

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



¡PROMESAS ROTAS! RECLAMOS EN EL COMERCIO ONLINE



LOGISTEC
EDICIÓN
142
JUN | JUL 2024

SUPPLY CHAIN: E-COMMERCE Y LOS CLIENTES IMPULSAN LA LOGÍSTICA
E-COMMERCE: EL E-COMMERCE SE ESTABILIZA Y ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES
TECNOLOGÍA: PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA; RETOS CLAVE
TRANSPORTE: INSEGURIDAD Y LA ESCASEZ DE CONDUCTORES



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



stgo

Southern Technology Group

ACELERA TU NEGOCIO CON SOLUCIONES

» RFID

VISIBILIDAD Y CONTROL TOTAL

Aumenta la visibilidad y gestión de todo tu inventario, ahorrando tus tiempos de gestión y reduciendo errores en la identificación de tus productos.

Ventajas de **implementar RFID**

- ✔ Identificación múltiple de productos simultáneamente.
- ✔ Aumenta la capacidad de lectura en movimiento.
- ✔ Reducción de errores en identificación.
- ✔ Rápidez de lectura: Menos de 100ms.
- ✔ Paneles con información en tiempo real.

Un ecosistema completo que componen
y potencia la solución de RFID

ZEBRA



VERTICALES DONDE APLICA:



FUNCIONALIDADES PARA SU IMPLEMENTACIÓN



PUNTO DE VENTA



CONTROL DE INGRESO Y SALIDA



PORTALES RFID



CONTROL DE INVENTARIO



ESPEJOS INTELIGENTES



TÚNEL RFID



✉ contacto@stgchile.cl ☎ (+56 2) 2 392 5000 🌐 www.stglatam.com

📍 Av. Américo Vespucio Sur 991, Las Condes



LA DIVISA

S A N B E R N A R D O

BODEGAS FLEX

EN ARRIENDO

DESDE 269m²



“LA TECNOLOGÍA ES HOY”: LA REVOLUCIÓN DE LA LOGÍSTICA NO SE DETIENE

La tecnología ha dejado de ser una promesa del futuro para convertirse en una realidad tangible que moldea nuestra vida diaria. En el sector logístico, esta transformación es especialmente evidente. La digitalización, la automatización y la inteligencia artificial (IA) están redefiniendo cada aspecto de la cadena de suministro, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y aumentando la satisfacción del cliente.

En esta edición queda en evidencia el desarrollo que ha tenido la tecnología y el interés constante de los distintos actores por avanzar en la materialización de estos proyectos que no sólo modernizan los procesos, sino también dar productividad y rentabilidad a las organizaciones. La importancia de estas soluciones queda en reflejada en la siguiente premisa: No se podrá ser competitivo, sino no se incorpora tecnología a los procesos logístico.

Estas innovaciones están cambiando el panorama logístico de manera radical. La automatización ha pasado de ser una tendencia emergente a una necesidad estratégica. Los almacenes modernos están integrando sistemas robóticos que agilizan tareas repetitivas y físicas, desde la clasificación de productos hasta la preparación de pedidos, aumentando la velocidad de operación, sino que también reduciendo errores humanos y optimizando así el flujo de trabajo. Por otra lado, la IA y el análisis de datos son las herramientas que permiten a las empresas

anticipar y responder a las demandas del mercado con una precisión sin precedentes.

Algoritmos avanzados analizan patrones de compra, previsiones de demanda y comportamientos del cliente, facilitando una toma de decisiones más ágil y precisa. Esto no solo permite una gestión más eficiente del inventario, sino que también mejora la experiencia del cliente al garantizar que los productos estén disponibles cuando y donde se necesitan.

Sin embargo, un factor que está marcando el presente y se plantea como un reto futuro es la sostenibilidad de la industria que asoma como un compromiso ineludible en un mundo cada vez más consciente de la importancia de la responsabilidad con la sostenibilidad, donde la tecnología es un tremendo aliado. Soluciones como los vehículos eléctricos, la optimización de rutas y la gestión eficiente de recursos están ayudando a las empresas a reducir su huella de carbono.

La adopción de estas tecnologías no solo es una respuesta a la demanda de los consumidores por prácticas más sostenibles, sino también una forma de mejorar la eficiencia operativa y reducir costos a largo plazo.

La revolución tecnológica no espera, y nosotros tampoco. ¡Bienvenidos al presente de la logística!



4
CÓMO UN PUNTO DE
INFLEXIÓN TECNOLÓGICO
IMPULSA LA REINVENCIÓN,
LA RESISTENCIA Y EL
CRECIMIENTO



10
SANTIAGO NO ES CHILE: EL
E-COMMERCE Y LOS CLIENTES
IMPULSAN LOS SERVICIOS
LOGÍSTICOS A NIVEL REGIONAL



32
¡PROMESAS ROTAS!
RECLAMOS EN EL COMERCIO
ONLINE, UN FACTOR QUE NO
SE PUEDE PERDER DE VISTA



58
PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA;
RETOS CLAVE APALANCADOS
POR LA IMPLEMENTACIÓN
TECNOLÓGICA

66 REFRESH AL TRANSPORTE
TERRESTRE DE CARGA:
INSEGURIDAD Y LA ESCASEZ DE
CONDUCTORES, LOS GRANDES
TEMAS PENDIENTES

76 RETENCIÓN LABORAL: ESTRATEGIA
CLAVE PARA CONTAR CON UN
COLABORADOR VALIOSO



Conecta con estas empresas en www.hubfinder.expert

| | | | |
|--|---|---|--|
| Southern Technology Group stglatam.com C1 | danich.cl C2 | jungheinrich.cl C3 | |
| avanzapark.cl 1 | westorage.cl 5 | mindugar.com 7 | emotrans.com 9 |
| LA PLATAFORMA DE TU NEGOCIO redtecsa.com 13 | PARQUES LOGISTICOS bodenorflexcenter.cl 15 | finning.com 17 | A member of the KWE Group apllogistics.com 19 |
| ar-racking.com 21 | alutipo.cl 23 | bsf.cl 25 | borealtch.com 27 |
| simpliroute.com 31 | dercomaq.cl 35 | Soluciones Logísticas intersystems.cl 37 | silo-logistica.cl 41 |
| strix.cl 43 | rocktruck.cl 45 | esnova.cl 49 | calycochile.cl 51 |
| patio.cl 55 | stacker.cl 57 | wisetrack.com 59 | TECNOLOGIA, DESARROLLO, SERVICIOS tds.cl 61 |
| centralbodegas.cl 63 | id-logistics.com/cl 69 | Bodegas & Logística intermec.cl 73 | gpschile.com 77 |
| CENTRO DE CALIDAD Y LOGÍSTICA transgamboa.cl 79 | evolug.cl 87 | tasalogistica.cl 93 | valgreti.com 96 |



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

AÑO 23 EDICION 142
303 EDITORIALES S.A.
Av. El Salto 4491
Huechuraba - Santiago - Chile
Tel.: 56 9 74996046
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

PERIODISTAS
María Victoria Moya
maria victoria.moya@revistalogistec.com

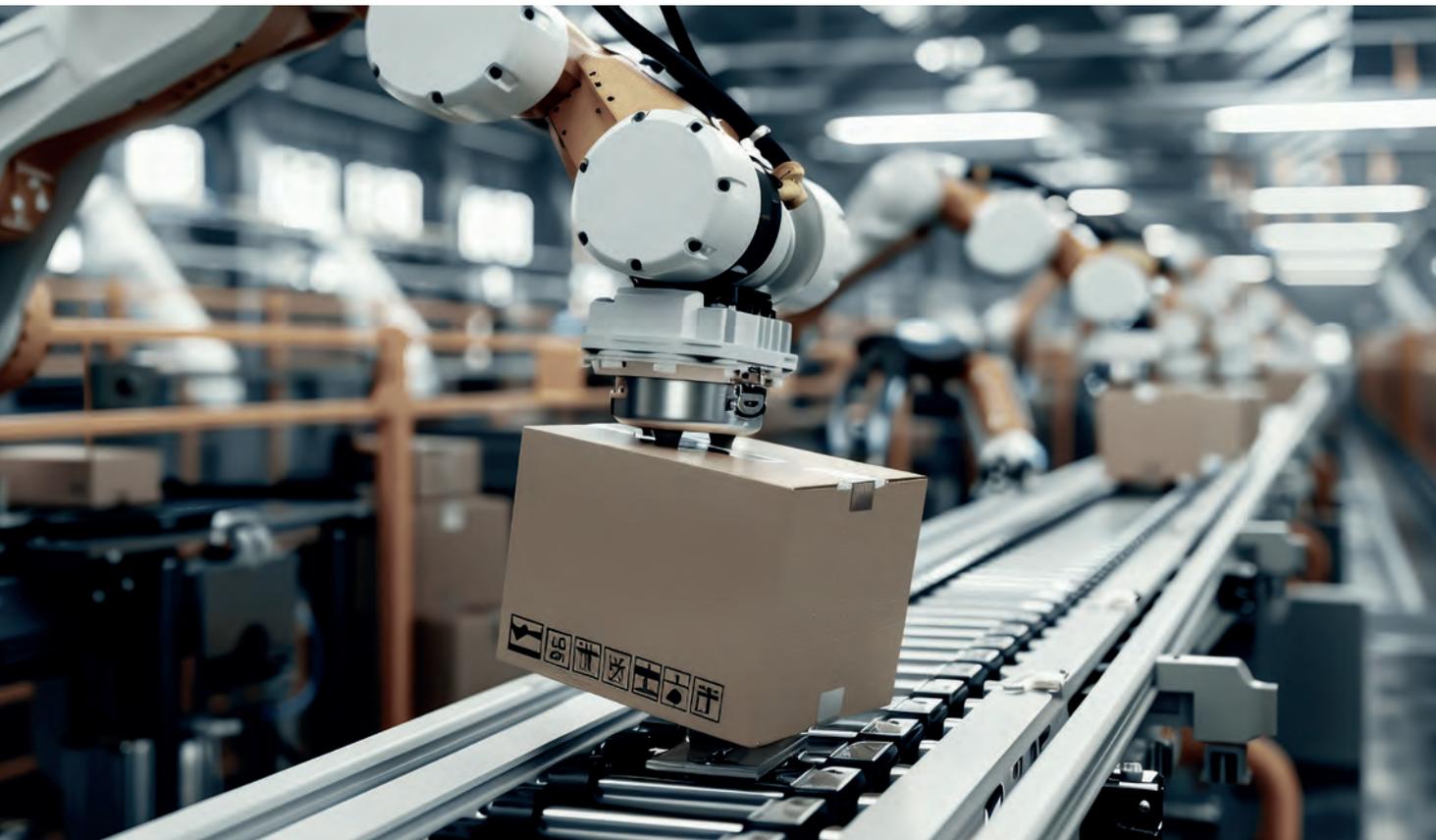
MARKETING DIGITAL
Miguel Chandia
miguel.chandia@revistalogistec.com

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.

DE LA AMENAZA A LA OPORTUNIDAD: CÓMO UN PUNTO DE INFLEXIÓN TECNOLÓGICO IMPULSA LA REINVENCIÓN, LA RESISTENCIA Y EL CRECIMIENTO



4

ESTUDIO GLOBAL DE RIESGOS 2023 | CHILE

Autores: Carmen Gloria Del Valle, Socia Consultoría y Asesoría Empresarial PwC Chile; Cristián Sotelo, Socio Consultoría y Asesoría Empresarial PwC Chile y Martín Rojas, Gerente Consultoría y Asesoría Empresarial PwC Chile.

SI NO ASUMIMOS RIESGOS, NO PROGRESAMOS. ASUMIR EL RIESGO DE FORMA INTELIGENTE ES LA ÚNICA MANERA EN QUE LAS ORGANIZACIONES PUEDEN REINVENTARSE Y TRANSFORMARSE PARA SOBREVIVIR, CREAR VALOR Y PROSPERAR EN ESTA ÉPOCA DE INCERTIDUMBRE, AL MISMO TIEMPO QUE CONSTRUYEN RESILIENCIA PARA PROTEGER EL VALOR FRENTE AL RIESGO COMPLEJO Y EN CONSTANTE CAMBIO.

El Estudio Global de Riesgos 2023 de PwC Chile revela cómo las organizaciones líderes, tanto en Chile como en el resto del mundo, están cambiando su forma de ver el riesgo al adoptar el poder transformador de la tecnología y los datos en busca de oportunidades y creación de valor.

El estudio -en el que se encuestó a 3.910 líderes empresariales y de riesgos de todo el mundo, entre ellos 25 de Chile- también visibiliza cómo la tecno-

logía está desempeñando un papel cada vez más importante para ayudar a las organizaciones a proteger el valor mediante la mitigación y la gestión del riesgo.

“Las amenazas nos acompañan día a día en un entorno cada vez más cambiante, marcado por el auge de la tecnología y cambios regulatorios. Por lo mismo, las empresas se enfrentan a distintos niveles de exposición en materia de riesgo, los cuales



GRUPO CAMPOS



Arriendo de bodegas
para centros logísticos
Desde 2.000 m²



Condominios de bodegas
para arriendo y venta
Desde 100 m² a 2.000 m²



Operador logístico
3PL y Fulfillment

¡CONÓCENOS!

Operador Logístico y Dark Store Líder en Chile

WE MANAGER

Sistema de gestión que integra WMS, TMS y distintas plataformas e-commerce



Recepción
de productos



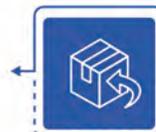
Almacenamiento
de productos



Picking
& Packing



Gestión
de despacho



Devolución
& Cambio



ESCANEA NUESTRO CÓDIGO QR Y ACCEDA A
NUESTRA **PÁGINA WEB** PARA MÁS INFORMACIÓN
DE NUESTROS SERVICIOS

deben ser abordados y gestionados oportunamente con una mirada integral. La reinvención y la forma en que los negocios reordenan sus áreas y procesos serán clave para encontrar nuevas oportunidades y mantener la continuidad operacional de los negocios. Otro factor clave es cómo los riesgos y su gestión están tomando relevancia en los directorios". Carmen Gloria Del Valle, socia de Gobernanza, Riesgo y Cumplimiento (GRC), PwC Chile.

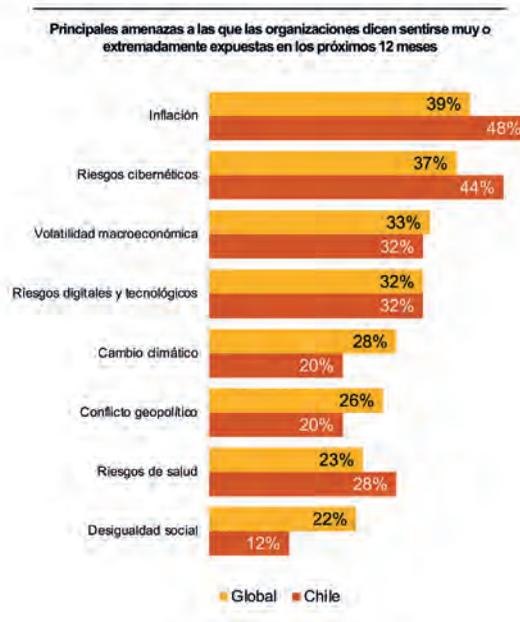
CÓMO LA TECNOLOGÍA ESTÁ CAMBIANDO LA PERCEPCIÓN DEL RIESGO

La tecnología desempeña un papel cada vez más importante a la hora de determinar la exposición al riesgo de las organizaciones, su disposición a asumir riesgos en busca de nuevas oportunidades y las herramientas que utilizan para mitigarlos y reforzar su resistencia.

En Chile, sólo la inflación supera a la cibernética (la principal amenaza relacionada con la tecnología) respecto a los riesgos a los que los encuestados se sienten más expuestos, mientras que otros riesgos digitales y tecnológicos están a la par con la volatilidad macroeconómica. A nivel mundial, un tercio de los encuestados afirman sentirse muy o extremadamente expuestos a los riesgos cibernéticos, y los principales responsables de la gestión de riesgos clasificaron el riesgo cibernético por encima de la inflación.

A través de los años, las organizaciones han debido adaptarse continuamente a la innovación para no quedar rezagadas. En la actualidad, el foco está sin duda en el uso de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA).

Lo anterior, ha llevado a que las empresas tanto en Chile como en el mundo consideren a los riesgos cibernéticos como una de las principales amenazas a las que podrían verse expuestas en los próximos



12 meses (44% y 37%, respectivamente), ubicándose en segundo lugar sólo por detrás de la inflación (48% versus 39%). Lo mismo ocurre más atrás en el listado, donde también destacan los riesgos digitales y tecnológicos con un 32% a nivel local y global.

Esta preocupación se ha visto reflejada no sólo entre quienes trabajan a diario en áreas de tecnología de la información y riesgo, sino que también a través de distintos sectores empresariales y cargos, como en el análisis de los principales riesgos de la industria aseguradora, donde el cibercrimen destacó como la amenaza principal, o en la 27° versión de la CEO Survey, donde los riesgos cibernéticos subieron del cuarto al tercer lugar en el sondeo de 2024.

Pese a aquello, el apetito por la innovación y las nuevas tecnologías no se ha detenido. Por el contrario, ha llevado a las organizaciones a trabajar mucho más su transformación interna, para no sólo aprovechar

su uso, sino que también gestionar sus costes, apoyar el crecimiento y aumentar su resistencia.

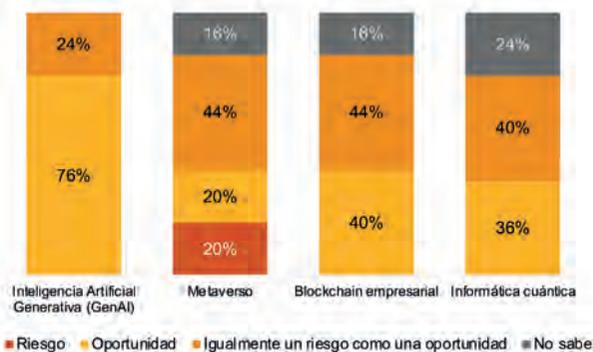
Por ejemplo, el 76% de los encuestados en Chile ve a la Inteligencia Artificial Generativa (GenAI, en inglés) como una oportunidad para sus organizaciones, en línea con el 60% global.

Más atrás, destaca el blockchain empresarial con un 40% (versus 52% global), seguido de la informática cuántica con un 36% (versus 53% global) y el metaverso con un 20% (versus 50%). Este último disruptor tecnológico fue el único en Chile que reflejó algún grado de riesgo entre los encuestados (20%), alejado del 11% global.

El entusiasmo general por el uso de tecnologías como la GenAI hace eco de otra investigación de PwC, la Encuesta Global sobre Confianza Digital, según la cual el 77% de los encuestados afirma que la GenAI ayudará a su organización a desarrollar nuevas líneas de negocio en los próximos tres años.

Igualmente, nuestra Encuesta sobre Esperanzas y Temores de la Fuerza Laboral realizada a más de 50.000 trabajadores revela que los empleados ven más impactos positivos que negativos de la IA en sus

¿En qué medida considera que los siguientes disruptores tecnológicos suponen un riesgo o una oportunidad para su organización?



funciones, a pesar de los titulares sobre pérdida de puestos de trabajo provocada por la IA.

LA NECESIDAD DE LA TOMA DE DECISIONES EN EL MANEJO DEL RIESGO

Hemos analizado cómo las organizaciones han posicionado los distintos panoramas de riesgo dentro de sus procesos de toma de decisiones estratégicas. Chile aún se encontraría a mitad de camino en las etapas del manejo de riesgos.

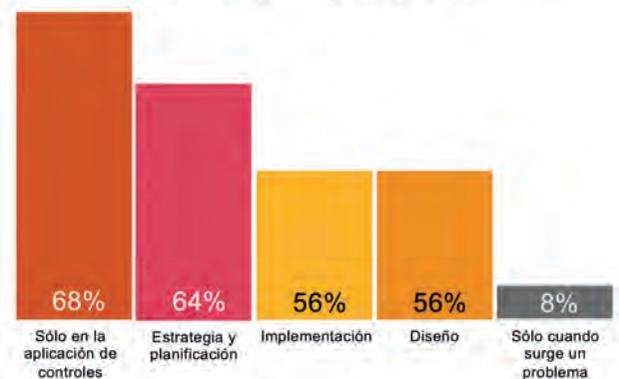
Toma de decisiones. Panorama de riesgo. Un planteamiento del riesgo guiado por un propósito claro y auténtico puede ayudar a las organizaciones a ser más resistentes y orientar cuál de los riesgos aceptar o evitar. Nuestra encuesta de este año refleja que, durante el proceso

de toma de decisiones estratégicas, la mayoría de las organizaciones en Chile considera el panorama de riesgos sólo en la fase de aplicación de controles (68% versus 53% global).

En tanto, un 64% lo tiene en cuenta para instancias de planificación y estrategia (mismo porcentaje que el sondeo global), y un 56% lo considera tanto para implementación y diseño (distinto al caso global donde las cifras bajan a 49% y 43%, respectivamente).

Por otro lado, en un caso mucho más complejo, un 8% de los encuestados tanto a nivel local como en el resto del mundo señala que considera el panorama de riesgos sólo cuando surge un problema en

¿En qué fase o fases del proceso de toma de decisiones estratégicas se tiene en cuenta formalmente el panorama de riesgos?



la organización. Al ser consultados sobre cómo se reflejan las funciones de riesgo dentro de sus organizaciones, un 84% de los encuestados en Chile señala que ya está demostrando información sobre riesgos a la junta directiva para una mejor supervisión.

Asimismo, un 76% dice que proporciona actualmente información sobre ries-

IMPULSAMOS TU NEGOCIO A LA MEDIDA QUE NECESITAS

Cotiza tu próximo proyecto de Automatización o Almacenaje con nosotros

- ✓ Rack selectivos
- ✓ Automatización
- ✓ Complementos
- ✓ Ingeniería



gos nuevos y emergentes a la dirección senior y líderes empresariales, y un 72% que guía a la empresa a través de cambios complejos.

Más atrás, un 44% dice que cuestiona a la alta dirección sobre la estrategia y la propensión al riesgo, mientras que un 32% espera demostrarlo en los próximos 12 meses.

ETAPAS DEL MANEJO DE RIESGOS

El acercamiento de las organizaciones hacia el uso de tecnología y datos para la administración del riesgo ha avanzado cada vez más. Pero para lograrlo, es necesario atravesar varias etapas.

En Chile, los encuestados señalan estar principalmente en una etapa de definición, en la que, si bien han establecido procedimientos tecnológicos y de datos, estos no están totalmente optimizados.

Por otro lado, el resto del mundo se encontraría una etapa más arriba, en la que han integrado completamente el uso de tecnología, con actualizaciones periódicas. Frente a la última etapa, de optimización, sólo un 8% dice disponer de capacidades avanzadas y predictivas de gestión de riesgos, utilizando tecnología y datos de vanguardia.

ETAPA INICIAL: Un 8% de los encuestados en Chile dice estar explorando o que acaba de empezar a utilizar la tecnología y los datos para gestión de riesgos (versus 14% global).

ETAPA DESARROLLO: Un 20% de los encuestados en Chile dice utilizar tecnología básica y herramientas de datos para la gestión de riesgos, pero que carece de una integración completa (versus 24% global).

