto con radio shuttle car, transportadores para pallets y cajas, clasificadores (sorter) y sistemas automáticos con transelevadores y software de control.

Los objetivos de la empresa para este año son fortalecer el equipo técnico y comercial para lograr mayor cobertura en el mercado, seguir ampliando la oferta de productos y sistemas de almacenaje fabricados por AGUIA Sistemas, y profundizar las relaciones comerciales con clientes actuales y nuevos, para seguir contribuyendo al desarrollo y consolidación de sus negocios.

GPS CHILE ALIADO EN SEGURIDAD PARA LA MINERÍA EN CHILE

Más de 15 años lleva GPS Chile apoyando la gestión de distintas empresas de la industria de la minería para garantizar una vialidad más segura, eficiente y confiable, cumpliendo con los más altos estándares de seguridad y protegiendo a las comunidades circundantes.

La integración de tecnologías de vanguardia y un profundo entendimiento de las necesidades específicas de la industria minera han hecho que hoy GPS Chile sea un gran aliado.

Entre los beneficios claves de contar con las soluciones de GPS Chile se encuentran la distribución equitativa de la carga de trabajo por camión, la reducción de tiempos muertos innecesarios, el control del flujo de tránsito de sustancias peligrosas como agua, cal, la trazabilidad de carga y descarga, monitoreo de sobreestadías, el monitoreo de cerca las conductas de conducción agresiva para prevenir accidentes y garantizar un entorno seguro.

Las soluciones tecnológicas de GPS Chile elevan los estándares de seguridad en la minería chilena y su dedicación constante con la innovación y el compromiso con la excelencia consolidan a la empresa como un socio confiable para garantizar un futuro minero más seguro y eficiente en Chile.

CALTRONICS PRESENTA A SU NUEVO GERENTE GENERAL

En medio de su proceso de internalización y posicionamiento en los mercados, el directorio de Caltronics SpA, anunció a Patricio Lyon Valle como su nuevo gerente general, cargo que asumió el 01 de enero de 2024. El ejecutivo cuenta con una destacada experiencia laboral de más de 25 años en empresas comerciales, de servicios y logística, desarrollando su carrera en prestigiosas firmas, donde sus funciones han incluido planificación estratégica, desarrollo de negocios y control de gestión, entre otras, liderando hasta el 31 de diciembre de 2023, FRIOSAN, una de las empresas más importantes en la cadena de suministro y logística de congelados y primer operador logístico sustentable, automatizado y de operación continua en el área de bodegaje de congelados para el consumo interno y exportación desde la Región Metropolitana.

Lyon Valle posee un amplio reconocimiento en su gestión por lograr transformaciones estratégicas, planes de inversión y administración eficiente de contratos basados en sostenibilidad, seguridad laboral y colaboración pública – privada. Esta nueva etapa de la compañía CALTRONICS y su internacionalización a los diferentes mercados latinoamericanos y Estado Unidos, requieren de una visión completa de la industria de robotización y centros logísticos automatizados.

NRF 2024: STG ATERRIZÓ EN NUEVA YORK PARA DESCUBRIR LAS TENDENCIAS PARA EL COMERCIO MINORISTA

La tecnología ha marcado la pauta del retail durante los últimos años, agilizando cada uno de sus procesos para enriquecer y satisfacer la experiencia de un consumidor cada vez más phygital. Por ello, STG, con el objetivo de mantenerse a la vanguardia y ofrecer tecnologías que cada año revolucionan el sector, asistió a una de las ferias más importantes del comercio minorista en el mundo: NRF 2024.

Con una variedad de demostraciones para impulsar el éxito del sector, la compañía fue testigo de los próximos desafíos de la industria, donde la inteligencia artificial (IA), la robótica, la realidad aumentada, el metaverso y el RFID seguirán tomando fuerza para llevar al retail al siguiente nivel.

“El mercado evoluciona cada día y responder a las nuevas demandas y necesidades es urgente. Nuestro compromiso con los clientes es ofrecer servicios y soluciones de primer nivel. Por ello, participar de NRF nos permite no solo conocer e identificar tecnologías innovadoras y tendencias que marcarán al sector a nivel mundial, sino también a comprender hacia dónde se dirige la industria y cómo apoyar a las empresas para que se mantengan competitivas y a la vanguardia”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.

STG contó con la compañía de sus partners estratégicos; Zebra, Mojix, Soti y BlueYonder, quienes se encargaron de exponer sus principales soluciones para la industria. Asimismo, acompañó a sus clientes con el fin de asesorarlos e identificar las mejores innovaciones de manera personalizada para impulsar la productividad, maximizar las experiencias y automatizar cada proceso.

INVINSA CENTRAL BODEGAS INAUGURA PANELES SOLARES EN EL CENTRO LA VARA 2

Este 2024 comenzó con novedades en Invinsa Central Bodegas, ya que entró en funcionamiento la primera planta de paneles solares de la empresa, en el centro La Vara 2, de San Bernardo.

Se trata de 647 paneles solares, de 500 W de potencia cada uno, distribuidos en 2.490 m2, que están funcionando a plena capacidad, abasteciendo el consumo eléctrico de todas las operaciones del centro, tanto a las instalaciones propias como de los clientes.

Carlos Alberto Figueroa, gerente general de Invinsa Central Bodegas, señaló que: "estamos muy contentos, porque es un hito importante para nosotros como empresa y también para nuestros clientes, con quienes compartimos el compromiso de ir tomando medidas alineadas con la sostenibilidad".

Con este sistema se espera un autoconsumo promedio anual de 88%, y durante el verano generar una mayor cantidad de energía, permitiendo inyectar una parte a la matriz energética. Esta medida es la primera de varias plantas solares que se implementarán y que se enmarca dentro de la política de sostenibilidad de la empresa.

EMO-TRANS CHILE A LA VANGUARDIA EN EL CUMPLIMIENTO DEL COMPLIANCE

Desde sus inicios, el 2004, Emo-Trans Chile se ha enfocado en velar por desarrollar sus actividades, procesos y operaciones rigurosamente, de acuerdo con el cumplimiento de la Ley vigente y con los más altos estándares ético-profesionales.

Es por ello que Emo-Trans Chile decidió ir un paso más allá y diseñó e implementó un Modelo de Prevención de Delitos, según las directrices establecidas en la Ley N° 20.393 de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas.

Este Modelo es una representación fiel de la forma en que Emo-Trans Chile realiza sus negocios, apuntando a la integridad y la tolerancia cero a toda práctica ilícita. El objetivo detrás de estas acciones es brindar la máxima seguridad operativa a todos los clientes y stakeholders en cada actividad comercial, poniendo a su disposición canales de comunicación seguros y confidenciales.

Es por ello que, Emo-Trans Chile ha puesto a disposición de sus colaboradores, clientes y proveedores, el modelo de prevención, el código de ética y conducta. Además del formulario de denuncias, el cual lo puedes encontrar en: https://emotrans-chile.cl/compliance/

SILO LOGÍSTICA: EXPERTOS EN LOGÍSTICA INBOUND PARA IMPORTADORES Y COMERCIO EXTERIOR

Silo Logística, operador logístico estratégico, se ha especializado en la logística inbound para la cadena de suministro y comercio exterior, destacando por sus servicios ágiles y a medida.

Su centro de almacenaje de 13.000 m2 se ubica en Casablanca, territorio estratégico al estar entre los puertos de Valparaíso y San Antonio, transformándose en una ventaja competitiva no solo por la ubicación, sino que también por su organización, capacidad, recurso humano y tecnológico.

"Estamos ad-portas de cumplir 15 años como organización, tiempo en el que nos hemos podido consolidar y crecer como marca, prestando servicios a clientes internacionales y nacionales de diferentes rubros, destacando por nuestra excelencia al brindar un servicio completo, cercano y flexible", destacó Guillermo Undurraga, gerente comercial de Silo Logística. Este operador Logístico cuenta además con servicios de control de inventario, recepción y despacho, carga y descarga de contenedores, retiro de carga masiva, manejo y transporte de carga a granel, seguros de carga y contenedores y servicios de valor agregado.