ETAPA DEFINICIÓN: Un 28% de los encuestados en Chile afirma haber establecido procedimientos tecnológicos y de datos para la gestión de riesgos, pero no están totalmente optimizados (versus 24% global)

ETAPA INTEGRACIÓN: Un 24% de los encuestados en Chile afirma haber integrado plenamente el uso de la tecnología y los datos en la gestión de riesgos, con actualizaciones periódicas (versus 27% global).

ETAPA OPTIMIZACIÓN: Un 8% de los encuestados en Chile dice disponer de capacidades avanzadas y predictivas de gestión de riesgos, utilizando tecnología y datos de vanguardia (versus 10% global).

Una amplia mayoría de los encuestados chilenos afirma que cuenta actualmente con una estrategia y una hoja de ruta tecnológica para toda la empresa que invierte

en tecnología, específicamente, para impulsar la resistencia y/o gestionar el riesgo (60%). Esto siendo el primer lugar, al igual que el resto del mundo (53%). En la vereda contraria, un 16% en Chile declara que no tienen tecnología para impulsar la resiliencia en la organización, diferenciándose del panorama global que representa sólo un 3%.

CÓMO MEJORAR EL ENFOQUE DEL RIESGO

La mayoría de las organizaciones tienen la clara ambición de adoptar un enfoque más tecnológico del riesgo, como se desprende de su intención de invertir en IA, aprendizaje automático, automatización, ciberseguridad y la nube.

No obstante, muchos de los encuestados aún se encuentran en fases relativamente tempranas de madurez en el uso de la tecnología y los datos para la gestión de riesgos. Solo una de cada 10 organizaciones utiliza ya análisis avanzados y predictivos, tecnología de punta y datos para la gestión de riesgos, y los perfecciona e innova continuamente. Nuestra encuesta evidencia que si bien hay un interés general hacia las nuevas tecnologías que nos rodean entre las organizaciones chilenas, aún hay un largo camino para adoptarlas o, al menos, generar un entorno que no suponga riesgos.

Mejorar el enfoque de riesgo es uno de los desafíos más importantes para las empresas en la actualidad, y esto no se sustenta solamente en el ámbito tecnológico, sino que también en lo social, comercial, comunicacional, entre otros.

¿Qué se necesita para aquello? Combinar la ambición tecnológica con la acción, situar un propósito claro y auténtico en el centro de la estrategia de riesgos, corregir la desconexión del liderazgo y construir una base de resistencia estratégica. Todo, en una cultura en la que puedan prosperar pensadores diversos y audaces.

MEDIDAS DE LAS ORGANIZACIONES EN CHILE PARA MEJORAR EL ENFOQUE DE RIESGO

Adoptadas en los últimos 12 meses. Cumplimiento más estricto de las normas reglamentarias

Parcialmente adoptadas. Mayor confianza de los clientes • Identificación de

| | |
|--------------------|---|
| ETAPA INICIAL | Un 8% de los encuestados en Chile dice estar explorando o que acaba de empezar a utilizar la tecnología y los datos para la gestión de riesgos (versus 14% global). |
| ETAPA DESARROLLO | Un 20% de los encuestados en Chile dice utilizar tecnología básica y herramientas de datos para la gestión de riesgos, pero que carece de una integración completa (versus 24% global). |
| ETAPA DEFINICIÓN | Un 28% de los encuestados en Chile afirma haber establecido procedimientos tecnológicos y de datos para la gestión de riesgos, pero no están totalmente optimizados (versus 24% global) |
| ETAPA INTEGRACIÓN | Un 24% de los encuestados en Chile afirma haber integrado plenamente el uso de la tecnología y los datos en la gestión de riesgos, con actualizaciones periódicas (versus 27% global). |
| ETAPA OPTIMIZACIÓN | Un 8% de los encuestados en Chile dice disponer de capacidades avanzadas y predictivas de gestión de riesgos, utilizando tecnología y datos de vanguardia (versus 10% global). |

nuevas oportunidades comerciales • Mejores resultados financieros gracias a una reducción eficaz de los riesgos Información y comunicación de riesgos racionalizadas • Creación de ventajas competitivas • Mejor alineación de la gestión de riesgos con la estrategia empresarial • Mayor integración de la gestión de riesgos en todas las funciones empresariales Expansión a nuevos mercados • Mayor resistencia a las crisis o perturbaciones externas • Mayor tiempo de respuesta a los riesgos emergentes.

Por Adoptar en 1 a 3 años. Mejor identificación y seguimiento de los riesgos potenciales • Mayor precisión en la previsión de riesgos.

¿ESTÁS PREPARADO PARA CAMBIAR TU FORMA DE VER EL RIESGO?

Las preguntas clave que los líderes deben responder primero. El camino hacia una asunción de riesgos más inteligente -impulsada por la tecnología y a través del lente de la reinención, la oportunidad y el crecimiento- requiere que los líderes comiencen con estas cuatro preguntas clave:

1. ¿Tienes claro cómo la GenAI perturbará a tu sector y dispones de un plan para garantizar que tu organización se convierta en una de las ganadoras?.
2. ¿Tienes a la vista las amenazas en el horizonte? A partir de esta visión, ¿tienes alineados los riesgos que debes asumir para crear valor empresarial y las medidas prácticas que ha puesto en marcha para responder a los sobresaltos y sorpresas y mitigar el riesgo?.
3. ¿Has invertido adecuadamente en reforzar la resistencia de tu organización a las perturbaciones, eliminando los puntos críticos de fallo y desarrollando tu capacidad para responder rápidamente a los riesgos cuando se producen?.
4. ¿Apoya la tecnología tu forma de evaluar, gestionar y asumir riesgos, o sigues utilizando métodos manuales y hojas de cálculo?

Las organizaciones ya no pueden permitirse un enfoque reactivo del riesgo, centrado principalmente en evitarlo. Casi el 40% cree que su empresa dejará de ser económicamente viable dentro de una década si sigue por el camino actual. Desde el riesgo climático y geopolítico hasta la volatilidad macroeconómica y el poder perturbador de la tecnología, las organizaciones deben cambiar y replantear su forma de ver el riesgo para desarrollar su capacidad de resistencia y aprovechar las oportunidades.

La capacidad de adaptarse, cambiar y reinventarse al ritmo de este cambio e incertidumbre constantes es vital para la supervivencia y el crecimiento sostenible. Aprovechar el poder de la tecnología y los datos de nuevas formas, junto con la creación de capacidades multidisciplinares más diversas en toda la organización, será fundamental para convertir el riesgo en ese motor de cambio y crecimiento. disciplinarias en toda la organización, será fundamental para convertir el riesgo en un factor de cambio y crecimiento.

Sobre el estudio:

El Estudio Global de Riesgos 2023 de PwC se basa en 3.910 respuestas de líderes empresariales y de gestión de riesgos (CEO, gestión de riesgos, operaciones, tecnología, finanzas, auditoría) de 67 territorios que aportan sus puntos de vista sobre el estado y la dirección del riesgo en su organización. En Chile, se contabilizaron 25 respuestas. Las respuestas a la encuesta proceden de diversos sectores industriales y tamaños de organización, y más de una cuarta parte de organizaciones de más de US\$ 5.000 millones.

PwC Research, el centro de excelencia mundial de PwC para la investigación y el conocimiento del mercado realizó esta encuesta.

Logística para **REPUESTOS MARÍTIMOS**

nuestro objetivo
es su satisfacción



- ← Entrega en dique o astilleros
- ← Transporte contenedores *flat rack*
- ← Servicios LCL y FCL
- ← Servicios aéreos *priority*
- ← Expertos y especialistas 24/7
- ← Carga sobredimensionada
- ← Manejo de mercancía peligrosa
- ← Servicios personalizados
- ← Acuerdos con las principales compañías aéreas y navieras
- ← Seguimiento en línea

Iquique - Antofagasta - Santiago - Talca

www.emotrans-chile.cl
www.emotrans-global.com



SANTIAGO NO ES CHILE: EL E-COMMERCE Y LOS CLIENTES IMPULSAN LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS A NIVEL REGIONAL

10

Durante los últimos tres años, se ha evidenciado una mayor participación de las regiones, más allá de la Metropolitana, en las ventas del comercio electrónico a nivel nacional, lo que a su vez implica un desafío mayor para aquellas empresas del sector logístico en pos de entregar servicios acordes para apalancar esta demanda.



En nuestra edición anterior, ahondamos en la necesidad de alcanzar mayores niveles de desarrollo y competitividad logística a nivel regional y la importancia de entregar a los clientes y consumidores “de regiones” servicios logísticos de alto estándar y experiencias de compras cada vez más satisfactorias. En esta línea, en los últimos tres años en Chile, uno de los fenómenos que ha se evidenciado es el aumento de las compras online en regiones, lo que paralelamente ha derivado en la necesidad de los comercios y plataformas online por fortalecer su posicionamiento más allá de la Región Metropolitana.

El fenómeno del e-Commerce en regiones, por tanto, se ha transformado en un punto de inflexión – si se quiere- para los diversos comercios que requieren brindar una amplia oferta de productos y mejores tiempos de entrega a los consumidores de regiones, una necesidad que las empresas del sector logístico – de los más diversos ámbitos- han entendido, formulando al mismo tiempo servicios y soluciones para este tipo de clientes, en la búsqueda constante de hacer más eficientes sus procesos de almacenamiento logístico, Fulfillment y despacho, por sólo mencionar algunos.

En lo referido a la participación de los “consumidores de regiones” en las compras online a nivel nacional, resulta interesante notar los datos publicados por GfK y Mercado Libre, en su estudio “Radiografía del e-Commerce en Chile”, publicado a fines de 2023, el cual establece que 49% de los chilenos encuestados (950) se declara “heavy user” de las compras online, es decir, un shopper asiduo. Este número (49%) es aún más alto en las regiones del Biobío y Ñuble, donde el número de usuarios asiduos se eleva al 51%, imponiéndose ante regiones como la Metropolitana (45%), la de Valparaíso (43%) o Los Lagos y Los Ríos (41%), las que cabe mencionar también presentan un nivel de participación muy alta.

¿Cómo se explica la cifra anterior? Pues bien, de acuerdo con lo expuesto por Carolina Cuneo, gerente de marketing y

consumo de GfK Chile, durante la presentación de los resultados de la encuesta, la Pandemia llevó a una masificación de las compras online en todo el país, “lo que se ve reflejado con la fuerte presencia (del comercio electrónico) fuera de la Región Metropolitana”. A lo expuesto agregó que “en un escenario de mayor incertidumbre económica, este canal (online) se vuelve altamente competitivo, con las ofertas y promociones más atractivas, y un costo de envío que ha ido mejorando con los años, lo que permite una mayor percepción de ahorro por parte de los consumidores”.

Lo señalado por Cuneo, encuentra respaldo en las cifras publicadas por la consultora Kawésqar Lab, en torno al desarrollo del comercio electrónico en regiones durante el periodo pre y pandémico. Así, de acuerdo con la consultora, antes de la pandemia las regiones representaban un 18% de participación en las ventas online a nivel país, dejando el peso mayoritario en Santiago; mientras que, para el segundo semestre de 2021, en pleno periodo pandémico, las compras vía internet que se concretaban fuera de la capital alcanzaban un 27%.

SERVICIO DE ALTO ESTÁNDAR PARA REGIONES

De las cifras expuestas, se desprende entonces que los diversos comercios que ofrecen ventas onmicanal o que se enfocan en ventas eminentemente electrónicas, enfrentan en la actualidad un importante desafío de atender las necesidades de los consumidores regionales.

En este sentido, Alejandro Martínez, Gerente Comercial de Lemusse, empresa oriunda de la región del Biobío, especialistas en desarrollo y reingeniería de proyectos de intralogística y almacenamiento industrial a nivel nacional, expuso que “hoy es necesario, por ejemplo, que existan hubs, bodegas o centros de fulfillment en regiones para poder satisfacer las necesidades de entrega que tienen los consumidores en regiones, ya que aún es una

realidad que en diversos centros urbanos del país no se pueden cumplir estándares como la entrega en el mismo día o la programación de una entrega en domicilio o retiro en tienda, servicios a los que sí pueden acceder los consumidores de la Región Metropolitana”.

Si bien, “queda mucho por avanzar”, según Martínez, hay que destacar que, ante este desafío regional, “hay empresas que están resolviendo e implementando acciones concretas para atender los requerimientos de sus clientes en todo el territorio. Mercado Libre o Falabella, por ejemplo, son actores que están empujando la política de cumplir en regiones el mismo estándar de atención que despliegan en la RM”.

Sobre este mismo punto, Reinaldo Gómez, Gerente Comercial de Megacentro, destacado actor del rubro Inmobiliario Industrial, que a la fecha se instala como uno de los desarrolladores de bodegas y centros de Distribución con mayor presencia a nivel regional en Chile, comentó que “los clientes (Comercios y operadores logísticos) están preocupados de estar cerca de sus distribuidores y, al mismo tiempo, del cliente o consumidor final, acercando el stock para que esté siempre disponible. Ahora bien, en el caso del comercio electrónico esta necesidad se visualiza con mayor fuerza, porque el consumidor final exige inmediatez, quiere que su compra llegue ahora, en el menor tiempo posible”.



Alejandro Martínez
Gerente Comercial
en Lemusse

Los voceros de Lemusse y Megacentro coinciden en que, a raíz de lo expuesto, resulta de gran relevancia poner a disposición de los comercios, físicos y online, servicios logísticos de alto estándar, sobre todo en lo relacionado al almacenamiento logístico en regiones. En este punto, el vocero de Megacentro indicó que “el tener

presencia en regiones, con soluciones de arriendo de espacio de almacenamiento logístico, nos permite acompañar y fortalecer la posición de nuestros clientes en todo el territorio. Ciertamente se trata de una ventaja importante, pero más allá de eso, nos permite entender el mercado y sus complejidades”.

En este punto, Reinaldo indicó que, si bien es importante poner a disposición de los clientes en regiones espacios de almacenamiento logístico seguros y eficientes, “este tipo de proyectos inmobiliarios deben emprenderse considerando diversos aspectos, dado que cada territorio tiene sus complejidades específicas en materias tales como la disponibilidad de suelo, la permisología y la demanda que se espera para este tipo de proyectos. Es muy importante para los actores de nuestro rubro crecer en metros cuadrados, considerando las proyecciones de la demanda futura para no generar un sobrestock de metros cuadrados”.

LLEGANDO A TERRITORIOS INEXPLORADOS

Siempre en torno al importante aumento del comercio electrónico en regiones, uno de los principales actores del sector: Mercado Libre, ha liderado la denominada expansión del comercio online a regiones. En este cometido, cabe destacar que la Plataforma preferida por los chilenos para efectuar sus compras online ya en 2021 había determinado una estrategia logística en Chile, mirando a las regiones.

De hecho, a contar de dicho año la compañía presentó con bombos y platillos la apertura de operaciones en ocho centros logísticos ubicados en Concepción, Coquimbo, Antofagasta, Rancagua, Viña del Mar, Talca, Temuco y Puerto Montt. En ese entonces, Alan Meyer, director general de Mercado Libre Chile, detalló que el plan regional de la compañía busca concretar operaciones en 16 centros a finales de 2021, con el objetivo de “hacernos más

participantes de la oportunidad que significa el comercio electrónico en regiones”.

El impacto que esta estrategia tendría a nivel regional en Chile no sólo se enmarcaba, según Meyer en poder desplegar una experiencia de compra más satisfactoria para los consumidores de regiones, sino que también implicaría un importante apoyo en materia de empleo regional, ya que esperaban sumar más de mil trabajos directos e indirectos a través de la operación de estas bodegas.

Tras una experiencia regional positiva, a contar de 2024, Mercado Libre anunció que abriría operaciones en Rapa Nui abriendo su ruta de mayor distancia, y la primera en otro continente. Cabe destacar que en esta iniciativa operativa se llevará a cabo a través de la sucursal de CorreosChile, en la Isla, recinto que cuenta con una infraestructura especialmente diseñada para el retiro de los productos.



Reinaldo Gómez
Gerente Comercial
en Megacentro

Con la llegada de Mercado Libre, se les da la oportunidad a los más de 7 mil habitantes de Rapa Nui de poder comprar en la plataforma online más grande de Latinoamérica, que busca democratizar el comercio, y donde van a acceder a miles de productos que antes no estaban disponibles en Rapa Nui, y que llegarán entre 2 a 4 días a los domicilios de los consumidores. Respecto de este nuevo impulso regional para el e-Commerce Chileno, el ahora Vicepresidente de

Mercado Libre Chile, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela, Alan Meyer, catalogó la apertura de operaciones en Rapa Nui como histórica, agregando que “siempre con el objetivo de democratizar el comercio en toda la región, llegamos a Rapa Nui, en otro continente, para que sus habitantes tengan la oportunidad de comprar en nuestro sitio miles de productos a

los que antes no tenían acceso, a partir de sólo dos días. Este hito abre una puerta importante, además, para los emprendedores de la isla, quienes también podrán comercializar sus productos a través de nuestra plataforma en el continente”.

Según Meyer, esta iniciativa busca, además, sumar a emprendedores para que vendan sus productos con todas las alternativas del ecosistema que Mercado Libre ofrece, como el centro de almacenamiento bajo la modalidad “Fulfillment” que permite una serie de soluciones logísticas como bodegaje, sistema de devolución y envíos en 24 horas entre otros, que garantizan, entregas rápidas, seguras y al menor costo”. Con este hito, de comenzar formalmente con la operación y servicio de Mercado Libre en Rapa Nui, la presidenta de CorreosChile indicó que se reafirma el rol estratégico y social de la empresa pública, de entregar, unir y conectar en todos los lugares, abriendo oportunidades y generando desarrollo. “Nos enorgullece que una gran empresa

como lo es Mercado Libre, reconocida no solo en nuestro país, sino que internacionalmente, haya confiado en CorreosChile para ser su aliado logístico.

Además de nuestra gran expertise, tenemos un real compromiso con cada lugar donde estamos presentes y entregamos nuestros servicios. Este hito conjunto, es una clara muestra de la transformación de CorreosChile, donde nos hemos adaptado e incluso adelantado a las necesidades de los consumidores y localidades”.

Por cierto, respecto de esta iniciativa regional, el presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), José Pakomio, indicó que la llegada de Mercado Libre a la isla es de suma relevancia para sus habitantes, ya que “representa un avance significativo en términos de conectividad y acceso tecnológico para nuestra comunidad. Sin duda, facilita el acceso a los servicios de comercio electrónico y financieros utilizando tecnología de primer nivel para crear soluciones adaptadas a la cultura lo-

cal. Además, no solo mejorará la calidad de vida de los residentes al proporcionar un acceso más fácil a productos y servicios, sino que también fomentará el desarrollo económico y tecnológico de nuestra isla. Este es un paso significativo hacia la integración de Isla de Pascua en el ecosistema digital global y estoy convencido de que traerá grandes beneficios a nuestra comunidad”. Por cierto, cuando hablamos de la importancia de democratizar el acceso del e-Commerce a regiones y ofrecer a sus consumidores mejores tiempos de entrega, mejores precios y variedad de producto, resulta relevante atender el sentimiento de dichos shoppers regionales.

En esta línea, según lo expuesto por alcalde de Rapa Nui, Pedro Edmunds Paoa, “observamos con muy buenos ojos la llegada de Mercado Libre porque facilita a las personas de la isla, adquirir productos para sus necesidades, cualesquiera que sean, pero además abre la posibilidad y la gran oportunidad para que desde la isla salgan productos. ■

Síguenos en LinkedIn



EL ESLABÓN VERDE EN TU CADENA DE SUMINISTRO



100% de Cobertura en todo Chile



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



El Pallet Rojo que es Verde

Informes y Reportes para **Controlar Gestión** de Activos Logísticos

Tiempos de Respuestas Adecuados a su Operación

Evaluación Personalizada por Equipo de Profesionales

Buscamos **Eficiencias** en su Cadena de Suministro

Generamos Valor a Procesos que Incluyan a sus Proveedores y Clientes

Facilidad de Pruebas para generar Aprendizaje Conjunto

DIAGNÓSTICO

IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

REUNIÓN INICIAL

ANÁLISIS Y DEFINICIÓN



REUTILIZA
RECICLA
REDUCE
REDTEC

contacto@redteca.com
www.redteca.com




DEL DESEO A LAS ACCIONES: SUPPLY CHAIN BUSCA AVANZAR EN SOSTENIBILIDAD PARA NO QUEDARSE ATRÁS



14

En mayor o menor medida, todos los actores de la industria buscan avanzar en materia de sostenibilidad de su operación. El reconocimiento de este factor como sello diferenciador se ha consolidado y crece además el compromiso y la responsabilidad con el futuro del sector, cuyo desafío es unir rentabilidad y rapidez operacional con sostenibilidad. Nadie puede quedarse atrás de esta tendencia, porque muchos ya miran lo que viene más adelante.

Considerada el desafío actual más importante en términos generales para la industria, la sostenibilidad de supply chain ha captado la atención y preocupación del sector, quienes ven en este objeti-

vo una mirada de futuro y un respaldo a la responsabilidad operacional en el ejercicio de sus actividades.

El avance en esta materia se ha dado con fuerza en los últimos años, impulsado

por una mayor conciencia ambiental, la presión regulatoria y la demanda de los consumidores. Atrás quedan esos años, donde acciones medioambientales eran consideradas un plus diferenciador o una mirada “verde” de la industria.

Actualmente, la cadena de suministro tiene como objetivo y tarea central mirar con responsabilidad el futuro de su actividad. Reconocer los efectos de las operaciones a nivel ambiental, social, laboral y económico es también la forma de impulsar y mejorar el reconocimiento de esta actividad en el desarrollo económico global.

En un mundo cada vez más consciente de los impactos ambientales y sociales de las actividades humanas, la sostenibilidad y la sustentabilidad han pasado, entonces, a ocupar un lugar central en las estrategias empresariales. Las cadenas de suministro, que son el sistema interconectado de organizaciones, personas, actividades, información y recursos involucrados en mover un producto o servicio desde el proveedor hasta el cliente, no son una excepción.

Cómo las empresas están adoptando prácticas sostenibles y sustentables en sus cadenas de suministro, los desafíos que enfrentan y los beneficios que obtienen son temáticas tremendamente demandadas por el sector y así quedó en evidencia en el recién pasado Logistec Show 2024, donde dos importantes ejecutivos ahondaron sobre este tema.

AVANCES DE FUTURO

La sostenibilidad y la sustentabilidad en la cadena de suministro han avanzado significativamente en los últimos años. Aquí algunos de los aspectos más destacados:

Implementación de Energías Renovables: Muchas empresas están incorporando energías renovables en sus operaciones logísticas. El uso de paneles solares y turbinas eólicas en centros de distribución y almacenes reduce la dependencia de fuentes de energía no renovables y dis-



SOMOS BODENOR FLEXCENTER,
CON INFRAESTRUCTURA Y SEGURIDAD
DE CLASE MUNDIAL

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

☎ + 56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL



minuye las emisiones de carbono. Empresas como Amazon y Walmart han hecho compromisos importantes para aumentar el uso de energías limpias en sus operaciones.

Transporte Sostenible: El transporte es uno de los mayores contribuyentes a las emisiones de gases de efecto invernadero. Para mitigar este impacto, se están adoptando vehículos eléctricos y camiones de hidrógeno, así como prácticas de logística verde como la optimización de rutas y la consolidación de cargas. Volvo y Daimler, por ejemplo, están desarrollando camiones eléctricos y de hidrógeno que están comenzando a ser adoptados por grandes cadenas logísticas.

Economía Circular: La economía circular es un modelo que busca minimizar el desperdicio mediante el reciclaje, la reutilización y la reducción de materiales. Empresas están diseñando productos con ciclos de vida más largos y promoviendo programas de devolución y reciclaje. Unilever y Patagonia son ejemplos de compañías que están integrando principios de economía circular en sus cadenas de suministro.

Transparencia y Trazabilidad: La transparencia en la cadena de suministro es crucial para la sostenibilidad. Tecnologías como blockchain y el Internet de las Cosas (IoT) permiten rastrear productos desde su origen hasta el consumidor final, garantizando prácticas éticas y sostenibles en cada etapa. IBM y Maersk han desarrollado, por ejemplo, soluciones de blockchain para mejorar la trazabilidad y la transparencia en la cadena de suministro

“Quienes convivimos en logística y supply estamos enfocados en la eficiencia, optimización y rentabilidad de los negocios y poco en el impacto en nuestro entorno”, lamentó. Sin embargo, el ejecutivo se refirió a cómo se ha ido posicionando una mirada sostenible de la industria, la cual se define como “una mirada holística e integral donde convergen una serie de procesos que buscan un cambio social, económico, político y medioambiental”.

Optimización de Recursos: La inteligencia artificial y el análisis de big data están revolucionando la gestión de inventarios y

la optimización de recursos. Estas tecnologías ayudan a predecir la demanda con mayor precisión, reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia operativa. Esto no solo reduce costos, sino que también minimiza el impacto ambiental al disminuir el exceso de inventario y el uso innecesario de recursos.



Patricio Dallan
Destacado Ejecutivo
en Supply Chain

No cabe dudas que la sostenibilidad en la cadena de suministro está evolucionando rápidamente gracias a la adopción de nuevas tecnologías, la implementación de prácticas verdes y el compromiso con la transparencia y la economía circular. Las empresas que lideran estos esfuerzos no solo están contribuyendo a un futuro más sostenible, sino que también están posicionándose como líderes en un mercado cada vez más consciente del medio ambiente.

REPENSAR LAS ACCIONES

En el marco de la feria Logistec Show 2024, Gustavo Villena, ingeniero civil, miembro de SCCC y director de sostenibilidad y electromovilidad de APLOG, realizó una presentación donde abordó el desarrollo que ha tenido la sostenibilidad en la cadena de suministro y cómo se ha transformado ya en una obligación del

desde ahí llama a la industria a tomar conciencia de las acciones y repensar el modo de hacer las cosas. “Quienes convivimos en logística y supply estamos enfocados en la eficiencia, optimización y rentabilidad de los negocios y poco en el impacto en nuestro entorno”, lamentó. Sin embargo, el ejecutivo se refirió a cómo se ha ido posicionando una mirada sostenible de la industria, la cual se define como “una mirada holística e integral donde convergen una serie de procesos que buscan un cambio social, económico, político y medioambiental”.

La preocupación por el cambio climático, el calentamiento global y los efectos de la actividad, abren – a juicio de Villena- “un camino en el mundo empresarial hacia la sostenibilidad de la cadena de suministro que se debe entender como la gestión de los procesos logísticos y abastecimientos que tienen en cuenta los aspectos ambientales, sociales y económicos”.

Cabe recordar que el 2018 se estableció como una prioridad empresarial ver este tema y entender de alguna forma que el impacto ambiental que genera la cadena de suministro no es menor, considerando –según expresó Gustavo- que la logística es el 30% del efecto invernadero.



Gustavo Villena
Ingeniero Civil, Miembro
de SCCC y Director
de Sostenibilidad y
Electromovilidad en APLOG

Este análisis y las cifras abren desafíos, oportunidades y generan también responsabilidades; y es ahí donde la tecnología asoma como un aliado. De acuerdo con el ejecutivo avanzar en esta materia requiere de estrategias que están basadas en dos pilares: comunicación y acciones colaborativas y en la inversión en tecnología (trazabilidad, electromovilidad, gestiones energéticas).

“La electromovilidad por sí sola no es la vía de solución para descarbonizar la operación. La agencia internacional de ener-

gía dice que hay alrededor de 40 millones de vehículos eléctricos en el mundo (18% aprox.) y establece que para el 2040 se van a vender alrededor de 54 millones de unidades lo que representa un 58%. Pero si esta es la vía, siento que la carrera ya la tenemos perdida. Debemos mirar otras opciones también”, advirtió.

En términos operacionales, el ejecutivo aseguró que la inmediatez se ha transformado en el objetivo de la logística y eso genera “desafíos” globales. “No todo tiene que ser urgente y ahí hay un espacio de cambios que permitan vincular la ges-

“La electromovilidad por sí sola no es la vía de solución para descarbonizar la operación. La agencia internacional de energía dice que hay alrededor de 40 millones de vehículos eléctricos en el mundo (18% aprox.) y establece que para el 2040 se van a vender alrededor de 54 millones de unidades lo que representa un 58%. Pero si esta es la vía, siento que la carrera ya la tenemos perdida. Debemos mirar otras opciones también”.

ción logística con los deseos de rapidez”. Si bien, hoy lo verde vende, el llamado de Gustavo es a mirar la cadena completa, porque muchas veces se toman acciones en un lado o eslabón y se dejan otras a la deriva. Hay que ir más allá de los slogan o declaraciones de principios empresariales; hay que concretar acciones que permitan entonces diseñar y gestionar una cadena de suministro sostenible de punto a punto”.

“La invitación es a entender que cuando hablamos de logística verde o supply chain sustentables cada una de las acciones aporta a la gran meta que es reducir el impacto de esta actividad; pero lo triste es que muchas de las acciones no se relacionan. El objetivo debe ser alcanzar una logística sostenible y rentable a la vez”, añadió el miembro de APLOG.

Finalmente, el llamado de Villena es generar conciencia y considerar siempre las 3R y un escalón más arriba “reparación” que va unido a la mejora continua y a la mirada hacia las tecnologías. “Los cambios requieren repensar las acciones y esa es una tarea constante”, enfatizó.

HIDRÓGENO VERDE: UNA REVOLUCIÓN

En el marco del ciclo de charlas de Logistec Show 2024, Patricio Dallan, destacado ejecutivo de supply chain con vasta experiencia en la dirección de equipos en importantes empresas multinacionales, se refirió a la penetración del hidrógeno Verde en la industria y cómo esta energía -que se proyectaba para el futuro- va tomando forma y transformándose en una alternativa para el desarrollo sostenible de la logística.

En la búsqueda de alternativas sostenibles para la energía y el transporte, el hidrógeno verde ha emergido como una solución prometedora. Producido a partir de fuentes renovables como la energía eólica y solar, ofrece una forma limpia de alimentar una amplia gama de aplicaciones industriales y de transporte, proyectando un impacto positivo en la cadena de suministro, impulsando un sistema logístico más sostenible. El impacto de esta solución se puede vislumbrar en el transporte y logística, donde los vehículos de carga pesada y los buques de transporte pueden beneficiarse enormemente del hidrógeno verde.

Los camiones impulsados por celdas de combustible de hidrógeno ofrecen una mayor autonomía y tiempos de reabastecimiento más rápidos en comparación con los vehículos eléctricos de batería. Esto es crucial para operaciones logísticas que requieren alta eficiencia y tiempos de inactividad mínimos.

El hidrógeno verde también puede actuar como un medio de almacenamiento de

FINNING CAT

¡YA PUEDES ARRENDAR

TU GRUA
HORQUILLA

CON FINNING



DISPONIBILIDAD

INMEDIATA

► COTIZA TU EQUIPO: 229 277 000
FINNING.COM

FINNING CAT

energía, permitiendo que el exceso de energía generada por fuentes renovables se almacene y se utilice cuando sea necesario. Esto ayuda a estabilizar la red eléctrica y asegura un suministro continuo de energía limpia.

La adopción de esta fuente energética en la cadena de suministro presenta numerosos beneficios ambientales, económicos y sociales, tales como: la reducción de emisiones, la diversificación energética, la innovación y competitividad. Sin embargo, y pese a su potencial, su adopción enfrenta desafíos, tales como: su alto costo de producción, la falta de infraestructura adecuada para la producción, almacenamiento y distribución de hidrógeno y el marco regulatorio y los incentivos gubernamentales para su uso.

El hidrógeno verde también puede actuar como un medio de almacenamiento de energía, permitiendo que el exceso de energía generada por fuentes renovables se almacene y se utilice cuando sea necesario. Esto ayuda a estabilizar la red eléctrica y asegura un suministro continuo de energía limpia.

El hidrógeno verde representa una oportunidad transformadora para la cadena de suministro, ofreciendo una solución sostenible y limpia a los desafíos energéticos actuales. A medida que la tecnología avanza y las inversiones en infraestructura aumentan, el hidrógeno verde tiene el potencial de revolucionar el transporte, la logística y los procesos industriales. Adoptar esta tecnología no solo beneficiará al medio ambiente, sino que también impulsará la competitividad y la innovación en una economía global cada vez más consciente.

En este sentido, Patricio Dallan, enfatizó en que “no hay manera de generar energía sin polución”, pero la idea es siempre avanzar en la disminución de esa polución y ahí el hidrógeno verde tiene un tremendo espacio de desarrollo para alcanzar los objetivos medioambientales planteados de cara al 2050 y para eso todas las tecnologías y soluciones desarrolladas deben “estar sobre la mesa” para estar libres de carbono. De acuerdo con el ejecutivo, Chile se presenta como un player impor-

tante del hidrógeno a nivel global, lo que habla de un camino de oportunidades. Además, reconoció que el desarrollo de esta energía se ha transformado en una de las iniciativas que reúne mayor interés global, recibiendo fuertes inversiones para su desarrollo e investigación.

Según Dallan no hay dudas de que Supply Chain será impactada por esta solución energética, cuyas aplicaciones -según el ejecutivo- se pueden ver en medios de transporte y generación energética. “Los centros de distribución también son impactados por esta energía. El 2017, cuando no se hablaba del hidrógeno en Latinoamérica llegó a la mesa de Walmart el uso de esta energía y llegó la idea de electrolizador, el primero de ese tamaño que se adaptó para la operación”.

“El hidrógeno ya está siendo una realidad en supply y la vemos en aplicaciones en el transporte y también en los CD. La masificación de estas soluciones es cosa de tiempo. Tendremos una supply libre de carbono que llegará mucho antes de lo que creemos”, enfatizó Patricio.

REGENERACIÓN

Mientras muchos avanzan, piensan acciones y rediseñan operaciones para caminar hacia la sostenibilidad de supply chain, durante la última década; la industria sigue avanzando hacia un futuro donde los desafíos ambientales y sociales se intensifican, dejando “pequeña” a las acciones asumidas, pues muchos plantean que la sostenibilidad por sí sola puede no ser suficiente ante tremendos retos globales.

Es así como se está gestando un nuevo paradigma que va más allá de la mera sostenibilidad: la regeneración. Este concepto emergente asoma como un factor

transformador de las cadenas de suministro para mejorar los ecosistemas y las comunidades con las que interactúan.

Si bien, la sostenibilidad se centra en minimizar el impacto negativo y mantener un equilibrio; la regeneración da un paso más allá al enfocarse en restaurar, renovar y revitalizar las fuentes de energía y materiales que utiliza. En lugar de simplemente reducir el daño, la regeneración busca crear un impacto positivo neto en el medio ambiente y la sociedad.

Se piensa que las cadenas de suministro regenerativas son más resilientes frente a las perturbaciones, ya que dependen menos de recursos finitos y están mejor preparadas para adaptarse a los cambios en el entorno. Además, la adopción de este enfoque puede impulsar la innovación, llevando a desarrollos de nuevos materiales, tecnologías y procesos que mejoren la eficiencia y reduzcan costos.

Finalmente, ir más allá de la sostenibilidad hacia la regeneración representa una evolución necesaria para enfrentar los desafíos globales actuales. Al adoptar este enfoque, las empresas pueden crear un valor duradero y contribuir a un futuro más próspero y equilibrado para todos.

Estas acciones no son solo una opción estratégica, sino una responsabilidad que las empresas deben asumir para asegurar la viabilidad a largo plazo del planeta y la sociedad. El llamado de todos los actores es a no quedarse.

Sin embargo, nada se avanzará si estas estrategias no van acompañadas de un cambio de mentalidad permanente y no solo una mirada comercial de estos factores. Ya no basta con hablar, hay que actuar. Si bien, el nivel de implementación de estas acciones es diverso y muchos las asocian aún a inversiones en grandes empresas, lo cierto es que -en esta materia- no importa el tamaño de la compañía; todas las acciones suman para alcanzar el gran objetivo común: una industria logística con futuro. ■

GESTIÓN DE PEDIDOS DE CLASE MUNDIAL

En las cadenas de suministro de rápido movimiento de hoy en día, lo único que puede esperar es lo inesperado. Para lograr la demanda de los clientes, las empresas necesitan una planificación avanzada de pedidos, visibilidad predictiva del ciclo de vida y una ejecución ágil y oportuna.

PANOM es la solución de gestión de pedidos de extremo a extremo de APL Logistics, entregada a través de nuestros equipos de gestión de cuenta de clase mundial, soluciones digitales propias y una red global. PANOM permite la toma de decisiones del día a día que mitiga la interrupción del inventario y maximiza su rentabilidad, lo que permite adaptarse más rápido y ejecutar eficientemente.



CONECTAR DEMANDA Y OFERTA

COLABORACIÓN DE SOCIOS – SIMPLIFICACIÓN

MEJORAR LA EFICIENCIA OPERATIVA

EMBARQUES SUSTENTABLES

PARA APRENDER
MÁS ESCANEA
EL QR



CONECTAR DEMANDA Y OFERTA



Contacto Comercial: paola_ortuzar@apllogistics.com
WWW.APLLOGISTICS.COM

Comer pastel de choclo y porotos granados en invierno o acceder a una inmensa variedad de frutas estacionales durante todo el año son hoy acciones comunes en el consumo de la población chilena. Los productos refrigerados y congelados en Chile han ido en constante aumento en los últimos años, de la mano de una amplia variedad de alimentos que hoy ofrece la industria y de un sector innovador y tecnologizado.

El incremento en el consumo de estos productos puede atribuirse a varios factores, tales como las nuevas familias, los estilos de vida modernos, la falta de tiempo entre padres y madres trabajadoras. La vida moderna, en general, caracterizada por un ritmo acelerado ha llevado a los consumidores a buscar opciones de alimentos que sean rápidas y fáciles de preparar. Los productos congelados, que van desde verduras y frutas hasta comidas completas, ofrecen una solución práctica sin sacrificar el valor nutricional.

Sin duda, durante la pandemia, el consumo de estos productos aumentó fuertemente motivado por la dificultad para comprar, las restricciones de movimiento de la población y el temor al desabastecimiento; y es ahí donde las cualidades de los congelados cobraron valor, ya que tienen una vida útil mucho más larga en comparación a los frescos. Esto permite a los consumidores planificar sus compras y reducir desperdicios de alimentos que son hoy una preocupación creciente en muchos hogares. A diferencia de la antigua percepción de que los alimentos congelados eran de menor calidad, hoy en día muchos alimentos se congelan rápidamente después de la cosecha o producción, preservando así sus nutrientes y sabor, lo que ha mejorado indudablemente su penetración en los consumidores.

UN MERCADO EN CAMBIO

En los últimos años el consumo ha evolucionado de manera acelerada y junto

EL AUJE DE LOS PRODUCTOS CONGELADOS: IMPULSORES DEL CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA DEL FRÍO



El auge de los productos congelados representa un cambio significativo en los hábitos de consumo y ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística del frío. Este sector ha respondido al desafío con expansiones de infraestructura, innovaciones tecnológicas y un enfoque en la sostenibilidad.

con él la cadena de valor de los alimentos se está transformando. Los nuevos comportamientos y expectativas de los consumidores; los datos y las tecnologías; los desafíos sociales como la producción y la gestión de los desperdicios de alimentos, la competencia de la industria y las interrupciones imprevistas de las cadenas de

suministro son algunos de los drivers que impulsan la transformación en la manera en que se producen y disponibilizan los alimentos en Chile.

En este contexto, Deloitte presentó un estudio, denominado Preferencias y Tendencias de Consumo de Alimentos en Chile,

que respondió a un análisis realizado a fines de 2021 que exploró la percepción de los consumidores en el país, sus preferencias y expectativas respecto al mercado de los alimentos, profundizando en las principales tendencias para las categorías de frescos. El cuestionario contó con la participación de más de 1.000 personas, tomadores de decisión de compra de alimentos dentro del hogar.

En esos años ya el estudio arrojaba una tendencia clara del aumento de este tipo de producto, destacando conclusiones como, por ejemplo, que el presupuesto de consumo de alimentos en Chile se distribuye de la siguiente manera en los hogares: 8% pescados y mariscos, 12% alimentos congelados, 13% lácteos y huevos, 21% frutas y verduras, 21% carnes rojas y blancas. Y finalmente, 25% otros, como comidas preparadas, abarrotes, aguas y demás bebidas. Además, el análisis concluyó que un 22% de las personas pertenecientes a la generación X (entre 40 y 49 años) compran alimentos congelados

una vez por semana. también, se identificó que el segmento ABC1 tiene mayor frecuencia de compra, donde el 28% de ellos compra al menos una vez por semana este tipo de productos.

Y en este escenario, de creciente popularidad de los productos congelados, no solo se han transformado los hábitos alimenticios, sino que también ha generado un impacto significativo en la industria logística, un sector crucial para garantizar la calidad y seguridad de estos productos desde el momento de su producción hasta su consumo.

IMPACTO EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA DEL FRÍO

El aumento del consumo de productos congelados ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística

del frío, que se encarga de la gestión y el transporte de productos que requieren condiciones de temperatura controlada. Este sector ha tenido que adaptarse y expandirse para satisfacer la creciente demanda, lo que ha llevado a varias innovaciones y desarrollos.

Y para soportar el crecimiento de productos congelados ha sido esencial la expansión de infraestructuras de almacenamiento en frío. Se han construido nuevos almacenes y se han ampliado las capacidades de los existentes, equipándose con tecnología avanzada para mantener temperaturas precisas y constantes.

Asimismo, la tecnología ha jugado un papel crucial en la evolución de la logística del frío. Los sistemas de monitoreo en tiempo real permiten a las empresas rastrear y controlar las condiciones de temperatura a lo largo de toda la cadena de suministro, asegurando que los productos se mantengan en condiciones óptimas desde el origen hasta el destino final.



ar racking
SOLUCIONES DE ALMACENAJE

RACKS METÁLICOS INDUSTRIALES PARA TODO TIPO DE CARGAS

- INGENIERÍA ANTISÍSMICA EN TODOS LOS PROYECTOS
- GRAN STOCK DISPONIBLE PARA ENTREGA INMEDIATA
- CUMPLIMIENTO 100% DE PLAZOS DE ENTREGA

 info@ar-racking.com

Otro rasgo de este nuevo escenario ha sido la creciente preocupación por el impacto ambiental de las operaciones. Las empresas del sector están invirtiendo en soluciones más sostenibles, como el uso de energías renovables y la mejora de la eficiencia energética de los equipos de refrigeración.

Para profundizar sobre el momento actual de la industria logística de frío, importantes actores analizaron los principales aspectos del mercado: desarrollo, crecimiento, tecnología y desafíos son hoy los puntos de interés de una industria que viene de vivir lo que- a su juicio- fueron los mejores años en términos comerciales.

Freddy Ríos, gerente de Transporte de Mega frío, reconoció que los últimos años, la industria alcanzó un enorme desarrollo con cifras de crecimiento, en periodo de pandemia, de incluso dos dígitos, debido a la explosión en el consumo de este tipo de alimentos.



Freddy Ríos
Gerente de Transporte
en Mega Frío

“Entre mediados de 2020 a 2022, el consumo explotó y gatilló el interés de los distintos actores por esta industria. Esta realidad dejó nuestra capacidad, por ejemplo, al 100%, en almacenamiento y peacking”, detalló el ejecutivo de Mega frío.

En esta línea, Alan Denton, gerente general de Friosan, ahondó sobre el explosivo momento que vivió esta industria, impulsado por factores como: “los largos plazos de exportación y el estancamiento en la logística portuaria, lo que generó un sobre stock de los inventarios y eso, a su vez, nos llevó como operadores a responder a esa demanda, generando un buen momento comercial en los distintos actores del mercado que llevó a muchos a iniciar procesos de crecimiento y alcanzar una ocupación casi al 100%”.

No obstante, el buen momento de la industria impulsó además importantes movimientos empresariales en Chile, además de generar atractivos proyectos de crecimiento y desarrollo y también de implementación tecnológica para responder a la creciente demanda de servicio que impulsó la situación pandémica.

UNA INDUSTRIA ATRACTIVA

Hay cambios en los volúmenes manejados, en los stocks almacenados y una eventual caída en el consumo de la población son innegables y están reflejados en las cifras macroeconómicas a nivel país. Entonces, ¿sigue siendo esta una industria atractiva? Los ejecutivos profundizaron sobre el futuro del sector y la importancia de seguir creciendo y mirando el desarrollo de la industria. “Después de la pandemia la situación volvió a la relativa normalidad, bajando los volúmenes aproximadamente en un 20% (2023). Los proyectos hoy, en general, se han detenido para recuperar los volúmenes y así iniciar un nuevo proceso de expansión”, reconoció Ríos.

Ambos coinciden que a pesar de los vaivenes esta sigue siendo una industria atractiva y con buenas proyecciones y el ingreso de actores internacionales al mercado logístico chileno es reflejo del buen momento de la industria y de cómo es vista en el exterior. Sin embargo, hay que reconocer que ese “boom comercial del sector” ha cambiado en los últimos años, generando un proceso de ajuste en la demanda de servicios, propios del periodo post pandemia.

“La situación se contrajo y la base de cualquier cliente de productos exportados congelados está hoy en mantener menos inventario, porque eso es costo. Los clientes están generando una especie de equilibrio entre el nivel de servicio y el stock”, afirma Alan.

Por su parte, Ríos añadió que: “si bien hemos vuelto a una realidad de la prepan- demia, lo que es normal, no significa un

desmedro en nuestra realidad empresarial. Hay que considerar que bajaron los volúmenes, pero no los costos y eso se refleja en las tarifas”.

“Si hoy hay importantes actores y ha crecido la industria es porque es un mercado sólido, bien visto en el exterior, con un crecimiento sostenido y con buenas oportunidades. Hay una preocupación por esta actividad, porque el consumidor quiere este tipo de productos y eso ha impulsado al sector”, enfatizó Denton.

ORDEN, CONTROL, TECNOLOGÍA Y SERVICIO

¿Qué requiere esta industria para el éxito operacional? y ¿Qué miran los clientes? Los ejecutivos coincidieron en que la clave está en el nivel de servicio; sin embargo, ambos aportaron distintas visiones sobre los pilares que sostienen la operación.

Para Alan Denton, no existen factores más importantes que “el Control y el Orden” para asegurar una buena operación logística en la industria de los congelados y refrigerados. Las cualidades de esta operación obligan a las empresas a tener el control total y lograr también una visibilidad de cada etapa de la operación y es ahí donde la tecnología asume un rol primordial y en Friosan así lo entiende, ya que su operación cuenta con avanzados procesos de automatización que dan un nuevo ritmo a la logística.