TDS AMÉRICA AMPLIA Y MODERNIZA SUS EQUIPOS PARA ARRIENDO

Continuidad operacional garantizada y la última tecnología en equipos ofrece el servicio para arriendo de TDS América. Recientemente la compañía, con la finalidad de fortalecer esta oferta, complementó su parque de equipos en arriendo con nuevas unidades de capturadores de datos, terminales portátiles, sistema de toma de inventarios y solución de control de bodegas SCB. Isabel Aguayo, Sales manager de la empresa, comentó que "esta oferta es capaz de satisfacer las demandas TI puntuales de los usuarios, sin que tengan que incurrir en la compra de los activos, y evitando de paso, los costos asociados a dichas inversiones", afirmó la ejecutiva.

Las operaciones en el ámbito de la logística son cada día más variables, lo que implica que el uso de recursos tecnológicos dependa de las cargas de trabajo que se generen, es decir, la cantidad de personas y equipos será variable, de acuerdo a la demanda de servicios que se presenten. Esta realidad operacional da sentido y valor a la modalidad de arriendo.

En cuanto a la ampliación del parque de equipos en arriendo, Isabel Aguayo comentó que la medida buscar potenciar el Servicio de Arriendo, permitiendo a los clientes acceder a equipos de vanguardia de variados y distintos modelos, características, funcionalidades y marcas.

En cuanto a las proyecciones de TDS América para 2024, la Sales manager de la compañía afirmó que el foco está en "extender nuestras áreas de negocio, incorporando nuevos productos y servicios que sean beneficiosos y rentables para nuestros clientes, y que se ajusten a la realidad actual y venidera del año que enfrentaremos.

DESDE LA PRÁCTICA AL AULA: FOMENTANDO EL ENCUENTRO ENTRE EL SECTOR LOGÍSTICO Y LA ACADEMIA

En el dinámico y desafiante mundo de la logística, mantenerse a la vanguardia requiere una búsqueda continua de conocimientos, experiencias y perspectivas. Desde la integración de tecnologías emergentes hasta la adaptación a la constante evolución de la cadena de suministro, los actuales y futuros profesionales del sector logístico navegan por un contexto que exige agilidad y soluciones innovadoras. Así, complementar o reforzar los aprendizajes obtenidos en el aula con las últimas tendencias y lecciones del sector es fundamental.

Conecta Logística, en colaboración con el Supply Chain Council Chile, han organizado la iniciativa "Ciclo de Charlas en la Academia", la cual fomenta el intercambio de conocimientos e inspira a futuras generaciones que se encuentran formando en áreas relacionadas al sector logístico. A través de una serie de charlas de profesionales del mundo público y privado que se desarrollan en el contexto de una sala de clases, la industria converge con la academia y la teoría se encuentra con la práctica. Las charlas son abiertas a todo público en modalidad de formato híbrido combinando los ámbitos virtual y físico, brindando la oportunidad de conocer experiencias y novedades del sector logístico relatadas por sus mismos expertos y permitiendo a la audiencia interactuar con los oradores.

La edición 2023 de esta iniciativa es un testimonio de su éxito, al realizar 26 charlas en 9 universidades con expositores procedentes de distintos ámbitos del ecosistema logístico tanto del sector público como el privado. Cada una de las charlas sirvió como una ventana a una faceta específica del sector logístico, exponiendo a la audiencia experiencias profesionales, temáticas del presente y futuro y casos prácticos, en diversas áreas como comercio exterior, digitalización, desafíos postpandemia, logística verde, distribución de última milla, eCommerce, entre otras. En promedio, hubo 60 asistentes por sesión y los comentarios de los asistentes reflejan el éxito de la iniciativa, en donde 97% de los encuestados consideran que estas instancias contribuyen significativamente a su conocimiento en logística, reafirmando el valor educativo de éstas.