Alan Denton
Gerente General
en Friosan

En tanto, el gerente de Transporte de Mega Frío apuntó al nivel de servicio como el sello diferenciador y es ahí donde “como actores colocamos nuestro foco, por ejemplo, en la robustez que tiene nuestra red de servicio a nivel nacional

que va de Iquique a Puerto Montt, permitiéndonos operar de Arica a la décima región". Ríos agregó además que: "el cliente busca un buen nivel de servicio con exigencias por sobre el 98%. Lo que buscan, no es más que una cadena aceiteada que permita una logística sin fisuras que resguarde los productos. Para los clientes es importante que la cadena se conserve y mantenga los niveles de temperatura que es clave en esta industria". El gerente general de Friosan, en tanto, destacó que su ventaja para posicionarse en la industria nacional es la tecnología.

"Somos el primer operador chileno de logística en frío con un proceso de automatización con un nivel de servicio óptimo, lo que nos permite generar una operación de alto nivel, con un buen equipo de trabajo, un buen sistema de TI que lleva a la operación del cliente a un ritmo y una seguridad operacional importante. Nuestro sistema tiene ventajas y en eso sustentamos nuestra operación. Es una operación ordenada, lo que nos asegura un buen ni-

vel de servicios para nuestros clientes, con productividad y eficiencia".

Sin embargo, Alan reconoció que hoy los clientes "buscan precio y de la mano de un buen servicio", por lo tanto, la estrategia está en ofrecer un diferenciador, porque "esta es una industria que no solo se puede quedar en el valor, sino en el servicio anexo que tiene esta operación que incluye calidad, seguridad y eficiencia". Ambos ejecutivos se mostraron conscientes de los desafíos que tiene este mercado y, por tanto, aseguran se requiere de planes de mejora constante, por ejemplo, a nivel de comunicación con los clientes, implementación tecnológica e integración sistémica.

El frío ha permitido la prolongación de los alimentos y permite a los consumidores tener productos atemporales. En esta apertura del mercado han aumentado también la cantidad de productos que requieren refrigeración y congelación y también está la sustentabilidad en la industria

de los alimentos en la mira; todos factores que hacen presagiar que este mercado continuará creciendo y, por tanto, requerirá de una logística bien aceiteada.

Sectores como bollería, carne, helados, lácteos, mariscos son hoy solo algunos de lo que se puede encontrar en los distintos canales de venta. Es la medida en que el consumo aumente, el stock se mueve y eso impulsa a este sector que crecerá de la mano de la tecnología, la calidad de servicio y la sustentabilidad.

Por tanto, no cabe dudas de que el auge de los productos congelados representa un cambio significativo en los hábitos de consumo y ha impulsado un crecimiento notable en la industria de la logística del frío. Este sector ha respondido al desafío con expansiones de infraestructura, innovaciones tecnológicas y un enfoque en la sustentabilidad. ■



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

SOLUCIONES PARA EL MOVIMIENTO DE MATERIALES





PARA PUMA



www.alutipo.cl









E-COMMERCE FULLFILMENT



RETAIL DISTRIBUTION



AV.SERGIO VIEIRA DE MELLO 4046, MACUL.
 VENTASCHILE@ALUTIPO.COM
 +56 9 4227 0088
 +56 22 906 7653

“HAY ESCASEZ DE SUELO PARA CONSTRUIR BODEGAS EN LA REGIÓN METROPOLITANA”



24

MATHIEU MEOT, LÍDER DE BROKERAGE INDUSTRIAL DE CUSHMAN & WAKEFIELD: Actualmente hay menos de un 10% de la superficie industrial en el Gran Santiago disponible para edificar bodegas en terrenos con carácter “molesto” o “peligroso”. La demanda más común por este tipo de suelo son las fábricas, pero, producto de la regulación, las empresas logísticas, como grandes retailers, también están necesitando este tipo de terrenos.

Desde 2020, producto de cambios normativos o nuevas regulaciones más exigentes, se ha observado un problema creciente relacionado con la escasez de terrenos para la construcción de bodegas en suelos con carácter “molesto” o “peligroso”.

Este se ha visto exacerbado por las restricciones impuestas en los planes reguladores, que reglamentan los tipos de actividades de las empresas desde “inofensivo” a “molesto” o “peligroso”, y cuyos efectos se están observando hoy en día. “Ante regulaciones más estrictas, las empresas tienen que verificar o usar un due-

diligence más extenso sobre los suelos y las bodegas, para asegurar que cumplan con los requisitos que establece la circular B32/2020 del Ministerio de Salud, que instruye a las SEREMI de salud del país, criterios técnicos para la calificación de actividades productivas e infraestructura”, puntualiza Mathieu Meot, líder de brokerage industrial de Cushman & Wakefield, compañía global de servicios inmobiliarios corporativos.

En esta línea, el ejecutivo cuenta que hasta el 50% de las empresas con las que trabajan tienen categoría de “molestas” o “peligrosas”, y que actualmente hay menos de un 10% de la superficie industrial de la Región Metropolitana disponible para construir bajo estas condiciones.

“La demanda más común por este tipo de suelo son las fábricas, pero producto de la regulación las empresas logísticas, como grandes retailers, están necesitando también este tipo de suelo”, comenta el líder de brokerage industrial de Cushman & Wakefield.

De esta manera, esta situación incide especialmente en empresas que necesiten almacenar productos, como, por ejemplo, una compañía que antes importaba ropa y amplió su actividad a aerosoles, tendría un requisito más alto de uso de suelo, con lo cual pasaría de “inofensivo” a “molesto” o “peligroso”. Este caso también afectaría a una empresa que requiera mayor energía eléctrica o aumente su flota de camiones para el traslado de sus productos.

Al respecto, Meot sostiene que muchas empresas no están enteradas de este tema, ya que están dedicadas a su operación, mientras las normativas inmobiliarias se van ajustando con el tiempo.

“Las renovaciones de los contratos de bodegas se producen cada 5 ó 10 años, entonces para una empresa que arrendó una bodega en 2019 y recién tendría que renovarla en 2029, no estaría enterado de la nueva normativa, publicada durante la vigencia de su contrato”, sostiene.



Creemos en
las relaciones
de largo plazo,
**basadas en la
cercanía.**



Confianza



Cercanía



Compromiso



En **Bodegas San Francisco** creemos que el contacto permanente y cercano con nuestros clientes es el pilar fundamental de un buen servicio.

Inculcamos en nuestra gente la excelencia operacional, la dedicación a su trabajo, la cercanía con el cliente, trabajando constantemente en la mejora continua.



BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO

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

bsf.cl    

Para evitar que estos cambios normativos afecten en la renovación de patentes o en la ampliación de una bodega, el ejecutivo agrega que “desarrollamos un análisis teórico de calificación técnica industrial para que cada empresa sepa qué tipo de suelo van a necesitar en el futuro, según su rubro y expansión. Acorde a ese estudio, los asesoramos con el tipo de almacenamiento logístico que necesitan y dónde debiese estar ubicado, adelantándonos a las características que le exigirán en un futuro, entendiendo que estos proyectos son a largo plazo”.

El objetivo es que tanto las manufacturas como las empresas logísticas puedan asegurar suelos en la Región Metropolitana, que calcen con las normativas y las regulaciones, dada la escasez de terreno que existe para la construcción de bodegas, específicamente de suelo industrial “molesto” o “peligroso”.

UBICACIÓN Y PRECIOS DE TERRENOS INDUSTRIALES “MOLESTOS” O “PELIGROSOS”

Los suelos industriales poco a poco han ido saliendo del anillo de Américo Vespucio, desde comunas como Macul, San Miguel, San Joaquín y hoy en día se están viendo expansiones hacia Lampa, Colina y hacia el acceso sur como Puente Alto, debido a la escasez y los elevados precios que se encuentran en los terrenos cercanos a Vespucio.

“En Lampa están trabajando en un nuevo plan regulador, que ampliaría las superficies de terrenos industriales “molestos”, lo que generará mayor oferta de suelo para construir bodegas con estas calificaciones”, analiza Mathieu Meot, líder de brokerage industrial de Cushman & Wakefield. En términos de precios pedidos, en Vespucio se observan valores desde 5 UF/m² hasta 11 UF/m². Mientras, en sectores

emergentes, el precio bordea entre las 3 UF/m² y 4,5 UF/m².

¿Por qué es tan difícil encontrar un terreno para comprar? No es solamente un factor de disponibilidad, sino que también es por costos, tanto en términos de construcción como de gastos operativos, los cuales han ido aumentando desde la pandemia, cuenta el ejecutivo.

“Ejemplo de estos gastos operativos son el alza de contribuciones y el pago de sobre tasas (impuesto adicional sobre la contribución). A esto, se suma el incremento de los materiales de construcción y el tiempo de tramitación de los permisos”, menciona Meot.

En esta línea, agrega que “dado que los costos en general están más elevados, los márgenes también se acotaron. Y dado que los gastos son fijos, es decir, la construcción y la administración, solo se puede negociar el terreno, para lograr una rentabilidad adecuada del proyecto. De esta manera, la problemática es que la escasez de suelos está frenando el desarrollo de espacios industriales, ya que un proyecto que no es rentable no se ejecuta”.

Además, la no ejecución de estos proyectos impide que se alcancen los objetivos establecidos por organismos estatales, como el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU). Esto incluye el traslado de las empresas industriales ubicadas dentro del anillo de Américo Vespucio, con el objetivo de proteger a la comunidad de las molestias asociadas a estas actividades.

¿Por qué entonces no hay mayor desarrollo en sectores emergentes? Los barrios emergentes no siempre cumplen con la conectividad o la eficiencia logística para satisfacer la cadena de suministro, generando en el traslado mayores emisiones de dióxido de carbono (CO₂), más dificultades de las personas para llegar a sus lugares de trabajo y aumentos en los tiempos de entrega.

“Al respecto, el llamado sería a generar más y nuevos polos industriales en sec-

tores con buena conectividad como, por ejemplo, cerca del aeropuerto Arturo Merino Benítez, que actualmente se mantiene como zona rural y de interés silvoagropecuario”, precisa Mathieu Meot, líder de brokerage industrial de Cushman & Wakefield. ■

Usos de suelo

Los usos de suelo corresponden a un conjunto genérico de actividades mediante el cual los Instrumentos de Planificación Territorial (IPT) admiten o restringen un área predial, para autorizar los destinos de las construcciones o instalaciones.

De acuerdo con el tipo de uso o actividad productiva, existen tres principales calificaciones de uso de suelo industrial, según la normativa establecida por la Secretaría Regional Ministerial de Salud. Estos son: Inofensivo, Molesto y Peligroso.

Inofensivo: Se refiere a productos terminados que no producen daños ni molestias a la comunidad, personas o entorno. Por ejemplo, una bodega que almacena ropa o abarrotes.

Molesto: Materias primas o productos terminados que pueden ocasionalmente causar daños a la salud o la propiedad, y que normalmente quedan circunscritos al predio de la propia instalación, producir ruidos o vibraciones, u otras consecuencias, causando con ello molestias que se prolonguen en cualquier período del día o de la noche. Por ejemplo, un centro de distribución ecommerce de gran envergadura o una fábrica, especialmente, por la cantidad de transporte que requiere.

Peligroso: Materias primas, productos intermedios o finales, o bien acopio de estos que pueden llegar a causar daño de carácter catastrófico para la salud o la propiedad, en un radio que excede los límites del propio predio. Por ejemplo, almacenaje de aerosoles y sustancias peligrosas.



Lideres en logistica con
robots autonomos

BOREAL 4.0

Boreal Technologies Chile SpA
www.borealtech.com
robots@borealtech.com

MICOCA-COLA.CL: LOS AVANCES DE UN E-COMMERCE QUE ENTREGA FELICIDAD

La plataforma de Coca-Cola Andina ha sido reconocida por sus clientes, en términos de satisfacción y por la industria, a través del premio al mejor e-Commerce de la Industria Retail B2B & D2C & B2B2C. Aunque vive un momento de reconocimiento, mira con entusiasmo el futuro y se prepara para enfrentar el desafiante mundo online.

En 1886, el farmacéutico John Pemberton estaba buscando una cura para el dolor de estómago y, después de experimentar con varios ingredientes, creó una bebida carbonatada color caramelo, a la que bautizó como Coca-Cola. Desde su invención, se ha convertido en una de las bebidas y marca más populares del mundo, que hoy en día se vende en más de 200 países.

A lo largo del tiempo, Coca-Cola y sus socios embotelladores se han asegurado de reforzar la asociación entre la bebida y la experiencia. Y es ahí donde nace la necesidad de crear una operación e-Commerce direct-to-consumer, con micoca-cola.cl, para complementar el negocio B2B, el que le permite llegar a los consumidores a través de diversos clientes: almacenes de barrio, supermercados, restaurantes y botillerías, entre otros.

LA FÁBRICA DE LA FELICIDAD

Una de las ideas fuerza de la compañía y eslogan de sus instalaciones habla de la felicidad, reflejando cuál es el sentir de la empresa de cara a sus clientes y consumidores, y es ese el sello que el canal online -creado en diciembre 2016- tiene

como foco central: entregar felicidad. Así, esta aventura digital —a juicio de Christian Contreras, gerente general de Retco, filial logística de Andina con operaciones principalmente de última milla— tuvo como primer reto “romper paradigmas y enfrentar muchos NO para luego enfocarse en los objetivos, que son disponibilizar los productos y lograr llegar a la casa de los consumidores”.

“Comenzamos a entrar a la casa de cada uno de nuestros consumidores y no podíamos hacerlo de la misma manera que lo hacemos con los otros clientes y superar sus expectativas. Tuvimos que romper paradigmas como: no tenemos los sistemas, no podemos vender botellas individuales, no podemos llegar a la casa, no nos van a comprar retornable y no tenemos stock en línea, pues el chasis de este “auto logístico” estaba armado para las características tradicionales de venta de Coca-Cola Andina y es por eso por lo que se dio paso a una operación independiente con MiCoca-Cola.cl”.

El foco de esta nueva operación, al momento de su diseño y puesta en marcha, estaba en que “Sí podemos hacerlo. Podemos llegar al cliente a su casa con una nueva dinámica de entrega. Pero acá no hay espacio para fallar”. Así, a finales de 2016 se genera el primer pedido en esta nueva

plataforma online. El desarrollo ha sido importante y ya entre 2019 y 2022, “crecimos siete veces en volumen y 10 veces en valor. Pasamos a transformarnos en el 2% de la venta de Coca-Cola Andina en Santiago. Hay que tener presente que durante este período se produjo la pandemia, lo que benefició a todo el comercio en formato online”, comentó Contreras.

Lo que para muchos parecía imposible cuando se daban los primeros pasos en el comercio electrónico -llegar con una Coca-Cola a la casa del consumidor- comenzó a ser una realidad en el mercado chileno. “En estos años hemos aprendido.

Nos damos licencias para fallar y aprender rápidamente del error para ir así constantemente superando las expectativas de los consumidores. El cliente/consumidor en el centro siempre. El mundo cambia, nuestros clientes cambian y nuestras operaciones también y debemos estar atentos y no quedarnos estancados”. En cuanto a los retos que han enfrentado, Contreras afirmó: “Es una propuesta que nos ha desafiado a romper paradigmas y que va más allá de lo que siempre hacemos. Llegamos al corazón de nuestros clientes, en tiempo y forma”.

EL DESAFÍO NO TERMINA



Los números actuales reflejan el crecimiento del negocio y la madurez operacional que ha alcanzado MiCoca-cola.cl. En los últimos 5 años, la empresa ha multiplicado sus volúmenes en 7 veces.

Al igual que la mayoría del mercado y considerando la situación macroeconómica, se ha dado una ralentización en el crecimiento tras la pandemia; una especie de ajuste propio después de un momento explosivo del canal online que se vivió durante la crisis sanitaria; sin embargo, la empresa celebra hoy las buenas cifras del recién pasado Cyber Day, el cual se transformó en el segundo evento más exitoso de su historia, con un crecimiento de un 10% en comparación al anterior.

Otra particularidad que destacó el ejecutivo es el manejo que realizan de los retornables, por su valor en la mirada sustentable que tiene Coca-Cola Andina. “Es estratégico para nosotros como compañía manejar el empaque retornable como una propuesta de valor sustentable de la industria y, por

tanto, es una tarea ir avanzando hacia ese objetivo. Entregamos bebidas en formatos retornables y retiramos inmediatamente, dando agilidad al proceso”, agregó.

Actualmente, la empresa cuenta con una flota de 70 vehículos, llegando incluso a los 100 o 110 en periodos especiales como los cyber, con una capacidad que va desde 700 a 1.900 litros por vehículo, para responder al incremento que ha tenido la operación y así optimizar, por ejemplo, el tiempo útil de entrega.

Pero si de números se trata, la empresa ha obtenido índices de satisfacción del cliente que están sobre el 85% y con NPS que va de 65% a 67%. No obstante, Christian reiteró que la tarea no se detiene y la empresa busca constantemente “sorprender a los clientes”, por lo tanto, el llamado es “a hacer las cosas distintas e innovar, mirando la operación de cara al cliente”.



Christian Contreas
Gerente General
en Retco

“Nuestro diseño particular está en la entrega, que anteriormente estaba orientada a grandes volúmenes, pero que con este modelo se abrió a una operación distinta. Esto nos desafió a cambiar todo, no solo los sistemas sino también la manualidad del tratamiento del pedido, la entrega del pedido, el traslado, la descarga de los vehículos; pensando todo por botella. El desafío ahora es hacerlo de una manera más eficiente, desde el punto de vista operativo y de costos”, detalló.

Otro reto es lo que tiene que ver con el relacionamiento con los consumidores que, a su juicio, es muy distinto en este modelo, porque “estamos entrando a sus casas y eso genera una cercanía que debemos saber entender, manejar y respetar”.

“Hemos respondido bien, consistentemente en el tiempo y eso habla de una buena base de trabajo, que es lo más importante. Sin embargo, el e-Commerce cambia rápi-

damente y la pregunta, ¿cómo lo puedo hacer mejor y al menor costo posible?, está siempre presente”, expresó.

EL ADN QUE LOS MUEVE

“El cliente quiere que lo sorprendan constantemente y hay que estar preparado para eso, a través de la innovación. La mejora constante no se da solo con implementaciones tecnológicas, sino con habilidades, conocimiento y flexibilidad”, aseguró el gerente general de Retco.

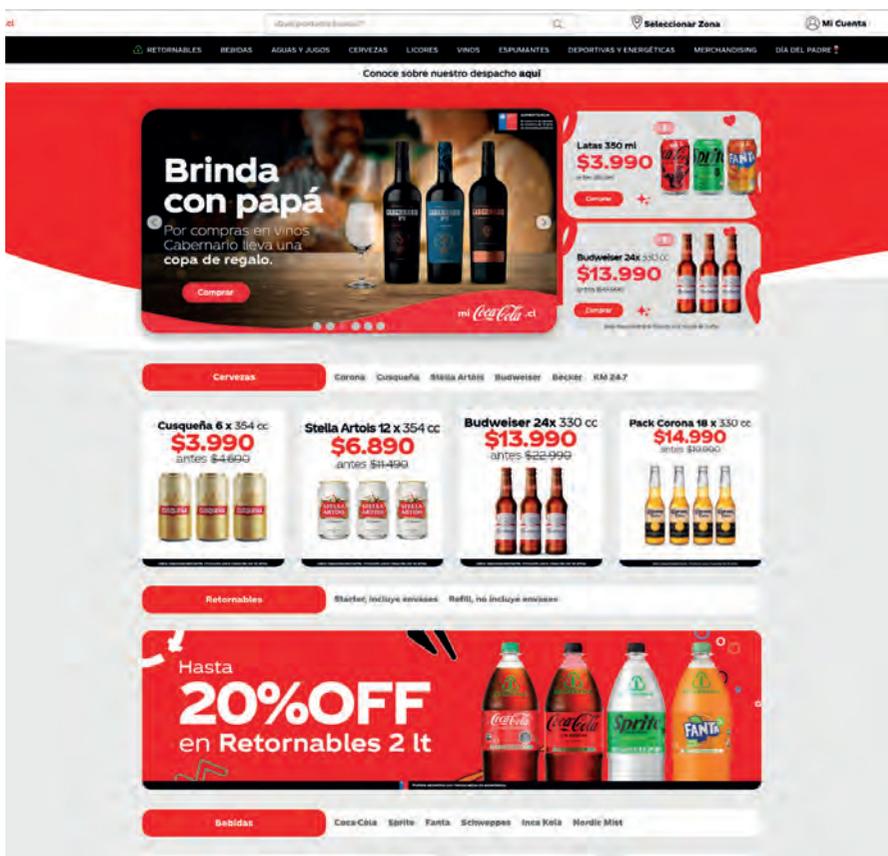
En cada uno de los detalles se puede marcar diferencias y eso lo saben en micoca-cola.cl. Agregar valor a la operación, se realiza a través de los procesos, los diseños, las jornadas de trabajo, los equipos, los ruteos y en la modalidad de entrega, entre otros aspectos.

“Hace dos años nos trasladamos a la comuna de San Bernardo, a un centro de distribución de 10 mil m2, que nos permite estar preparados para el futuro crecimiento del e-Commerce. Está en nuestro ADN el querer sacarle una sonrisa al cliente y en eso nos enfocamos. Cuando nos dicen que no lo hicimos bien, nos da pena y tratamos de pasarla rápidamente con mejoras”, comentó Contreras.

Hoy la empresa busca pasar a la siguiente etapa: “más allá de tener al cliente contento, hoy buscamos cómo lo sorprendemos y para eso es fundamental tener equipos que entiendan estos objetivos y las prioridades de micoca-cola.cl”.

Y las sorpresas vendrán — a juicio de Christian-, principalmente, por las mejoras en los plazos de entregas. La empresa busca, desde junio, comenzar un proceso gradual de escalamiento para entregas en 24 horas. “Queremos ir incrementando gradualmente para alcanzar el 100% de los pedidos y luego avanzar a entregas el mismo día”.

Además, expandir el modelo es una tarea pendiente. “La forma en que hemos ido trabajando el modelo operativo, tiene el



desafío de cómo lo hacemos escalable y ágil para replicarlo en regiones”, agregó. Actualmente, MiCoca-cola.cl celebra el reconocimiento de la industria. El pasado mes de abril, en el marco del e-Commerce Day Chile, fueron premiados como Industria Retail: B2B & D2C & B2B2C.

“Este reconocimiento refuerza que vamos por el camino correcto. Es gratificante saber que otras empresas valoran nuestro esfuerzo y trabajo, pero también nos presenta el desafío de continuar mejorando nuestra gestión y servicio, y para eso, es vital innovar, avanzar y saber responderles a nuestros consumidores”, enfatizó el ejecutivo.

“Somos embajadores de la marca Coca-Cola y eso conlleva una gran responsabilidad que debemos cuidar en cada pedido y en cada entrega. Nuestro objetivo es responder en tiempo y forma, y lograr que nuestros consumidores estén contentos y satisfechos, lo que es un desafío constante y así lo hemos ido asumiendo”, concluyó Contreras.

Desde su lanzamiento, Mi Coca-Cola.cl ha experimentado un crecimiento notable en términos de ventas y satisfacción del cliente. La plataforma no solo ha ampliado la presencia de Coca-Cola en el mercado digital, sino que también ha establecido un nuevo estándar para el e-Commerce en el sector de bebidas.

El futuro, si bien es siempre desafiante, se vislumbra exitoso para este e-Commerce, ya que junto con la mirada centrada en el cliente ha desarrollado una estrategia sostenible y responsable, lo que confirma el compromiso y la responsabilidad de la compañía con el futuro.

Al combinar una estrategia de e-Commerce robusta con una ejecución impecable, Coca-Cola ha demostrado que es posible adaptar un modelo de negocio tradicional y clásico a las demandas del comercio electrónico moderno. Este éxito sirve como inspiración para otras empresas que buscan reinventarse y prosperar en la era digital. ■

¡Lleva a tu equipo hacia **el futuro de la logística** y **evoluciona** con nuestra suite de inteligencia artificial y machine learning!



CONDUCTOPUS

Cree que **nadie conoce la ciudad como él**.
Se lleva muchas guías impresas para registrar las entregas.
Cuando la ruta se alarga, se las come.



LOCALIZADORAPTOR

Llama a sus conductores **para saber dónde están**.
Demora **30 minutos en dar una respuesta** a algún cliente.
Calienta pescado en el microondas de la empresa.



REXPARTIDOR

Cuando lee que las cajas dicen **frágil, las muerde**.
Su pausa de almuerzo puede durar 2 horas.
Trata el auto, **como si fué el de él**.



PathFinder
By SimpliRoute



Software de ruteo de última generación



WatchTower
By SimpliRoute



Monitorea en tiempo real tus operaciones



ForceField
By SimpliRoute



Optimiza las visitas de tu fuerza en terreno



AdvancedAnalytics
By SimpliRoute



Data Science como motor de tu Inteligencia Logística

Descubre el futuro de la logística inteligente en simpliroute.com

¡PROMESAS ROTAS! RECLAMOS EN EL COMERCIO ONLINE, UN FACTOR QUE NO SE PUEDE PERDER DE VISTA

El comercio electrónico en Chile sigue su ruta de crecimiento sostenido, posicionándose como el canal de ventas de mayor proyección para el comercio chileno, esto según cifras publicadas por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en abril pasado, las que proyectan ventas superiores a los US\$ 11.000 millones para el canal online en 2024; lo que representaría un crecimiento del comercio electrónico en torno al 8% para este año, superando con holgura la expansión en torno al 3% que se espera para el comercio físico.

En esta línea, según cifras publicadas por la Cámara Nacional de Comercio (CNC), el margen de participación del canal online en el total de ventas del comercio minorista alcanzó un índice del 21%, durante el primer trimestre de 2024, entre aquellos actores del retail que cuentan con canales venta físico y online, índice que se mantendría estable durante todo el año, según la entidad que representa a los principales retailers del país.

Las proyecciones de crecimiento, visualizadas por los expertos de la CCS y la CNC, por cierto, se sustentan en diversos factores, entre los

cuales destacan, la mayor madurez de los canales online, la multiplicidad de medios de pago, los avances logísticos en los métodos de entrega y, especialmente, en el crecimiento del segmento socioeconómico D dentro del total de shoppers del país, los que pasaron de tener una participación del 19% a una del 37% en menos de 5 años. Cabe destacar, además, que el crecimiento del e-Commerce en Chile ha trascendido las fronteras.

Así, según datos publicados por la Kantar Ibope Media, en su estudio "TGI Digital View", Chile es el país de Latinoamérica "que lidera en torno al e-Commerce actualmente; al concentrar el 66% de las compras online realizadas, de manera consecutiva, durante los primeros tres meses de 2024", seguido de cerca por Brasil, con el 65% de ellas; México, con el 64%; y Colombia, con el 63%. De acuerdo con el estudio, Chile se destaca, además, por el volumen de gastos en compras digitales, "con un 40% de los chilenos gastando entre \$47 mil y \$280 mil pesos" mensualmente.

Sobre el punto anterior, un reporte elaborado por la plataforma Sta-

tista sostiene que la penetración del comercio electrónico en Chile podría alcanzar un 80.87%, aproximadamente, al cierre de 2028. Una cifra récord dentro del sector, que en su traducción implicaría que ocho de cada diez chilenos estarían involucrándose en actividades de comercio digital en los próximos cuatro años.

RECLAMOS EN LA MIRA

Si bien las proyecciones de crecimiento del comercio online en Chile son altamente favorables, de cara a los próximos cuatro años, también representan importantes desafíos, sobre todo en lo referido a la experiencia de compra y a la satisfacción del consumidor final. En este plano, disminuir los índices de reclamos, debido a "promesas incumplidas" es, por cierto, uno de los retos que el comercio electrónico chileno -a nivel general- enfrenta; reto en el cual ha logrado importantes avances.

En este plano y de acuerdo con las cifras publicadas por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), durante los últimos tres años se ha evidenciado una baja en los in-



Entregas demoradas, productos erróneos, devoluciones engorrosas y canales de comunicación infames, son algunas de las razones que motivan a cientos de consumidores del canal online a interponer reclamos privados y públicos; frente a entidades fiscalizadoras del comercio nacional como el Sernac. ¿qué pasa con el consumidor cuando la promesa de compra se hace añicos? ¿cómo, a través de la tecnología se puede mejorar la performance de un comercio electrónico para dar al consumidor aquello que busca? A continuación, responderemos estas y otras interrogantes.

lices de reclamos de los consumidores del comercio online y físico. No obstante, si bien los reclamos disminuyeron, el canal online sigue concentrando el mayor número de denuncias. En una mirada retrospectiva, tenemos que en 2023 los reclamos interpuestos en el Sernac hacia el comercio virtual representaron el 62% del total de denuncias. (294.378 versus 179.759 denuncias por compras presenciales). Mientras que en 2022 la cifra fue mayor, con 339.121 reclamos contra comercios electrónicos, los que representaron el 66% del total de denuncias. En 2021, en tanto, los reclamos por compras online llegaron a 386.096, siendo el 60% del total.

Ahora bien, en lo que va de 2024, en Sernac informó que se han registrado 102.484 reclamos por compras online, lo que representa el 54% del total de los reclamos de consumidores en la entidad, superando a las compras presenciales, que registran 76.713 incidencias.

Por otra parte, según lo informado por la entidad fiscalizadora, la mayor parte de los reclamos apuntan al retardo de la entrega del producto, con 12.373 registros y en lo relativo a las categorías de compra, los registros de la entidad apuntan a que la compra de pasajes tiene la mayor cantidad de reclamos con 13.261 registros, mientras que las compras de vestuario y de muebles ocupan el segundo y tercer lugar con 7.737 y 4.783 reclamos respectivamente.

En este sentido, si consideramos que, según lo expuesto por los expertos de la CCS, los atributos que buscan los consumidores al momento de comprar en modo online son: acceder a mejores precios y ofertas (51%), el despacho rápido (33%) y la disponibilidad de productos (31%); tenemos que la correlación con los principales motivos de los reclamos que se registran en torno al comercio electrónico es lógica, ya que se vinculan con aspectos decisivos, tales como: el retraso en la entrega de los productos; la falta de stock y la lentitud en la resolución de inconvenientes o incidencias (post-venta).

Expuestas las cifras, queda de manifiesto que considerar el índice y motivos de las principales reclamaciones de los consumidores es, sin duda, una tarea ineludible para los actores del comercio online, si lo que buscan es ser competitivos y eficientes en un mercado cada vez más exigente, en el cual la oferta e-Commerce sólo crece.

Muchas empresas, de hecho, logran crear plataformas espectaculares de comercio electrónico a nivel visual, democráticas en lo que a medios de pago se refiere y atractivas a nivel de precios y ofertas, no obstante, los problemas inician cuando – a pesar de todo lo anterior- no son capaces para satisfacer la promesa de compra; lo que de forma inevitable genera pérdida de reputación para las marcas y, eventualmente, la irrevocable animadversión de los consumidores.

“REDUCIR EL PORCENTAJE DE RECLAMOS DEBE SER UNA PRIORIDAD PARA LAS MARCAS, YA QUE AFECTA A SU IMAGEN Y PUEDE ALEJAR A FUTUROS CLIENTES”, AGREGANDO QUE “ES CRUCIAL INCORPORAR POLÍTICAS MÁS CONSCIENTES CON LOS CONSUMIDORES QUE PRESENTAN QUEJAS, CONVIRTIENDO LOS ERRORES EN OPORTUNIDADES AL OFRECER SOLUCIONES EFECTIVAS EN TIEMPOS ADECUADOS”

Y es que, una vez que la promesa de compra se incumple (ya sea parcial o totalmente), comienza un primer proceso de pérdida reputacional de la marca en la psique del consumidor. Ahora bien, cuando el shopper decide presentar un reclamo – público o privado- debido a la deficiente experiencia de compra, se gatilla otro proceso de desilusión aún más profundo, que puede derivar en aversión hacia la marca o la tienda virtual, la que incluso puede afectar al propio canal de venta online. Como se puede ver, una compra fallida siempre es mucho más que sólo una promesa rota.

En este punto, Elías Zafe, Value Delivery Head de Infracommerce, comentó que “reducir el porcentaje de reclamos debe ser una prioridad para las marcas, ya que

afecta a su imagen y puede alejar a futuros clientes”, agregando que “es crucial incorporar políticas más conscientes con los consumidores que presentan quejas, convirtiendo los errores en oportunidades al ofrecer soluciones efectivas en tiempos adecuados”.

Sobre este mismo punto, Alberto Costoya, Channel Account Manager Senior de INFOR explicó que “en la actualidad, desarrollar un e-Commerce o canal de venta online exitoso implica saber interpretar cuáles son las reales preocupaciones de los clientes y cuáles son sus dolores al momento de comprar productos por medio de una plataforma online”, agregando que al momento de gestionar su canal online, algunas organizaciones y marcas no están teniendo presente ámbitos que vayan más allá de una buena plataforma virtual, tales como: la integración de re-

cursos tecnológicos como la nube o la utilización de algoritmos para resolver sus problemas de inventario, lo que se ve demostrado, por ejemplo, durante los eventos de alto tráfico como los cyber days, donde son recurrentes las críticas y reclamos de los consumidores, debido a dificultades en los procesos de entrega, devoluciones y en la trazabilidad de productos.

LA IA EN FAVOR DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Ahora bien, ante lo expuesto cabe preguntarse ¿cómo los e-Commerce enfrentan el desafío de los reclamos? y ¿cuáles son las estrategias o herramientas que hoy existen en el mercado para apoyar dichos procesos y evitar la pérdida de un



**DERCO
maq**

TENEMOS LA GRÚA QUE NECESITAS

DESDE 1.8 A 16 TONELADAS

Gas-Bencina ■ Diésel ■ Eléctricas



**KOMATSU
FORKLIFT**

STILL

**HANGCHA
FORKLIFT**



Revisa el catálogo de toda la maquinaria para bodega y logística.

Disponibles para **VENTAS Y ARRIENDOS**

600 786 1000

Cotiza en dercomaq.cl



cliente?. Al respecto, el Channel Account Manager Senior de INFOR indicó que “es importante que las empresas sean conscientes de la importancia de cumplir con la entrega de los productos que venden a través del comercio electrónico en tiempo y forma, porque si no, en vez de ser una experiencia positiva, es frustrante, generando una carga negativa hacia el comercio”, tarea en la cual contar con tecnología de vanguardia para la distribución y el almacenamiento es clave.

En esta línea, el vocero de Infor sostuvo que se requiere abordar este tipo de problemáticas de “forma totalmente holística” para alcanzar el equilibrio perfecto entre tecnología y modernidad junto con la experiencia del consumidor. “Hay muchos desafíos que están pendientes y, por lo mismo, al momento de construir y poner en marcha un espacio de e-Commerce se requiere de tiempo, autocritica y, en particular, de bastante experimentación, teniendo presente los diversos tipos de contextos en los que nos movemos”, agregó.

En este entramado, mejorar los procesos logísticos es un factor decisivo que marca la diferencia entre una operación eficiente y rentable, y una afectada por retrasos y costos innecesarios, seguida de reclamos que afectan su reputación. Por ello, es fundamental reforzar permanentemente toda la operación logística para fidelizar y atraer a los clientes.

36

En este punto, Elías Zafe, manifestó que en la actualidad existen herramientas que permiten a las empresas comprender las necesidades y preferencias de los clientes, ofreciendo una experiencia única y automatizada que impulsa resultados sobresalientes, siendo una de las más destacadas la Inteligencia Artificial.

Al respecto, Zafe indicó que la Inteligencia Artificial puede predecir la demanda y estacionalidad, permitiendo ajustar el inventario de manera más precisa. Al mismo tiempo destacó que la IA permite predecir con mayor precisión los tiempos de entrega y ofrecer actualizaciones proac-

tivas en caso de retrasos. Ahora bien, en lo relacionado a las entregas, el experto sostuvo que “es clave que los consumidores puedan elegir entre diferentes métodos de entrega, como el despacho exprés o los puntos de recogida. En este punto, los algoritmos de IA pueden optimizar las rutas de entrega y minimizar los tiempos de espera, mejorando la satisfacción del cliente y reduciendo los costos operativos.

TAMBIÉN, LA IA IMPULSA OTRAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO EL SEO Y EL MARKETING PREDICTIVO, ANTICIPÁNDOSE A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OFRECIENDO PROMOCIONES, DESCUENTOS Y PRODUCTOS DE UNA MANERA POR COMPLETO PERSONALIZADA.

Finalmente, en lo relacionado a los procesos de atención al cliente, el experto de Infracommerce expuso que “es importante responder rápidamente a las consultas y reclamos, mejorando la experiencia de compra y la fidelidad a la marca; un proceso en el cual el uso de chatbots impulsados por IA para respuestas rápidas es clave ya que se es capaz de analizar los datos de interacciones para identificar áreas de mejora y anticipar las necesidades de los clientes”.

DE LOS EVENTOS DE ALTO TRÁFICO

Ahora bien, como se ha expuesto, en materia de reclamos relacionados a la performance del comercio online, los denominados “eventos de alto tráfico” suelen ser las instancias de mayor registro, es por ello que implementar tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) y la personalización de experiencias de usuario durante este tipo de eventos es crucial para los actores del e-Commerce; dado que estas herramientas permiten a las empresas comprender las necesidades y preferencias de los clientes, ofreciendo una instancia única y automatizada que destaca en medio del frenesí de compras en línea.

De esta manera, la implementación de soluciones integrales de IA durante even-

tos de alto tráfico como el que acaba de registrarse puede generar resultados sorprendentes. De hecho, según los expertos de Infracommerce, “al incorporar módulos personalizados, banners con categorías de recomendación de productos y estrategias de cross-selling y up-selling, se han observado incrementos significativos en diversos indicadores clave”. Aunque la IA no interviene directamente en el proceso de pago durante

el CyberDay, sí contribuye a aumentar las unidades por ticket mediante estrategias de cross-selling, en donde se ofrecen productos complementarios al que se añadió al carro de compras, y el up-selling, que se basa en recomendar productos de una mejor gama y mayor precio antes de que se concrete la compra. Lo anterior con el fin de aumentar el valor de cada transacción.

También, la IA impulsa otras tecnologías emergentes como el SEO y el marketing predictivo, anticipándose a las necesidades del cliente y ofreciendo promociones, descuentos y productos de una manera por completo personalizada. Respalda-das por tendencias como BIG DATA, machine learning y marketing automation, las soluciones de IA están transformando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes durante eventos de alto tráfico como el CyberDay y en el día a día, lo que supone para los actores del rubro una importante herramienta tecnológica que no debe ser ignorada.

Es hora de ofrecer una experiencia de usuario verdaderamente memorable, y evitar -de esta forma- incidencias que puedan afectar al consumidor y orillararlo a un reclamo que podría cambiar la forma en que se relaciona con el cada vez más importante canal online. ■



CHILE
INTERSYSTEMS
Soluciones Logísticas



ÁGUILA
S I S T E M A S



**EXPERTOS
EN SISTEMAS
DE ALMACENAJE
PARA TU
BODEGA.**

- Racks y estanterías metálicas.
- Sistemas de automatización.
- Planta automatizada y gran capacidad de fabricación.

**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



LA VUELTA A LA CALMA: EL E-COMMERCE SE ESTABILIZA Y ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES

No hay duda de que el éxito de las empresas está fuertemente ligado a su capacidad de analizar, entender y adaptarse a los distintos escenarios. El desarrollo explosivo del comercio online en los últimos años fue prueba de ello. Hoy, ante la relativa calma de la industria digital, este canal de ventas sigue abriendo oportunidades de crecimiento que hay que saber aprovechar.

Las buenas cifras alcanzadas por el recién pasado Cyber Day en Chile, en términos de transacciones y ventas, tiene contentos a muchos, pues refleja un importante impulso comercial para muchas compañías que han enfrentado fuertes bajas en sus ventas en el último tiempo.

La brusca caída en el consumo de la población -comprensible ante las características de los años anteriores con pandemia y ayudas económicas fiscales- tiene al comercio en general "preocupado". Este evento digital vino, en cierta medida, a dar esperanza de una mejora en las cifras de consumo que permitan a las empresas retomar su senda de crecimiento y tranquilidad, acompañado -por supuesto- de estabilidad en las cifras macroeconómicas.

El pasado Cyber, según el balance preliminar de la Cámara de Comercio de Santiago, organizador del evento de compra online. Durante las tres jornadas, los 780 sitios participantes en esta versión 2024 reportaron ventas totales por US \$512 millones, equivalentes a unos 470 mil millones de pesos.

La cifra supera la meta de US \$500 millones planteadas por el gremio, lo que representa un crecimiento del 9% comparada con el mismo evento del año anterior.

El total de transacciones, en tanto, superó los 5,4 millones, superando los 5,1 millones del año pasado, pero aún por debajo del récord de 6 millones del CyberDay 2021, considerados por muchos como un evento histórico, marcado por la inusual liquidez de los hogares.

Los rubros que alcanzaron los mayores crecimientos fueron alimentación y fast food a domicilio, con un 35%, supermercados con un 31%, farmacia (24%), y el sector turismo, con una expansión superior al 20%, lo que le permitió recuperar su sitio como actor protagónico de los eventos Cyber. El principal formato, en tanto, correspondió al de grandes tiendas con una participación cercana al 30% sobre el total de ventas y un crecimiento del 5%.

En este escenario, el comercio electrónico asoma como un aliado.

Atrás quedaron aquellas premoniciones del fin del mundo físico o del apocalipsis del retail tradicional. Hoy la industria habla de comercio unificado, donde ambas partes juegan un rol clave para responder a las necesidades y exigencias de los consumidores y por sobre todo se habla de un ecosistema que abre tremendas oportunidades para quienes sepan actuar en este escenario.

LUEGO DE TIEMPOS EXTRAÑOS

George Lever, gerente de estudios de la CCS, realizó -en el marco del pasado e-Commerce Day- una radiografía del comercio electrónico destacando los principales aspectos y cifras que dejan entrever el escenario en el que se mueve la industria.

"Venimos de tiempos extraños, donde este sector (online) tuvo un rol protagónico que lo puso en el centro de la economía y la sociedad con un tiempo para desplegarse y aumentar sus capacidades que nos lleva a donde estamos hoy en día. Los niveles de venta son 3 veces a lo que teníamos años atrás", afirmó el representante de la CCS.

Tras los cambios que ha experimentado el mercado, Lever reconoció que lo relevante de las cifras actuales es que el mundo digital se va normalizando con un leve cre-

cimiento en los distintos sectores, llegando a los niveles prepandemia, incluyendo indicadores macroeconómicos como es la inflación, la tasa de interés, etc.

“Hoy el e-Commerce es un sector mucho más intenso y maduro”, enfatizó George, reconociendo además que dentro de este ecosistema hay subsectores que han tenido su propia dinámica como, por ejemplo, la industria de alimentos, bebidas y todo lo que corresponde a cosméticos, higiene y belleza personal.

“Alimento y bebidas es un segmento que hemos aprendido a conocer y que las buenas prácticas asumidas en materia de logística y última milla lo han posicionado bien”, reconoció. “El 26% de los usuarios dicen que compró en la categoría alimentos; segmento que se ha convertido en un área relevante”.

Respecto a las motivaciones de los consumidores ante el canal online, los precios pasaron a ser importantes en los últimos años, “convirtiéndose en un motor de compra”. Además, Lever destacó la rapidez del despacho como una variable importante junto a la disponibilidad de productos y la facilidad para cambiar o devolver. Con esto queda en evidencia la importancia de la logística como impulsor del crecimiento y posicionamiento del comercio electrónico, pues muchas de sus acciones dan seguridad y marcan diferencias al momento de la compra.

Por su parte, Sebastián Iturriaga, Retail Vertical Leader Chile NielsenIQ, en su presentación en el evento digital expuso que, a nivel regional, el canal online crece a un

buen ritmo, destacando las realidades de Colombia y Chile. Sin embargo, es enfático en señalar que “hay un camino de oportunidades de crecimiento” para que las ventas por este canal.

A reglón seguido, el ejecutivo aseguró que las 5 categorías más vendidas por e-Commerce en Chile son: línea blanca, carnes, verduras y frutas, quesos y leche líquida. “Los comestibles han ganado importancia en el mercado de internet en Chile en comparación del Non Food”, expresó, confirmando así el buen momento de desarrollo que ha tenido este sector en el canal online.

A modo de radiografía de la industria, Iturriaga identificó los aspectos que destacan en el mundo online sobre lo físico: “Promoción, donde un 28,4% de las ventas del canal online se realizan bajo promoción v/s 25,6 que el físico; el Surtido, donde el canal online crece a ritmo más acelerado que el canal físico, pero tiene un 69% del surtido que maneja el físico y la Centralización, donde el gran Santiago representa un 56% de las ventas online v/s un 35% en el canal físico, abriendo ahí posibilidad de democratizar el comercio y llegar fuertemente a regiones”, señaló.

Finalmente, el Retail Vertical Leader Chile NielsenIQ agrupó los principales Insgights del e-Commerce en la Región y que permiten vislumbrar el camino de desarrollo de esta industria y definir los pasos a seguir.

“El e-Commerce continúa en desarrollo en Latam a 2 dígitos (con excepción de Brasil) y por encima del offline y con importunidades versus la importancia en otras

regiones. Países con crecimiento importante, donde destaca Chile y Colombia por la importancia del e-Commerce dentro del mercado y el crecimiento del canal por sobre el físico. Por otra parte, las Categorías Non food destacan por la importancia en el canal, sin embargo, son las categorías de alimentos y cuidado personal las que muestran los mayores crecimientos. Los atributos más valorados por los consumidores son las promociones y conveniencias para el delivery”, detalló.

EVOLUCIÓN DE LOS SUPERMERCADOS

Ante las cifras expuestas anteriormente y que analizan el momento actual del comercio electrónico, ambos ejecutivos coincidieron en el importante desarrollo y crecimiento que ha tenido el sector Alimentos y Supermercados en cuanto a su canal online.

Para ahondar en esta situación, Francisco Pecorella, Director Deloitte Digital, elaboró una columna, denominada “La evolución de los Supermercados en Chile: Desarrollando Canales Online”, donde reconoce que esta industria ha experimentado una transformación significativa en la forma en que operan y atienden a sus clientes, “adaptándose a un consumidor cada vez más conectado y exigente”.

“Las grandes cadenas del sector en el país han liderado la adopción de canales digitales, mejorando y expandiendo sus plataformas para ofrecer una experiencia de compra más conveniente y eficiente. Esta evolución ha sido impulsada por varios factores clave, incluyendo el crecimiento exponencial del comercio electrónico en Chile, especialmente durante y después de la pandemia de COVID-19. Los



Mario Miranda
Co-CEO y CRO Latam
en Infracommerce

consumidores se acostumbraron a comprar desde casa, lo que ha llevado a los supermercados a mejorar sus plataformas digitales para satisfacer esta demanda”, señaló Pecorella.