Un aspecto fundamental para el éxito de este proyecto, es contar con la disposición de profesionales, quiénes a través de su motivación, tiempo, rigurosidad y relevancia de los temas compartidos, han permitido transmitir aspectos claves del sector que permiten entender los aprendizajes, desafíos y oportunidades que se avecinan. El perfil de los participantes, con un 75% de estudiantes y un 25% de profesionales, refleja el interés, no solo de los alumnos, si no también de quienes hoy ejercen labores en el ecosistema logístico de estar al tanto de lo que sus pares están realizando en sus respectivas organizaciones.

Así, el "Ciclo de Charlas en la Academia" fomenta una oportunidad de aprendizaje continuo e intercambio de conocimientos tanto para estudiantes como profesionales que ya están inmersos en el sector. A medida que el sector logístico continúa evolucionando, iniciativas como estas desempeñan un papel fundamental en la formación de los profesionales y enciende el entusiasmo en la próxima generación de profesionales del sector logístico.

Dado los positivos resultados de la versión 2023, volveremos a repetir esta iniciativa durante el presente año. Las próximas charlas y modalidad de inscripción, serán publicadas en las redes sociales de Conecta Logística. ¡Esperamos contar con tu asistencia!

Javier Rivera, Gestor de Proyectos Senior del Área de Innovación y Prospectiva de Conecta Logística.

BSF PRESENTÓ INFORME DE GESTIÓN SOCIOAMBIENTAL 2021-2023

La empresa líder del bodegaje en Chile realizó un balance de las diversas iniciativas que impulsa como parte de su compromiso sostenible, centrado en generar confianza y cercanía con todas sus contrapartes.

Bodegas San Francisco (BSF), empresa líder en almacenamiento y socio estratégico de la industria logística, presentó su Informe de Gestión Socioambiental 2021-2023, donde se realiza un balance de los diversos avances alcanzados por la compañía en materia de sostenibilidad, alineados con un compromiso de contribuir positivamente al medio ambiente, la sociedad y la economía.

En el Informe de Gestión Socioambiental 2021-2023 de BSF se detallan iniciativas de distintos ámbitos. Por ejemplo, en materia de educación, destaca el programa **"Practica de profesionales para egresados"**, de liceos técnico-profesionales; y la colaboración con la empresa PPG en el programa **Colorful Communities**, mejorando espacios educativos.

Del mismo modo, el documento destaca los programas de **energías limpias** con un amplio uso de energía solar y más de 1.100 paneles solares instalados; flotas con más de 30 vehículos eléctricos y 6 electroestaciones de recarga; **planes de arborización** con más de 2.000 árboles plantados desde 2021; y el **reciclaje** de los residuos de sus clientes para una gestión eficiente bajo un modelo circular, entre otras múltiples iniciativas. Revisa el Informe de Gestión Socioambiental 2021-2023 de Bodegas San Francisco en **bsf.cl/sostenibilidad**

STRIX: LA NUEVA EVOLUCIÓN DE LOJACK

Los cambios abren nuevas oportunidades y así lo entendieron en Lojack que hoy migra a su nueva marca: Strix, transformándose en un importante hito para la compañía. Este cambio viene a reforzar la decisión de incorporar nuevas tecnologías y servicios que mejorarán la eficiencia del recupero de vehículos y que se centren en las necesidades actuales de los clientes.

"Consideramos que era momento de dar inicio a una nueva identidad, una nueva forma de pensar el negocio y, consecuentemente, una forma de dar lugar a nuevas soluciones. Para ello, fue necesario comenzar una transición marcaria que nos dé una identidad propia y que acompañe la transformación digital que nos propusimos y fue así como nació Strix, una marca en donde, a través de la tecnología y el análisis de datos, desarrollamos y brindamos soluciones innovadoras que dan certezas a nuestros usuarios para que vivan más tranquilos", afirma Federico Tommasini, Director Comercial.

Como parte de esta evolución, Strix diseñó una aplicación para el celular que integra distintas funcionalidades para proteger autos, motos, casas, comercios y personas. A su vez, se creó la plataforma Strix Flotas, una solución innovadora para empresas de logística enfocada en la gestión integral de flotas que permitirá controlar y analizar la operación de los activos en tiempo real.

ROCKTRUCK SUMA NUEVOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS A SU FLOTA

La startup de logística corporativa, Rock Truck integró recientemente nueve vehículos 100% eléctricos a su flota con el objetivo de continuar impulsando el avance hacia la movilidad sustentable.

Los nuevos furgones de 6 m3 de marca Voltera fueron adquiridos por la empresa, luego de que Lipigas hiciera una inversión de US$ 73,4 millones. "Esta incorporación a la flota entrega calidad, tecnología avanzada y permite estar a la vanguardia en el mundo de la logística. Además de aportar al medio ambiente en todo ámbito. La emisión de ruido es prácticamente nula, olores cero, CO_2 cero", resalta Felipe Oyarzo, gerente comercial de RockTruck.

Con estos nuevos vehículos la empresa totaliza 74 unidades eléctricas que en promedio recorren 227 km con una carga completa de batería. "Con una carga de ocho horas, que generalmente se realiza en la noche, se puede completar el 100% de la batería, eliminando el tiempo de tener que cargar durante la ruta", comenta Oyarzo. Desde RockTruck señalan que en 2024 esperan integrar más vehículos eléctricos e incorporar otros a gas natural licuado renovable (GNL-R)

MAYR-MELNHOF PACKAGING OPTIMIZA SU OPERACIÓN LOGÍSTICA CON AR RACKING

Mayr-Melnhof Packaging (MM Chile), subsidiaria chilena del grupo líder europeo en la fabricación y distribución de envases de papel y cartón, llevó cabo un proyecto integral de optimización logística en su Centro de Distribución en Santiago, Chile. El proyecto incluyó la implementación de sistemas selectivos de doble profundidad de AR Racking, especialista en soluciones de almacenamiento industrial.

Carolina Kanacri, gerente de Administración y Finanzas de MM Chile, destacó la necesidad de consolidar sus productos en una única bodega para mejorar la eficiencia operativa. "Teníamos varias bodegas arrendadas de materias primas y productos terminados, y además operadores logísticos. Decidimos apostar por una sola bodega, eso significó un gran proyecto para hacer más eficiente la operación. Y es por esto que correspondía implementar racks para optimizar el espacio en un solo lugar", afirmó la ejecutiva.

La elección de AR Racking se basó en la experiencia y eficiencia demostradas por la empresa en proyectos anteriores. "Vimos su trabajo en terreno, muy eficientes al implementar. Además, cumplieron a cabalidad con la Carta Gantt acordada y su proceso de fabricación es muy expedito. Es una empresa seria con respaldo multinacional y con referencias tangibles", explicó Kanacri.

Entre los valores agregados que llevaron a MM Chile a confiar en AR Racking, se encuentran la eficiencia, el know-how y el cumplimiento de acuerdos y expectativas, así como la calidad del producto final. "Son eficientes, tienen el know-how y cumplen con la planificación acordada; el tiempo era un factor clave en este proyecto. Además, se trata de un producto de calidad y bien diseñado. Cumplieron con nuestras expectativas", añadió la gerente de Administración y Finanzas.

#MSCJourneyToNetZero

MSC BIOFUEL SOLUTION

DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN: POR UN IMPACTO CERO EN LA ATMÓSFERA

MSC Biofuel Solution es nuestro primer programa certificado de insetting, que reduce las emisiones de CO_2 en tu cadena de suministro y en nuestras operaciones, además de acelerar la descarbonización de nuestra industria. Todos salimos ganando: MSC utiliza biocombustible sostenible y tú te beneficias del ahorro de CO_2. Nuestro destino está claro. Naveguemos juntos en este viaje.

msc.com/biofuel

MOVING THE WORLD, TOGETHER.

Eficiencia Automatizada
Vehículos Autoguiados AGV
Controlados por un software inteligente, los vehículos autoguiados AGV solucionan sus tareas de transporte de forma segura y eficiente.
Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl
JUNGHEINRICH