Para mantenerse competitivos, las grandes cadenas de supermercados han adoptado diversas estrategias. A juicio del director Deloitte Digital, “la creación de sitios web y aplicaciones móviles robustas ha sido un desde en esta materia, permitiendo a los clientes realizar pedidos en línea, elegir horarios de entrega y acceder a promociones exclusivas. Para cumplir con las expectativas los supermercados han tenido que optimizar sus cadenas de suministro estableciendo alianzas con empresas de logística. Algunos incluso han implementado “dark stores” que son almacenes dedicados exclusivamente a la preparación de pedidos online”.

Es así como, en la columna, el ejecutivo destaca cómo la adopción de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, han permitido a los supermercados personalizar aún más la experiencia de compra y mejorar la gestión de inventarios.

“Estas tecnologías - al mismo tiempo - facilitan el desarrollo de programas de lealtad más efectivos y atractivos para los clientes. Además de esto, el panorama digital de los supermercados en Chile se ha visto enriquecido por nuevas empresas que han ingresado al mercado con propuestas de valor únicas. Un ejemplo de esto son las empresas de delivery que originalmente se enfocan en restaurantes, han ampliado sus servicios para incluir productos de supermercado,

ofreciendo a los consumidores una mayor flexibilidad y opciones para sus compras diarias”, profundizó.

El desarrollo de canales online presenta tanto retos como oportunidades para los supermercados en Chile. La integración de los canales físicos y digitales para ofrecer una experiencia omnicanal cohesiva es crucial. “Los supermercados deben asegurarse de que los clientes puedan alternar fácilmente entre



Francisco Pecorella
Director Deloitte Digital

la tienda física y la plataforma online sin fricciones ni enfrentar potenciales barreras, que ambas sean lo más sencillas y que entreguen una buena experiencia de compra”, advierte Francisco.

“Los canales digitales permiten a los supermercados llegar a un público más amplio, incluidas las áreas rurales donde las tiendas físicas pueden no estar presentes. La capacidad de recopilar y analizar datos de los clientes permite a los supermercados ofrecer experiencias de compra personalizadas y programas de lealtad que aumenten la retención de clientes, sin importar su ubicación geográfica”, agregó.

En resumen, Francisco Pecorella recalcó en su columna que “el desarrollo de canales online por parte de los supermercados en Chile es un proceso dinámico y multifacético, impulsado por la necesidad de adaptarse a un mercado en constante cambio y a un consumidor cada vez más exigente. La combinación de plataformas de e-Commerce robustas, innovaciones tecnológicas y estrategias de sostenibilidad posiciona a los supermercados para enfrentar los retos del futuro. Con la entrada de nuevos competidores digitales, la industria se vuelve más diversa

y competitiva, beneficiando en última instancia a los consumidores con una mayor variedad de opciones y una mejor experiencia de compra sin importar donde se encuentren”.

UNIFICAR: LA TAREA PENDIENTE

En el marco del día del comercio, Mario Miranda, Co-CEO y CRO Latam en Infracommerce, profundizó en la revolución y transformación que ha tenido esta actividad en el último tiempo y cómo eso marca la relación entre el consumidor y el vendedor.

Ya que la era del e-Commerce llegó para quedarse, Miranda ahonda sobre ¿Qué ha impulsado esta adopción masiva del e-Commerce?, destacando, por ejemplo, “la conveniencia de comprar en cualquier momento y desde cualquier lugar, la gran variedad de productos disponibles y la posibilidad de comparar precios al instante son factores claves. Además, la mejora en la logística y la entrega rápida ha fortalecido la confianza de los consumidores en las compras en línea”.

El futuro del comercio se dirige hacia una “unificación de los canales de ventas online y físicos”, enfatizó el ejecutivo de Infracommerce. “La fusión de las experiencias de compra física y en línea promete ofrecer a los consumidores lo mejor de ambos mundos. Lejos de desaparecer, las tiendas físicas se transformarán en espacios de experiencia y servicio, complementando la conveniencia del e-Commerce”, añadió. Para lograr esto, las empresas deberán, a juicio de Mario, invertir en tecnologías que integren sus canales de venta. ■



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

▼
Tu negocio es único,
tu logística también.

15 **AÑOS**
DE LOGÍSTICA INTEGRAL



“Nuestra promesa es contribuir al éxito de nuestros clientes, creando soluciones logísticas a la medida, ágiles y eficientes para su cadena de suministro”

Guillermo Undurraga, Gerente Comercial de Silo Logística.

Contáctanos



www.silo-logistica.cl

OFICINA CENTRAL

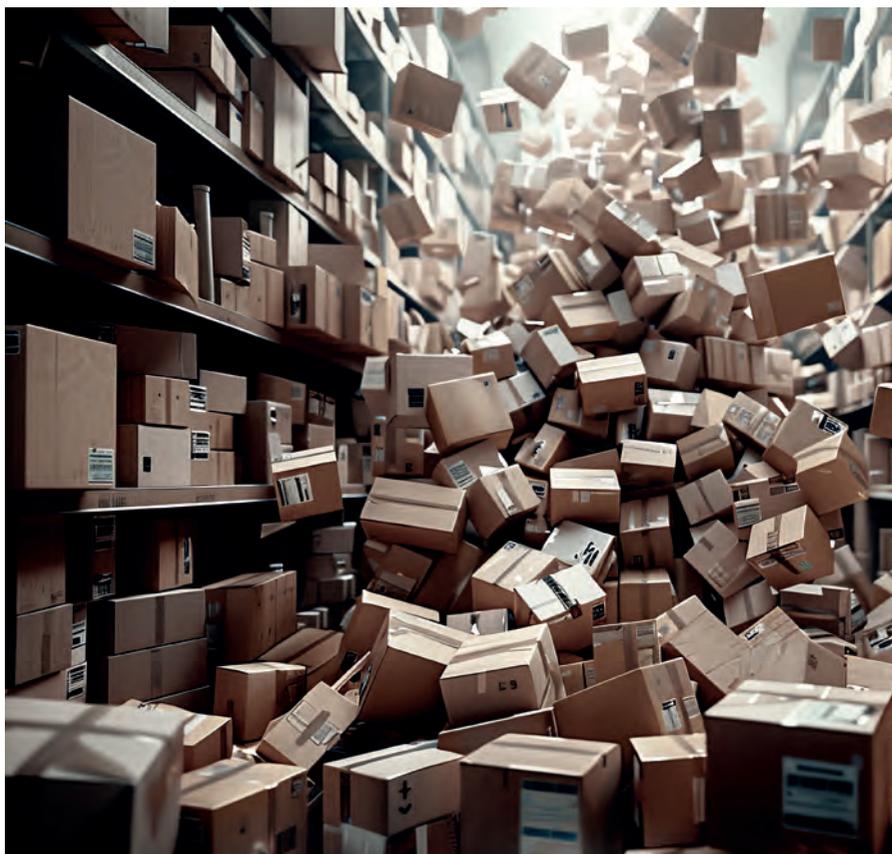
CENTRO LOGÍSTICO
CASABLANCA

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

Av. Alejandro Galaz 1662, Casablanca - Chile

✉ contacto@silo-logistica.cl

☎ +56 2 2432 1926



pasa por el impacto tanto en NPS como contribución final de la campaña (¡no solo ingresos por venta!):

MARKETING: maximizar cantidad de clientes y conversión trabajando en el online y offline principalmente en las etapas del Customer Journey desde el Awareness a la conversión de la compra.

TECNOLOGÍA: disponer data para monitorear y tomar decisiones, generar dashboards o reportes con indicadores relevantes, y proveer la escalabilidad de sistemas, plataformas e integraciones de backoffice y front (sitio web y aplicaciones de venta).

COMERCIAL: relación con proveedores, ubicación del inventario en bodegas, propias, de proveedores y tiendas (trabajo iterativo con Logística, Tiendas y Finanzas), definición de mix, estrategia de descuento.

LOGÍSTICA: proveer capacidad de instalaciones, transporte y personal para recepción, almacenaje, picking, packing, entrega y logística inversa

TIENDAS: preparación del espacio y personal en tiendas para actuar como punto de despacho, retiro y devoluciones.

SERVICIO AL CLIENTE: preparar base de datos de clientes, dar respuesta a dudas de ellos y gestionar proactivamente la relación en caso de detectar problemas en el proceso de compra, entrega y cambios

LEGAL: preparar y actualizar los documentos que expliquen las condiciones de entrega, devoluciones y cambios

FINANZAS: analizar, controlar e informar la contribución final de la campaña. Esta tarea se suele hacer con los equipos de Supply Chain.

PREPARACIÓN: UNA MIRADA DE MESES

La fase de preparación del Cyber es fundamental para cumplir exitosamente las ventas. Tocamos este periodo muy a alto nivel para concentrarnos en la ejecución. Esta etapa requiere al menos de tres meses de planificación y coordinación entre los múltiples equipos, arriba mencionados. Se define la forma de ejecutar

¡EL CYBER DURA CUATRO MESES NO TRES DÍAS!

42

El “Cyber” representa una tremenda oportunidad para aumentar tus ventas e incrementar tu marketshare. Sin embargo, el éxito de este evento pasa por la colaboración efectiva entre distintos equipos al interior de la empresa durante cuatro meses: tres meses previos al evento de preparación y un mes de ejecución. El objetivo final de toda esta acción es aumentar tu marketshare, a través de atraer nuevos clientes por sobre la mayor venta o contribución de este periodo, siempre privilegiando mejorar la experiencia de cliente medido, usando NPS.

En este artículo, presentaremos las fases del Cyber concentrándonos en las etapas que vivimos durante este mes de campaña. La ejecución dura un mes, porque solo se puede dar la campaña por cerrada

cuando se logra entregar la última orden y resolver el último reclamo. El trabajo previo y post campaña requiere la interconexión colaborativa de múltiples equipos. La medida de éxito de sus acciones

de mejor manera la siguiente versión del evento a la luz de las mejoras operativas, tecnológicas y de procesos levantadas al final de las campañas anteriores. Sobre este Backlog de mejoras, se prioriza por impacto en NPS y contribución, implementando en fases aquellos casos que requieren extra data, definiciones, desarrollos o cambios que tomen más de estos tres meses. ¡No va a ser posible dar solución a todos los aprendizajes!, y algunas tareas aún requerirán ser ejecutadas con manualidades e intercambio de archivos. Adicionalmente, se establece y compra el mix a promocionar, el porcentaje de descuentos, día y hora cuando se ofrecerán, tiempos de entregas de las órdenes contra la venta esperada. Con esta información se define la capacidad, la venta, costo y contribución final esperada.

EJECUCIÓN: 30 DÍAS DE INTENSIDAD Y ADAPTABILIDAD

La ejecución comienza el domingo y podemos agruparlos en 4 focos de una semana cada uno. Esto es un patrón general, y los tiempos pueden variar dependiendo de tu nivel de venta y cuan rápidos logres las entregas.

Semana 1: Venta y Adaptación a Patrones. La mitad de las ventas se concentran durante el primer día. Debes tener muy controlada la conversión, los carros abandonados, la gestión de descuentos para maximizar las ventas en los días restantes. Además, con la rica información del primer día, puedes reaccionar rápidamente a los patrones de compra. Los equipos que se llevan mayor peso son los siguientes con estas tareas principales:

1. Marketing: monitorear atracción de clientes, views de productos y conversión. Liderar gestiones de carros abandonados para lograr cerrar estas compras.



Felipe Sandoval
Consultor y Mentor
e-Commerce y Omnicanalidad

2. Tecnología: mantener escalabilidad y correcto registro de datos de venta y estados. Dar visibilidad de carros abandonados.

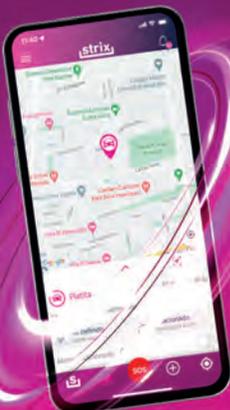
3. Comercial: monitorear ventas ajustando descuentos y lanzamientos. Gestionar ventas en verde (stock de proveedores) y compra de extra unidades para productos con buena venta.

4. Logística: ajustar procesos de picking, packing (evitar daños) y entregas acorde al volumen, peso y cantidad de líneas de las órdenes. Balancear junto a Comercial y Tiendas ubicación de stock para cumplir capacidades diarias.

5. Servicio al Cliente: escuchar activamente redes y otros canales para gestionar reclamos y dudas. Trabajo cercano con Comercial y Logística para dar solución a causa raíz de quiebres de stock.



Protege tu auto con Strix



strix

LA EVOLUCIÓN DE LOJACK



Promoción exclusiva ingresando en

 www.tienda.strix.cl

Semana 2: Gestión de Reclamos y Control de Tiempos de Entrega.

La venta Cyber ha finalizado y comienzas a gestionar el posible descontento por quiebres de stock y atrasos. En esta etapa, la guía y liderazgo es de Servicio al Cliente quien llama proactivamente a clientes para informar de cambios en sus órdenes y posibles atrasos. Está demostrado que contactar al cliente disminuye la reducción del NPS de la compra, evitando impactos en recompras futuras (lealtad, indicador life time value) y las negativas recomendaciones en personas en el entorno del cliente descontento. Los equipos que se llevan mayor peso son los siguientes:

1. Servicio al Cliente: prioridad en el Recovery Service, solucionar problemas en el servicio. Trabaja junto a Tecnología para identificar patrones de modo de contactar a clientes de forma proactiva. Meticuloso seguimiento a nivel de reclamo agrupando si son recontactos y vía diferentes canales (redes sociales, diarios, libro de reclamo, etc.). Fortificar la autoatención para preguntas frecuentes y aumentar el First Call Resolution empoderando a los equipos en las casuísticas con mayor probabilidad de impacto en la experiencia. Coordinación con Logística y Tiendas para informar solicitudes de cambios.

2. Tecnología: mantener coordinado los estados de las órdenes, registro de notas de crédito, devolución de dinero en las bases de datos. Generar reportes sobre cumplimiento de promesa de entrega, categorías de reclamos y número de recontactos para identificar patrones permitiendo la proactividad y ataque a casos críticos de muchos contactos.

3. Comercial: disponible para gestionar stock de productos quebrados y definir productos para los cambios. Trabajar con proveedores para mantener el flujo de recepciones de ventas en verde y de los despachos enviados desde sus instalaciones.

4. Logística: gestionar y sostener la capacidad de entrega y asegurar proveer

fechas cercanas para cambios de productos. Asegurar trazabilidad de entrega y reintentos (fallos de primer intento) se esté agregando correctamente en los sistemas. Corregir rápidamente problemas de picking y daños de productos. Esto para empresas que estén aun despachando la segunda semana.

5. Legal: apoyar muy cercanamente a Servicio al Cliente para dar solución a reclamos y escalamientos.

6. Tiendas Físicas: gestionar espacios y personal para apoyar con entregas y cambios tanto informados por Servicio al Cliente como de cualquier cliente con dudas por su compra Cyber. Manejar devoluciones e intercambios de productos muy cercanamente con Logística y Comercial para asegurar contar con el stock para los cambios y saber dónde enviar aquellas órdenes que se reciban. De no gestionarse bien, generara descuadres de inventarios y problemas contables.

Semana 3: Maximiza Recompra a Margen Lleno. Algunos reclamos puntuales los seguirás trabajando. Esto es normal y toda la empresa debe estar comprometida apoyando con recursos y procesos expeditos. Estos últimos casos son los más lentos de resolver y con el potencial de generar el mayor daño en la experiencia de cliente. Considera compensar a estos clientes.

Desde esta etapa comienza un seguimiento en el tiempo de los clientes con mala experiencia a través de su NPS post reclamo y aplicando RFM: Recency (R), Frequency (F), Monetary (M). El RFM nos enfoca en acompañar el comportamiento de clientes sobre su Recencia (R) cuánto tiempo ha pasado desde la última compra, Frecuencia (F) cantidad de compras de un cliente en un periodo, y Monetario (M) cantidad total de dinero gastado.

En caso de observar una disminución histórica en el RFM de estos clientes críticos, se deben tomar acciones personalizadas para contactar al cliente y reencantarlo. Este seguimiento va acom-

pañado de monitoreo de NPS el cual debe ir creciendo. Desde esta semana, el equipo Comercial ya puede comenzar a liderar las acciones para ir por ventas a mayor margen aprovechando los nuevos clientes. Recordemos que el objetivo del Cyber es aumentar tu marketshare. Los equipos que se llevan mayor peso son los siguientes:

1. Servicio al Cliente: foco en solucionar casos no resueltos. El costo de productos y transporte es secundario versus el daño en la marca. Contener la experiencia del cliente tiene máxima prioridad. **2. Tecnología:** reportería rápida de pendientes agregando vista de clientes con múltiples reclamos e intentos fallidos de entrega.

3. Legal: apoyo a Servicio al Cliente para dar solución a reclamos y escalamientos.

4. Logística: máxima flexibilidad para dar solución cuándo, dónde y cómo lo necesiten los casos escalados por Servicio al Cliente. **5. Comercial:** dedicación prioritaria a definir productos para los cambios o compensaciones que requiera Servicio al Cliente.

Semana 4: Aprendizajes e Inputs para Comenzar Ciclo Cyber Octubre.

La etapa más importante, levantar los aprendizajes y definir las mejoras para el nuevo ciclo de 3 meses que comienza en julio para preparar el Cyber de octubre. El proceso es circular donde el siguiente evento se nutre de aquellas mejoras que levantamos todas las áreas.

Los principales aprendizajes provendrán de: Marketing sobre el rendimiento de las campañas, y su impacto en la conversión y las ventas; Tecnología, rendimiento de los sistemas y plataformas; Comercial, resultado de ventas y mix de productos; Logística, cumplimiento de fechas y optimización de espacios y personal; Servicio al Cliente, satisfacción del cliente medido en NPS, intentos y tiempo de solución de reclamos; y Tiendas, evaluar coordinación entre el online, bodegas y tiendas.



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

***Haz compras desde casa,
mientras nosotros nos
encargamos de llevarlo todo***



Next day delivery Crossdock



Same day delivery



Servicio Express



*Picking y preparación de
pedidos*





SCAN QR E INGRESA A
SILO-LOGISTICA.CL

TU NEGOCIO ES ÚNICO Y TU LOGÍSTICA TAMBIÉN: 15 AÑOS DE SILO LOGÍSTICA BRINDANDO UN SERVICIO INTEGRAL

CELEBRANDO 15 AÑOS DE EXCELENCIA EN EL SECTOR LOGÍSTICO, SILO SE HA CONVERTIDO EN UN REFERENTE CLAVE EN LA LOGÍSTICA ASOCIADA AL COMERCIO EXTERIOR EN CHILE. DESDE SUS INICIOS, LA EMPRESA HA TRABAJADO ARDUAMENTE PARA PROPORCIONAR SOLUCIONES LOGÍSTICAS ÁGILES Y EFICIENTES QUE SE ADAPTEN A LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CADA CLIENTE. ESTA DEDICACIÓN Y COMPROMISO LE HA PERMITIDO POSICIONARSE COMO UN ACTOR RELEVANTE Y COMPETITIVO EN EL MERCADO.

Silo Logística (SILO) nació desde Austrade, empresa familiar comercializadora de materias primas para la industria del plástico con más de 30 años de experiencia en el comercio exterior, liderada por los empresarios Guillermo Undurraga B. y Álvaro Mejía D. Inspirados por las prácticas de logística integral en otros países, Austrade vio una oportunidad para innovar y mejorar la cadena de suministro de materias primas en Chile.

En 2009, esta visión se materializó con la creación de Silo Logística como una entidad independiente, enfocada en ofrecer servicios logísticos de alto valor agregado, la que, siguiendo el legado familiar, comenzó a ser liderada por Guillermo Undurraga T. y José Joaquín Undurraga J. Desde entonces, la empresa ha crecido y se ha especializado en servicios logísticos de entrada, integrando agentes de aduana, operadores logísticos portuarios, almacenes y transportistas calificados para ofrecer un servicio completo, de calidad y a tarifas competitivas.

“Comenzamos con la visión de mejorar la logística para nuestros clientes, enfrentando numerosos desafíos y aprendiendo en

el camino. Hoy, desde mi rol más estratégico puedo decir que fue un gran acierto. Detectamos una necesidad y la hemos podido cubrir con éxito, gracias al trabajo de un equipo excepcional. Aunque todavía hay espacio para perfeccionar, estamos muy contentos de lo que hemos logrado”, recalcó uno de los fundadores de SILO, Álvaro Mejía D.

CASABLANCA: LOGÍSTICA Y UBICACIÓN ESTRATÉGICA COMO NÚCLEO DE EXPANSIÓN

Uno de los hitos en la historia de SILO fue la adquisición de un terreno en Casablanca y la compra de su primer camión silo semiremolque en 2014. Estas inversiones no solo marcaron el comienzo de una expansión, sino que también cimentaron la capacidad de este operador estratégico para manejar grandes volúmenes de carga con eficiencia.

En 2022, la empresa inauguró la cuarta etapa de su centro de almacenaje, sumando más de 13.000 m² de bodega en un total de 40.000 m² de terreno. Este creci-

miento refleja la expansión física de la empresa y su evolución continúa como líder en logística integral. “Nuestro centro logístico en Casablanca facilita el almacenaje de cargas de alto volumen, preservando su integridad y trazabilidad. Uno de nuestros sellos es la flexibilidad operacional que brindamos, permitiendo a los clientes ajustar sus operaciones según las demandas del mercado, reduciendo riesgos y asegurando la continuidad operacional”, recalcó el Gerente de Operaciones de Silo Logística, José Joaquín Undurraga.

LA METODOLOGÍA INTEGRAL DE SILO QUE BENEFICIA A SUS CLIENTES

Para los clientes de SILO, la confianza y la calidad de los servicios son los atributos más valorados. El 95% de los clientes destacan la fiabilidad y la seguridad que sienten al trabajar con Silo Logística. La alta calidad de los servicios, la competitividad en los precios y la capacidad de respuesta ágil han sido fundamentales para establecer relaciones duraderas y satisfactorias en el mercado.

Hans Schwarzenberg, Gerente General de Petroflex, resalta la importancia de Silo Logística en sus operaciones diarias: “Hemos trabajado con Silo Logística desde sus inicios y hoy prácticamente el 100% de nuestra operativa de importación y manejo de materiales la efectúan ellos. Decidimos externalizar la logística para concentrarnos en nuestra actividad principal, la fabricación de tubos de PVC y polietileno, y dejar esta tarea a expertos como SILO que destacan su transparencia en la operación, la pulcritud en los horarios de despacho y su capacidad para solucionar problemas de manera eficiente”.

Además, Schwarzenberg destaca la implementación de una logística de entrada automatizada (just in time) para su materia prima. “SILO nos permitió recibir, acopiar y trasvasar sacos de materia prima a nuestros silos de almacenaje. Esto fue crucial, ya que nuestras instalaciones tenían limi-



taciones de espacio y SILO proporcionó un servicio eficiente de resguardo, manejo y despacho de materiales. Este proceso ha reducido las mermas y ha hecho nuestra operación más fluida, optimizando así los costos y tiempos”, aseguró.

Por su parte, Tomás Vigouroux, Gerente de Administración y Finanzas de Envasados CMF, empresa que trabaja con SILO desde el 2019, comentó que la ubicación estratégica en Casablanca fue determinante para concretar la alianza, ya que “resultó ser ideal para nuestras necesidades, porque facilita la recepción y devolución de contenedores desde los puertos de Valparaíso y San Antonio, reduciendo costos significativos asociados al transporte y manejo de contenedores”.

Además, Vigouroux, destacó cómo Silo Logística se adaptó y gestionó durante la pandemia la descarga de materias primas desde China a un sistema de barcos break bulk. Este sistema implicaba recibir cargas sueltas en lugar de contene-

dores, acumulando la demanda de varios meses en un solo buque, lo que requería una descarga rápida y eficiente desde el puerto de Valparaíso para evitar costos adicionales.

UNA VISIÓN SOSTENIBLE

En estos 15 años, la empresa ha demostrado que la dedicación, la innovación y la flexibilidad son claves para el éxito. Sin embargo, la empresa continúa avanzando, comprometiéndose a seguir siendo un socio estratégico para sus clientes y un líder en el campo de la logística integral.

“Buscamos seguir expandiendo nuestro alcance y profundizando el compromiso con la calidad del servicio, simplificando la logística y haciéndola más eficiente y cercana para nuestros clientes”, destacó el Gerente Comercial de Silo Logística, Guillermo

Undurruga T. A su vez, el Gerente de Operaciones, José Joaquín Undurruga, resaltó

la importancia de seguir apuntando a la sostenibilidad de la industria y del negocio. “Hoy nuestros focos principales en cuanto a sostenibilidad están en la optimización de procesos logísticos, en acercar la logística a centros educacionales de la región y también en la gestión de residuos, generando alianzas para el desarrollo local y siendo parte de programas como “Cero Pérdida de Pellets” de la Asociación Gremial del Plásticos (ASIPLA), entre muchas otras iniciativas.

La historia de Silo Logística es un testimonio de cómo una empresa familiar puede convertirse en un referente en su sector, a través de la innovación, la calidad y el compromiso no solo con sus clientes, sino que con sus grupos de interés.

A medida que la empresa celebra su decimoquinto aniversario, sigue mirando hacia el futuro con la misma pasión y dedicación que ha guiado su trayectoria. Con un enfoque en la satisfacción al cliente, la excelencia operacional y la sostenibilidad, SILO reafirma su compromiso de dar un servicio a medida e integral, porque, así como cada negocio es único, su logística también lo es. ■

Guillermo Undurruga
Gerente Comercial
SILO Logística





WEB | VISIÓN EMPRESARIAL | LÍDERES

FRANCISCO APABLAZA VALENZUELA

GERENTE DE LOGÍSTICA DE FASHION'S PARK Y MIEMBRO DE SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE.

LA IMPORTANCIA DE LOS EQUIPOS Y DEL COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN EN LOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS.

EN LAS EMPRESAS, LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GUÍAN EL ACTUAR DE LA ORGANIZACIÓN. UNA VEZ DEFINIDOS ESTOS OBJETIVOS SE PLANIFICAN LAS ACTIVIDADES NECESARIAS PARA LOGRARLOS, ENTRE ELLAS, LOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS.

En logística, tenemos diferentes proyectos estratégicos que desarrollamos para lograr los objetivos planteados; me refiero a todo tipo de iniciativas, ya sea la construcción de centros de distribución, la implementación de software (WMS, TMS, etc.), desarrollos de aplicaciones de TI a la medida, proyectos de mejora continua (Lean, Six Sigma, Calidad, etc.), proyectos de personas (programa de capacitaciones, evaluación de desempeño, etc.) y los proyectos de automatización.

Una buena práctica en las empresas es que la alta dirección (refiriéndonos a gerente general y los gerentes de primera línea) se reúna una vez al año para definir, planificar y evaluar el cumplimiento de los proyectos estratégicos. Además de esta reunión, es necesario que se reúnan para controlar y evaluar los riesgos o las desviaciones de los proyectos por lo menos una vez al mes.

La alta dirección es la principal figura de liderazgo dentro de una organización, por lo que su compromiso frente a los proyectos estratégicos es indispensable para que sean exitosos, debido a la autoridad que posee este grupo para gestionar los recursos, dirigir los esfuerzos, controlar los riesgos y generar planes de acción para revertir desviaciones. Son ellos quien debe tomar el rol de sponsor de estas iniciativas, desarrollando actividades que permitan a los colaboradores sumarse con entusiasmo a los cambios que incorporan los proyectos estratégicos.

Recomendado, por ejemplo, es que en la implementación de un WMS (Warehouse Management System), el Gerente General grabe un video dando a conocer cuál es la visión del futuro de la empresa, cuáles son los beneficios de implementar esta nueva herramienta de trabajo, recalcando, entre otras cosas, la disminución de los tiempos de entrega,

el mejoramiento del servicio hacia los clientes y los nuevos conocimientos que tendrán los trabajadores al aprender de esta tecnología. Este tipo de apoyo visual en el comienzo de un proyecto, donde se vean las instalaciones y el personal que realiza las labores diarias, permite un mayor entendimiento y la motivación para sumarse a estos.

En un plan estratégico se debe definir cuáles son los proyectos más adecuados y los recursos necesarios para lograrlos. En este punto, la sensatez debe primar para considerar proyectos realmente estratégicos y que generen un alto impacto. Sobrecargar de ideas, sin disponer de los recursos, genera pérdida del foco estratégico y táctico, diluyendo los recursos que deberían estar disponibles para otras iniciativas más relevantes.

Para cada uno de los proyectos es indispensable definir, desde un inicio, los objetivos, plazos, riesgos, recursos e indicadores de cumplimiento. Entre los recursos, muy importante es el equipo del proyecto, debido a que, para abordar todas las actividades, se deben reunir y colaborar varias personas con habilidades y conocimientos diferentes.

Al centro de este equipo debe ubicarse un Director o Jefe de Proyecto, con experiencia en liderazgo de iniciativas estratégicas y con la autoridad y confianza de la alta dirección para gestionar recursos de la empresa. El Director o Jefe de Proyecto, debe ser alguien interno de la empresa que posea una excelente capacidad en lo relacional, que, sin ser un técnico en la materia, pueda entender las etapas del proyecto y coordinar al equipo para alcanzar la meta definida.

Para los proyectos logísticos de gran envergadura, en empresas de gran tamaño, este rol lo asume directamente el Gerente de Ingeniería. En el caso de proyectos de gran envergadura, es tremendamente relevante que un Ingeniero de Proyectos o Project Manager apoye en la confección de la carta gantt, listando todas las actividades que serán necesarias para realizar el proyecto, manteniendo actualizados los avances y marcando los tiempos de participación de cada integrante del equipo. Dentro del equipo, también, se debe incluir a todos los proyectistas o desarrolladores de la iniciativa, por ejemplo, para el caso de una construcción se debe considerar al arquitecto, calculista y proyectistas de especialidades (sanitario, clima, eléctrico, etc.).

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



www.esnova.cl

La fortaleza de la sencillez

Contacto

Avenida Ferrocarril Poniente N° 941
Bodegas B12 – 13 – 14
Valle Grande – Procentro – Lampa - Santiago



WEB | VISIÓN EMPRESARIAL | LÍDERES

MARÍA JOSÉ GODOY

SENIOR CONSULTANT HAYS EXECUTIVE CHILE – ARGENTINA - URUGUAY

CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA: LAS CLAVES DE LOS PERFILES PROFESIONALES DE SUPPLY CHAIN.

PARA NADIE ES UN SECRETO EL QUE LA LOGÍSTICA HA EVOLUCIONADO AL INTERIOR DE LAS EMPRESAS CON LA FINALIDAD DE REFORZAR LA PROPUESTA DE VALOR DE CADA ORGANIZACIÓN PARA HACERLAS MÁS COMPETITIVAS FRENTE A OTROS ACTORES Y PODER ASÍ DESTACAR EN LOS RESPECTIVOS MERCADOS Y CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES FINALES.

El explosivo crecimiento del comercio en línea generó nuevos desafíos para las organizaciones, especialmente en lo que se refiere a las entregas de última milla. En ese escenario surgieron nuevas estrategias y tecnologías para gestionar el volumen y la velocidad de las entregas requeridas. La Inteligencia Artificial (IA) y la robótica comenzaron a transformar los almacenes, mejorando la velocidad y precisión del manejo de mercancías.

Este proceso de cambios refleja la importancia que tiene el nivel de servicio y la atención al cliente para la operación logística. Garantizar la satisfacción del cliente, reduce el volumen de quejas, aumenta los ingresos y fomenta la lealtad de marca. El envío de un producto es un momento crítico en la experiencia al cliente, pues ellos esperan recibir sus productos en el menor tiempo posible y sin errores. Es ahí donde cobra valor una correcta gestión de inventario y un seguimiento de envío efectivo; ambas acciones que buscan garantizar que el producto sea entregado a tiempo. Incorporar tecnologías a los procesos de empaque y distribución genera un avance en términos operacionales al garantizar mayor precisión y rapidez en estas etapas.

Esta alta demanda provocó la fuerte necesidad en las empresas de rediseñar sus operaciones, realizando cambios en la estructura, impulsando la automatización logística e implementación de nuevos modelos de gestión. Esto, ha propuesto diversos desafíos desde la perspectiva de los metros cuadrados disponibles en el mercado, los proveedores de servicios de racks, grúas, equipamiento y además de las inmobiliarias que han tenido que hacer frente a esta demanda.

Durante el 2021 se vio un incremento de la demanda de los perfiles logísticos que vino de la mano con un incremento en las rentas del área en particular. Lo anterior responde al crecimiento exponencial del e-Commerce y de la transformación digital que generó una alta demanda por perfiles con foco y experiencia en la optimización de los procesos de la cadena de suministro, con experiencia en digitalización y visión estratégica del negocio, y con capacidad para reaccionar rápido a distintos escenarios y de manera flexible. Además, se sumaron requerimientos como el manejo de idiomas, negociación y mejora continua.

Sin embargo, y tal como era de esperar, el 2022 y 2023 se generó una baja en los requerimientos de estas cualidades profesionales, ya que el foco durante el último periodo estuvo en “optimizar” la operación. La preocupación de las empresas está hoy por otro lado: con un crecimiento moderado de empleo a corto y medio plazo, la escasez de talento es la mayor preocupación del sector (el 93% de las empresas sufre dificultades de atracción y fidelización), con una rotación de profesionales en aumento y formación especializada deficiente.

Es así como en el último año, hemos observado una mayor demanda en profesionales con experiencia en Proyectos Logísticos, en particular en los Centros de Distribución, lo cuales son escasos, debido a la incorporación de proyectos de desarrollo en metodologías y procedimientos en el rediseño del abastecimiento y la distribución.

Esta tendencia se posiciona de la mano con la necesidad de adoptar medidas que automaticen procesos simples o repetitivos que inciden directamente en el ahorro de costos. También en relación con la fuerte necesidad de buscar la eficiencia y rendimiento en los procesos.

Con los cambios de tendencias, los profesionales de Supply Chain, deberán contar con experiencia y conocimientos en materia de implementación de proyectos como, por ejemplo, levantar un centro de distribución desde cero (diseño y ejecución); como también perfiles laborales con experiencia en tecnologías y automatización que soporten las nuevas demandas del consumidor. Nuestra tarea como Head Hunter es poder identificar los profesionales que se adapten a estos nuevos desafíos y repostan a las necesidades de una industria en constante movimiento.



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





SCAN QR E INGRESA A
GPSCHILE.CL

GPS CHILE: LIDERANDO LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS PARA LA EFICIENCIA Y SEGURIDAD EN LA INDUSTRIA DEL TRANSPORTE DE CARGA

CON UNA TRAYECTORIA DE MÁS DE DOS DÉCADAS, LA COMPAÑÍA SE HA POSICIONADO EN LA INDUSTRIA COMO UN REFERENTE EN INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA DEL TRANSPORTE, EN TIEMPOS EN QUE LA SEGURIDAD Y EFICIENCIA DE LA OPERACIÓN ES VITAL. CON UNA PROPUESTA DE VALOR BASADA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, EL CONOCIMIENTO Y LA EXPERIENCIA, GPS CHILE TRANSPORTA LA OPERACIÓN DE SUS CLIENTES.

En un entorno desafiante marcado por una economía en recuperación, alzas de costos y problemas de seguridad, el mercado de transporte terrestre en Chile ha demostrado una notable resiliencia, proyectando un escenario más optimista para 2024. En este contexto, las empresas del sector deben estar a la altura de las exigencias y ofrecer soluciones innovadoras que aporten valor. GPS Chile, con más de 20 años de experiencia, se ha consolidado como líder en la integración de tecnologías avanzadas para la eficiencia y seguridad en la industria del transporte de carga.

Mario Yáñez
Gerente General
GPS Chile



“Contamos con una importante experiencia en los sectores de minería, combustible, logística, industria forestal, leasing operativo, construcción, retail, entre otros, y nos integramos con todos los operadores logísticos del país. Adicionalmente, nuestra misión es entregar un servicio excepcional y de calidad, por lo que contamos con un destacado equipo de profesiona-

les, especialistas de venta, servicio técnico y desarrollo, presente en todo el territorio nacional”, señala Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile.

LA PROPUESTA DE VALOR DE GPS CHILE

GPS Chile se destaca por su capacidad de entender y acompañar las necesidades de las compañías del sector, apoyando mejoras que apalanquen la productividad y la seguridad de las operaciones y de las personas.

“En GPS Chile estamos comprometidos con la entrega de información estratégica para la operación logística, sin importar el tamaño de la flota ni la industria en la que se opere”, señaló el gerente general de la compañía.

En esta línea, el servicio de GPS Chile incorpora analítica e informes claves a la operación. “Con estos datos e indicadores claves, se puede tomar decisiones infor-

mas. Lo que no se mide, no se controla y no se puede mejorar”, enfatiza Yáñez.

IMPORTANCIA DE LA DATA

La tecnología de GPS Chile permite obtener datos en tiempo real y la utilidad de estos va más allá de la productividad de las empresas, ya que estos datos no solo son la clave para optimizar la dinámica del transporte dentro de la ciudad, sino también son una parte relevante en el camino hacia la sostenibilidad.

“Mientras más eficiencia hay en la distribución de mercancías, mayor productividad -es decir, menos camiones, menos congestión, menos combustible y menor huella de carbono por producto entregado. Asimismo, se disminuye el costo social, pues hoy los camiones ocupan las mismas calles que las personas, lo que repercute en desplazamientos diarios y en la seguridad de las personas”, explica Mario Yáñez.

En esta misma línea, GPS Chile formó parte del proyecto del Centro de Transporte y Logística (CTL) de la UNAB, denominado “Caracterización del transporte de carga en ciudades”, cuyo objetivo fue desarrollar una propuesta mediante la integración de tecnologías que capturó información de alta precisión del movimiento de camiones, identificó su comportamiento y predijo sus dinámicas, permitiendo desarrollar y dar soporte al concepto de “ciudad inteligente”.

Al respecto, el gerente general de GPS Chile señala: “Trabajar de manera colaborativa con el sector académico en el ámbito logístico es una estrategia clave para potenciar la innovación. La academia desempeña un papel fundamental al aportar una mirada objetiva y sin sesgos.

La colaboración con la academia nos permite combinar la teoría y la investigación, aporta profundidad analítica y rigor metodológico; y la empresa privada aporta su experiencia práctica acumulada a lo largo del tiempo, basada en la gestión diaria de

sus operaciones. Al trabajar juntos, academia y empresa privada se desarrollan soluciones innovadoras que no solo optimizan procesos y recursos, sino que también tienen un impacto positivo en la sociedad”.

SOLUCIONES PRINCIPALES DE GPS CHILE

Entre las principales soluciones de GPS Chile se encuentran: **Gestión y Control de Flotas:** A través de la localización satelital gracias a dispositivos GPS, se permite transmitir de forma remota la posición geográfica, velocidad de desplazamiento y dirección, así como información asociada a periféricos (sensores, ayudantes de conducción y telemetría de motor, entre otros). La información recopilada se almacena y procesa para ponerla a disposición en tiempo real a los clientes desde distintas plataformas. **Analítica Avanzada:** Consultoría y desarrollo de soluciones a la medida e integrados con el ecosistema operacional del cliente, se busca entender las necesidades específicas y entregar información que permita tomar decisiones estratégicas, para hacer más eficiente y seguro los negocios.

Soluciones para la Seguridad de las Personas, Cargas y Activos: Cámaras y Videos de Monitoreo Remoto:

Permiten la transmisión de videos en tiempo real de la posición y el recorrido de los vehículos, con el objetivo de monitorear todas las operaciones y entregar herramientas que faciliten la gestión, identificación, registro y control de procesos de forma remota.

Solución de Fatiga y Distracción: Permite escanear en tiempo real el comportamiento del rostro del conductor, alertando sobre situaciones de fatiga y distracción a través de alarmas en cabina y plataforma. La información integrada disponible en la plataforma permite implementar planes para reducir y prevenir accidentes de tránsito y disminuir costos operacionales. **Cor-te Seguro:** Solución que permite activar la detención del vehículo para evitar pérdida de cargas y activos. **ADAS (Sistema de Asistencia al Conductor):** A través de sensores, se monitorea constantemente el entorno del vehículo para prevenir colisiones y reducir la probabilidad de accidentes, mejorando la seguridad de la flota y los conductores.

LA SINERGI A ENTRE 5G E IOT

La implementación de la red 5G, con su alta velocidad y baja latencia, junto con el crecimiento exponencial de dispositivos conectados a través del IoT, está revolucionando la forma en que las empresas gestionan y utilizan los datos. La combinación de 5G e IoT permite la transmisión y procesamiento de grandes cantidades de datos en tiempo real, lo que es crucial para la analítica avanzada.

Como líder en la integración de tecnologías avanzadas, GPS Chile está a la vanguardia de la implementación de soluciones que aprovechan el poder del 5G y el IoT. Nuestra plataforma de gestión de flotas y nuestras soluciones de seguridad, como las cámaras de monitoreo remoto y los sistemas de fatiga y distracción, están diseñadas para aprovechar al máximo estas tecnologías, proporcionando a nuestros clientes información precisa y en tiempo real que mejora la eficiencia y seguridad de sus operaciones.

Al integrar tecnologías como el 5G y el IoT en nuestras soluciones, estamos ayudando a las empresas a transformar sus operaciones y a prepararse para el futuro de la logística.”, finaliza Mario Yáñez. ■





WEB | VISIÓN EMPRESARIAL | LÍDERES

SLEMAN ALCANTAR JADUE

HELPING COMPANIES TO BECOME DIGITAL AND SECURE.

NUEVA LEY DE CIBERSEGURIDAD: UN AVANCE EN UN CAMINO DE DESAFÍOS.

LA PROMULGACIÓN DE LA NUEVA LEY MARCO DE CIBERSEGURIDAD EN CHILE ES UN SALTO SIGNIFICATIVO CUANDO HABLAMOS DE PROTEGER LOS ACTIVOS DIGITALES, LOS CUALES NOS PERMITEN ADEMÁS RESGUARDAR DE MEJOR FORMA LOS OTROS ACTIVOS NO SIEMPRE CONSIDERADOS, TALES COMO LA REPUTACIÓN DE LA EMPRESA O, EN EL CASO DE LAS PERSONAS, SUS DATOS PERSONALES.

Para poder cumplir con la nueva reglamentación debemos conocer sus puntos más importantes. A modo de resumen, destacamos algunos de sus aspectos centrales:

- 1.** La ley crea una institucionalidad ANCI, Agencia Nacional de Ciberseguridad, que estará encargada de los principios y la normativa que regirán las acciones de ciberseguridad de los órganos de la Administración del Estado y la relación entre éstos y los particulares.
- 2.** La ley entrega a la ANCI la capacidad de gestionar las incidencias, establecer los requisitos mínimos para la prevención, contención, resolución y respuesta frente a los incidentes de ciberseguridad que se generen.
- 3.** La ley entrega a la ANCI, la facultad de establecer DEBERES y SANCIONES. Establecer las atribuciones y obligaciones tanto de los órganos del Estado como de las instituciones privadas que posean infraestructura crítica de la información, estableciendo mecanismos de control y un sistema de infracciones y sanciones.
- 4.** La Ley establece quienes estarán sujetos a la misma, se organizan en 2 grupos: los Sujetos Obligados y los Operadores de importancia vital. Es muy largo de explicar en detalle cada definición, lo cual espero poder ahondar en otra columna.
- 5.** La ley establece multas que van desde las 5.000 UTM hasta las 40.000 UTM dependiendo de la gravedad y otros factores, entre los cuales destaca una

de los más importantes, la obligación de informar cualquier ataque o incidente de ciberseguridad, en un plazo máximo de 3 horas de ocurrido el incidente (o al menos de la toma de conocimiento del mismo), el no informar algún evento, desencadenará las multas. Lo útil de informar es generar una alerta al resto de los involucrados, de manera que en tiempo y forma tomen precauciones de los que está sucediendo y trabajando unidos nos defendemos de mejor forma.

Para comprender la necesidad de una ley como esta, es primordial entender el escenario que hemos vivido en Chile cuando hablamos de ataques de ciberseguridad y el impacto en el último tiempo. Primero, se debe considerar el impacto que ha tenido la creciente digitalización de los distintos servicios, la rapidez con que ha ocurrido y la extensión de su implementación en los negocios de todas las industrias. Esto ha ampliado la superficie expuesta en forma exponencial, lo cual le entrega mayor campo de acción a los Ciber-delincuentes.

Chile se encuentra en el 4° lugar de países en Latinoamérica más afectados por ciberataques durante el 2023 con 21 incidencias de Ransomware, superado sólo por Brasil, México y Argentina. (fuente Entel Digital). Los ataques más representativos incluyen ingeniería Social, Phishing, Malware y Ransomware. El año 2023 Chile sufrió más de 700 mil Ciberataques, según un estudio de Cyber Threat Activity, Trellix; otros análisis hablan de más 2 millones de ataques, dependiendo de cómo se analicen y cuáles son las fuentes. Sin embargo, concentrándonos en lo importante, el sector Financiero/Bancario representa casi el 50% de dichos ataques, el 20% ocurre en el sector público y los 30% restantes ocurren en el resto de las industrias.

Es necesario precisar que un ataque NO SIEMPRE ni necesariamente tiene como finalidad obtener recompensas monetarias, aun siendo los más frecuentes, hay que tener claro que los ataques también tienen intencionalidad de distinta naturaleza, como puede ser afectar reputación de una empresa, detener un servicio, provocar una caída de sistemas o simplemente vanagloriarse de tener la capacidad de ejecutar un ataque más simbólico que dañino. Otro punto importante de tener en cuenta, que no siempre se visibiliza, es considerar que las “ganancias” se estiman en varias decenas de trillones de dólares anuales, tranquilamente podríamos pensar que estamos frente a toda una industria del Ciber-crime.

ALMACENAMIENTO EN FRÍO: PARA CADA DESAFÍO, UNA SOLUCIÓN



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



WEB | VISIÓN EMPRESARIAL | LÍDERES

RODRIGO SERRANO

VICEPRESIDENTE CORPORATIVO DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO EN WISETRACK CHILE S. A.

QUIEN SALVA UNA VIDA SALVA AL MUNDO ENTERO. DEJANDO DE LADO LOS CAUSADOS POR FUERZAS DE LA NATURALEZA, EN GENERAL TODOS LOS ACCIDENTES SON EVITABLES. LAS 1.645 VIDAS PERDIDAS Y 6.223 LESIONADOS GRAVES EL 2023 EN CHILE, PRODUCTO DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO, SUMADO A TODO EL DAÑO Y SUFRIMIENTO A MILES DE FAMILIAS AFECTADAS PUDO HABERSE EVITADO.

"Velocidad imprudente", "Conducción irresponsable y falta de atención", "Conducción en condiciones físicas deficientes", "Imprudencia del peatón", "Maniobras temerarias", "Conducción bajo influencia del alcohol o drogas", "Desobedecer señales del tránsito", etc. tienen muy pocas atenuantes reales y creíbles y a todas luces dan un veredicto de: Culpable. Culpable el conductor irresponsable y temerario, culpable el peatón confiado y distraído, culpable el empleador de ese conductor que exige, le permite o no controla el conducir más de las horas razonables, culpable la ley que cobra impuestos "de lujo" a elementos de seguridad en los vehículos, culpable el legislador que aprobó esa ley, culpables las normativas latinoamericanas con exiguas exigencias de seguridad a los vehículos que se pueden comercializar, culpables los organismos que permiten esas normativas, culpables las concesionarias de autopistas que gastan el mínimo exigido en elementos de protección y culpables los gobiernos que establecieron las bases con esas exigencias mínimas.

Este panorama complejo, donde la responsabilidad se diluye en un mar de factores, exige una acción contundente y multifacética. Es necesario un cambio cultural que priorice la seguridad vial con un compromiso real de los actores. Debemos abandonar la lógica de la culpa individual y enfocarnos en una responsabilidad colectiva. Existiendo los medios tecnológicos para disminuir los accidentes y evitar más muertes, no hacerlo por parte de los privados y no exigirlo por parte de las autoridades, raya en la inmoralidad

Evitar accidentes y salvar vidas es responsabilidad de todos: de los generadores de carga que contratan los servicios de los transportistas y les asignan los viajes y actividades y les exigen están-

dares y dispositivos de seguridad, de los transportistas que contratan, capacitan y remuneran a los conductores con distintos incentivos y que además adquieren los sistemas y dispositivos de seguridad, de los conductores que deben saber cuando levantar la mano si no están en condiciones adecuadas para conducir, que deben aprovechar y cuidar los dispositivos que se diseñaron para cuidarlos a ellos y que deben actuar con la responsabilidad que le compete a su rol en las rutas por donde transitan, de todos los demás conductores y peatones que comparten calles y caminos y en general de cada uno de nosotros que nos podemos transformar, de un momento a otro, en víctima o victimario, afectando directa o indirectamente a muchas otras más personas.

Las tecnologías de seguridad activas, como: los dispositivos DMS para detectar fatiga y distracción, los dispositivos ADAS para detectar salidas de carril o acercamientos peligrosos a otros vehículos, los sistemas de frenado automático, ABS y control de estabilidad, detección de punto ciego, entre otros y las tecnologías de seguridad pasiva como los Airbags de conductor y pasajeros, carrocerías realmente resistentes y otros, son herramientas fundamentales para evitar que, el más mínimo error, sea mortal, pero no son suficientes para cambiar conductas, la única forma real de hacer de las rutas un lugar más seguro. Retomando el tema de las vergonzosas y mínimas exigencias de elementos de seguridad, de los gobiernos latinoamericanos, para los vehículos comercializados en nuestros países, un estudio reciente del Banco Interamericano de Desarrollo estimó en 60.000 las muertes anuales que podrían evitarse, si las exigencias de seguridad fueran las mismas que en Estados Unidos y Europa.

El argumento de que son lugares con países desarrollados con mayores ingresos es completamente falso, basta hacer una búsqueda rápida para darse cuenta que, en un modelo de vehículo que en Chile cuesta del orden de 20 millones, en USA está cercano a los 24 mil dólares y en Europa cercano a los 27 mil euros, con la gran diferencia de que en USA y Europa, la versión "Desde" tiene exactamente las mismas elementos de seguridad que la versión top de línea y son otros los componentes que diferencian las versiones, por el contrario en Chile, los "desde" en muchos casos tienen menos airbags, no tienen control automático de frenado ni detección de salida de carril, por nombrar algunas diferencias.



Productividad, eficiencia y sustentabilidad en tus soluciones logísticas

En **Stacker** puedes encontrar todo tipo de equipamiento para tu centro de distribución o bodega.

Si buscas comprar o arrendar, en **Stacker** tenemos lo que necesitas al alcance de tu mano.



Nuestros equipos con batería de Litio te ayudarán a tener una operación más eficiente y segura, a un precio muy competitivo.

Además, ayudarás a tener un mundo mejor al disminuir la huella de carbono.



Encuentra nuestro portafolio de productos aquí o visítanos en [Stacker.cl](https://www.stacker.cl)



contacto@stacker.cl



PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA; RETOS CLAVE APALANCADOS POR LA IMPLEMENTACIÓN TECNOLÓGICA

EN EL MUNDO EMPRESARIAL, LA EFICIENCIA Y LA PRODUCTIVIDAD SON ASPECTOS FUNDAMENTALES PARA EL ÉXITO, OBJETIVOS QUE HOY EN DÍA SE ENCUENTRAN SUPEDITADOS A UNA ACCIÓN CLAVE: LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS. POR CIERTO, LAS OPERACIONES LOGÍSTICAS Y DE LA CADENA DE SUMINISTRO NO ESCAPAN AL PARADIGMA DESCRITO, POR LO CUAL LOS LÍDERES DEL SECTOR DEBEN ESTAR AL TANTO DE SUS IMPACTOS Y PROYECCIONES A FIN DE SER COMPETITIVOS.

Es un hecho de la causa que los líderes y analistas del ámbito logístico y de la cadena de suministro coinciden en la necesidad de mantener operaciones ágiles y flexibles, capaces de adaptarse a los cambios que experimentan los mercados a fin de minimizar los costos operativos, maximizar los niveles de eficiencia y productividad y satisfacer las demandas de los clientes y consumidores finales, paradigma en el cual el uso de soluciones y herramientas tecnológicas resulta clave, ya que permite a las organizaciones gestionar y desarrollar sus procesos de manera efectiva.

No obstante, la adopción de nuevas tecnologías puede ser un proceso abrumador para las empresas, puesto que el cambio es un concepto incómodo que muchas evitan a toda costa, a pesar de que ignorar la innovación y abstenerse de este tipo de

herramientas es una forma segura de perder competitividad y eficiencia operativa, sobre todo en el actual esquema logístico y de suministro que se ve altamente impactado por las vicisitudes de tipo económico, geopolítico, social y medioambiental, a nivel global y doméstico.

Ante este escenario, los líderes del ámbito logístico y supply chain se ven enfrentados un reto no menor, ya que no sólo deben gestionar el cambio al interior de sus equipos, sino también promover su importancia ante las mesas directivas de sus organizaciones, que tradicionalmente ven en este tipo de inversiones como un gasto y no como una inversión que acarreará importantes réditos a la organización.

Son ellos los que deben “convencer” a los tomadores de decisiones que la adopción estratégica de tecnologías innovadoras, como sistemas de gestión empresarial, de automatización intralogística y otras tecnologías emergentes como la analítica de datos, la Inteligencia Artificial o el machine learning, por sólo mencionar algunas, potencian la eficiencia operativa, la toma de decisiones informadas y la capacidad de anticipar y satisfacer las necesidades del mercado.

Paralelamente, estos líderes deben, además, generar una estrategia operacional exitosa que se fundamente en la optimización de procesos, la atracción y retención de talento calificado, y la integración efectiva de la tecnología; puesto que ellos, mejor que nadie, saben que la mejora continua de los procesos operativos garantiza la eficiencia y la calidad en todas las etapas de la cadena de valor, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega al cliente final.

DE LA RETICENCIA AL CAMBIO

Como se observa, son los líderes del ámbito logístico y supply chain importantes agentes del cambio al interior de sus organizaciones, específicamente en lo que se refiere al impulso en la implementación

tecnológica y la innovación; un rol en el cual el acceso a información de valor, respecto de las actuales tendencias y proyecciones en materia de innovación tecnológica es crucial.

Atendiendo a lo anterior, conocer cómo se visualiza el impacto específico de ciertas tecnologías en diversos procesos operativos, a nivel organizacional y productivo es preponderante. En este punto, a continuación, revisaremos algunas de las visiones y proyecciones a mediano plazo, que los expertos en el ámbito logístico y de la cadena de abastecimiento visualizan.

En este punto, de acuerdo con el reciente estudio “Futuro de la logística y las cadenas de suministro”, desarrollado por la consultora Miebach, en el cual participaron más de 30 expertos del sector logístico de diversas regiones geográficas, “las tecnologías avanzadas están revolucionando la logística y las operaciones de la cadena de suministro”, transformándose con ello en catalizadoras de transformación.

De acuerdo con el resumen ejecutivo del estudio, en la actualidad la implementación de tecnologías de automatización o de analítica de datos como la IA “se consideran pilares fundamentales para mejorar la eficiencia operativa, optimizar las rutas y garantizar la agilidad de las cadenas de suministro para dar respuesta eficazmente a las demandas dinámicas del mercado”.

Ahora bien, de acuerdo con el análisis de Miebach, “a pesar de la rapidez con que avanza la tecnología, sigue siendo necesaria la experiencia humana para gestionar la logística”, por lo cual, se prevé un futuro en el que personas y tecnología trabajen simultáneamente, en el que las herramientas avanzadas potencien las capacidades humanas en lugar de sustituirlas”. Esta visión, resulta altamente relevante, puesto que uno de los retos que – por lo general se tiene en cuenta a la hora de apostar por la implementación tecnológica en el ámbito logístico es justamente la reticencia al cambio, y el inherente temor a que la mano de obra sea, finalmente, sustituida por tecnología.


WISETRACK

Solución safety:

M@BICUA TECNOLOGÍA QUE SALVA VIDAS



PREVIENE
ACCIDENTES



PROTEGE
VIDAS



PROTEGE
ACTIVOS



POTENCIA
LA OPERACIÓN



CULTURA DE
SEGURIDAD



+56 2 2389 3000

   @WisetrackCorp

 www.wisetrackcorp.com



En este punto, los expertos advierten que si bien el interés de implantar nuevas tecnologías que automatizan o semiautomatizan procesos logísticos va creciendo entre las organizaciones; existe la visión de que estas herramientas representan una amenaza para el trabajo de los seres humanos, idea que repercute negativamente en los equipos de trabajo y su productividad. No obstante, de lo expuesto por los expertos de Miebach se entiende que la implementación tecnológica debe visualizarse (y comunicarse) como un apoyo o complemento para hacer más eficiente las operaciones que las personas realizan, posibilitando una mejor distribución de la fuerza de trabajo y el desarrollo profesional.

En este punto, el estudio estima que la sinergia entre la implementación tecnológica y el capital humano se evidencia, por ejemplo, “entre los humanos que trabajan junto a robots y entre aquellos que utilizan AGVs para gestionar tareas logísticas complejas. Dicho enfoque ayuda a crear un sistema de cadena de suministro más fuerte y adaptable, en el que los humanos aprovechan los avances tecnológicos para fomentar un ecosistema de cadena de suministro más resiliente y con mayor capacidad de respuesta”.

MÁS PRODUCTIVOS, MÁS RETORNO. DOS EJEMPLOS PRÁCTICOS

60

Otro de los factores cruciales a la hora de abogar y, finalmente, decidir implementar tecnologías en los procesos logísticos o de la Supply Chain; es el costo de estas herramientas o soluciones y su potencial de reditúo a nivel productivo y económico.

En lo referido al uso o implementación de tecnologías emergentes como la IA, el Machine Learning y la Analítica de Datos, específicamente, los expertos de KPMG, en su estudio “Cadenas de suministro: Tendencias 2024”, sostienen que “las tec-

nologías avanzadas como la IA generativa, el análisis de datos, la automatización, el aprendizaje automático y la Internet de las cosas (IoT), ya están revolucionando la performance de las cadenas de suministro”.

LA PLANIFICACIÓN DE BAJO CONTACTO ELIMINARÁ GRANDES FRANJAS DE TRABAJO MANUAL EN EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE PRINCIPIO A FIN, Y APROVECHARÁ EL PODER DEL ANÁLISIS AVANZADO DE DATOS PARA RESPONDER PREGUNTAS MÁS PROFUNDAS CON UNA MÍNIMA INTERVENCIÓN HUMANA. ASÍ, LA IA PODRÁ ANALIZAR DATOS A ESCALA, IDENTIFICAR ANOMALÍAS, BUSCAR PATRONES QUE PROVOQUEN INTERRUPCIONES INESPERADAS Y HACER SUGERENCIAS SOBRE CÓMO RESOLVERLAS, CASI INSTANTÁNEAMENTE.

Al respecto, la consultora sostiene que a partir de los nuevos desarrollos tecnológicos está surgiendo un nuevo paradigma en la gestión de la cadena de suministro. “Un paradigma en el que las organizaciones pueden responder más rápidamente a las solicitudes diarias, abordar de forma proactiva la resolución de problemas y reducir los errores e ineficiencias, al tiempo que ofrece mayor visibilidad, transparencia, trazabilidad y, lo que es más importante, mayor resiliencia a las futuras perturbaciones”, indicaron.

A partir de lo anterior, de acuerdo con el estudio de KPMG para evitar quedarse atrás, es importante que las organizaciones entiendan estas tendencias e implementen acciones específicas para iniciar la transformación. De esta manera, estarán habilitadas para crear una cadena de suministro más ágil y receptiva que pueda crear valor, reducir costos y ofrecer mayor rentabilidad a los accionistas.

En un ejemplo práctico, el documento propone que las aplicaciones de planificación operativa y de ventas (S&OP) y la planificación empresarial integrada (IBP) habilitadas por IA, por ejemplo, podrían ayudar a eliminar la brecha entre la planificación y la ejecución en la cadena de suministro. Al respecto el estudio indica que “la planificación de bajo contacto elimina-

rá grandes franjas de trabajo manual en el proceso de planificación de principio a fin, y aprovechará el poder del análisis avanzado de datos para responder preguntas más profundas con una mínima intervención humana. Así, la IA podrá analizar da-

tos a escala, identificar anomalías, buscar patrones que provoquen interrupciones inesperadas y hacer sugerencias sobre cómo resolverlas, casi instantáneamente”. A partir de este análisis, el estudio explica que la implementación de las mencionadas tecnologías emergentes en los procesos de S&OP, prometen una mayor previsibilidad, mejores márgenes brutos y la liberación de recursos para centrarse en actividades con valor agregado.

Al mismo tiempo, advierten que “la planificación de bajo contacto mejora la previsibilidad, mejorando el retorno sobre el capital (ROE) de 2 a 4 puntos porcentuales, y agrega entre un 1% y un 3% a los márgenes brutos en cuanto a ingresos, costos y activos.

Ahora bien, cuando hablamos de implementación tecnológica, eficiencia y productividad, los tomadores de decisiones suelen verse enfrentados a la disyuntiva respecto a el tipo de herramientas o soluciones tecnológicas a elegir, ello considerando que en la actualidad la oferta es muy diversa. En este punto, es clave indicar que para mejorar los procesos logísticos y de suministro no necesariamente se requiere de soluciones inéditas o tecnologías de última generación. De hecho, según cifras publicadas por la reconocida consultora Gartner, la sola implementa-

ción de un Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) puede marcar la diferencia a nivel operativo, llegando a reducir los costos de la cadena de suministro hasta en un 20 %.

En un escenario empresarial marcado por la necesidad de rapidez y precisión, los ERP, por ejemplo, se consideran excelentes herramientas para la gestión logística eficiente, impactando positivamente, desde la coordinación de inventarios hasta la planificación de rutas de distribución. Así, un ERP proporciona una visión integral de la cadena de suministro, lo que permite identificar áreas de mejora y optimización. A través del análisis de datos en tiempo real, las empresas pueden tomar decisiones más informadas y estratégicas para optimizar la eficiencia y la rentabilidad de su cadena de suministro. En este sentido, mejorar la colaboración con proveedores mediante el ERP puede acortar el tiempo de ciclo de abastecimiento en un 20%, según hallazgos publicados por la consultora Accenture.

TRANSPARENCIA Y VISIBILIDAD = EFICIENCIA OPERATIVA

Cuando se analizan las oportunidades de mejora de los procesos logísticos y de la supply chain, para lograr mayores índices de productividad y eficiencia, dos aspectos claves que entran en juego son la Transparencia y la visibilidad. En este punto, de acuerdo con los expertos de KPMG, la falta de visibilidad en los niveles estratificados de una cadena de suministro, por ejemplo, tiene importantes implicaciones para las organizaciones de todos los sectores, en particular para el cumplimiento de los requisitos normativos y para la identificación y mitigación de los riesgos.

A partir de lo expuesto, según la consultora, "romper la barrera de la visibilidad más allá del denominado "Nivel 1" permite a las organizaciones mirar a través de toda la extensión de su cadena de suministro,

obtener una visión mejor y más profunda de las causas, identificar nuevos riesgos que ocurren más adelante en la cadena de suministro e impulsar los objetivos ESG a través de una mejor trazabilidad y transparencia. En este punto, "las herramientas tecnológicas, como las torres de control y los gemelos digitales, pueden sacar a la luz las relaciones críticas con los proveedores, destacar proveedores comunes en los subniveles, las ubicaciones de las fábricas y proporcionar una visión clara de la profundidad de la cadena de suministro de una organización", indica el estudio, agregando que cuando se implementan a escala, pueden mejorar la resiliencia de la cadena de suministro, sobre todo considerando que – según la consultora – en la actualidad un 43% de las organizaciones tienen una visibilidad limitada o nula del desempeño de los proveedores de primer nivel. ■



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

TDS AMERICA

OPTIMIZA TU OPERACIÓN LOGÍSTICA

VENTA Y ARRIENDO DE EQUIPOS
INGENIERÍA E INNOVACIÓN
SOFTWARE Y DESARROLLO
SERVICIO TÉCNICO

+569 4443 3639
+562 2236 0727
contacto@tds.cl
www.tds.cl

ZEBRA
DATALOGIC

Bluebird TSC Extreme UBIQUITI NETWORKS KFI CUSTOM PRINTER CODETWO Scalefusion RANJANT

RADIOGRAFÍA A LA AUTOMATIZACIÓN LOGÍSTICA: UNA INDUSTRIA QUE CRECE MIRANDO LA PRODUCTIVIDAD

LA AUTOMATIZACIÓN LOGÍSTICA ESTÁ MARCANDO EL FUTURO DE LA INDUSTRIA. CON BENEFICIOS QUE VAN DESDE LA EFICIENCIA OPERATIVA Y LA REDUCCIÓN DE COSTOS HASTA LA MEJORA EN LA SEGURIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD, LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS ES ESENCIAL PARA MANTENERSE COMPETITIVO. EN UN MUNDO DONDE LA RAPIDEZ Y LA PRECISIÓN SON CRUCIALES, LA AUTOMATIZACIÓN LOGÍSTICA NO ES SOLO UNA OPCIÓN, SINO UNA NECESIDAD PARA EL ÉXITO A LARGO PLAZO.

Los ojos de todo el sector están hoy en las tecnologías y sus diferentes soluciones que se han transformado en un atractivo innato para las compañías, quienes ven en ella una alternativa de modernizar sus operaciones y estar en línea con los avances de la industria.

Si bien, es fundamental entender que cada tecnología tiene un foco y apunta a mejorar un área de la operación; no deben ser vista como una solución rotunda a las problemáticas existentes en las distintas empresas. Esto no es magia, es tecnología, implementación, diseño y conocimiento.

La tecnología en la logística ha avanzado rápidamente, transformándose hoy en un pilar fundamental en el desempeño diario de las compañías. Este desarrollo, sin duda, ha sido un viaje fascinante, transformando una industria tradicionalmente basada en procesos manuales y papeles a una dinámica y altamente automatizada.

La evolución de la tecnología está impulsada por la necesidad de eficiencia, precisión y capacidad de respuesta en un mercado globalizado. El atractivo de estas soluciones quedó en evidencia, por ejemplo, en la recién pasada versión de Logistec Show, donde importantes expositores hicieron gala de la variedad de soluciones, generando un interés de los asistentes por conocer cada detalle de ellas, dejando en evidencia las necesidades de las empresas

por estas soluciones y el deseo de conocer determinadas alternativas que los ayuden a superar sus dolores logísticos.

¿CUÁL ES EL MOMENTO DE LA AUTOMATIZACIÓN?

La radiografía de la automatización logística revela una industria en constante crecimiento, impulsada por la búsqueda de mayores niveles de productividad. Este fenómeno se debe a varios factores clave: Eficiencia Operativa, Reducción de Costos, Escalabilidad y Flexibilidad, Mejor Gestión de Inventario, Seguridad Mejorada, Sostenibilidad y la Integración de Tecnología Avanzada.

Considerando lo anterior, la automatización en la logística no solo está transformando la manera en que las empresas operan, sino que también está estableciendo nuevos estándares de productividad y eficiencia en la industria. No cabe duda, de que las empresas que adoptan estas soluciones avanzadas están mejor posicionadas para competir en un mercado global cada vez más exigente. En esta línea, conversamos con cinco importantes exponentes de la industria tecnológica y de innovación en supply chain, quienes profundizaron el momento actual de la industria y los desafíos futuros que enfrenta.

PRODUCTIVIDAD Y NIVEL DE SERVICIO

Para **Roderick Stewart**, Subgerente de proyectos y servicio de STG Chile, la realidad que se vive en Chile, en cuanto a la motivación o impulsores de la implementación tecnológica, son los mismos que se ven en otros mercados como el europeo o estadounidense.

Los equipos de trabajo, los costos operativos y las nuevas normativas de trabajo son unas de las razones que llevan a las empresas a mirar con mayor atención las tecnologías con el objetivo de “buscar alternativas para ver cómo mantener y mejorar los niveles de servicios y lograr que la promesa de compra se cumpla”.



“Los CD se están viendo complicados, porque hoy tienen una gran cantidad de SKU y para eso necesitan eficiencia. Además, el desarrollo del e-Commerce y las devoluciones demandan y hay que tener una estructura especializada para responder a esto”, afirmó Stewart.

En palabras simples, el ejecutivo enfatizó que: “la tecnología busca apoyar las operaciones, agilizando ciertos procesos y también abriendo espacios al desarrollo profesional con nuevos puestos que aportan valor. Mantener y mejorar el servicio y hacer frente a los desafíos operacionales,

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



MÁS DE 15 AÑOS
SIENDO LA SOLUCIÓN
INDISPENSABLE
PARA LA LOGÍSTICA
DE SU EMPRESA



+225.000 m² | 8 CENTROS DE ALMACENAJE
Lampa • Maipú • Renca • Pudahuel • San Bernardo

+15
AÑOS



 www.centralodegas.cl  +562 2608 2800  contacto@centralbodegas.cl

son los pilares que impulsan la implementación de tecnologías”.

En cuanto a las tecnologías que ganan terreno, Roderick destacó la “identificación de RFID en el retail y grandes tiendas”, ya que estas soluciones “sale en ayuda de los inventarios, mejora la visibilidad de los activos, da rapidez a los procesos de recepción y almacenamiento”. Otra tecnología destacada son los robots en los CD, “los cuales transportan mercadería, reduciendo los tiempos de un punto a otro. Con foco en la productividad”.

EL 2027 NO HABRÁ EMPRESA QUE NO HAYA INCURSIONADO EN AUTOMATIZACIÓN

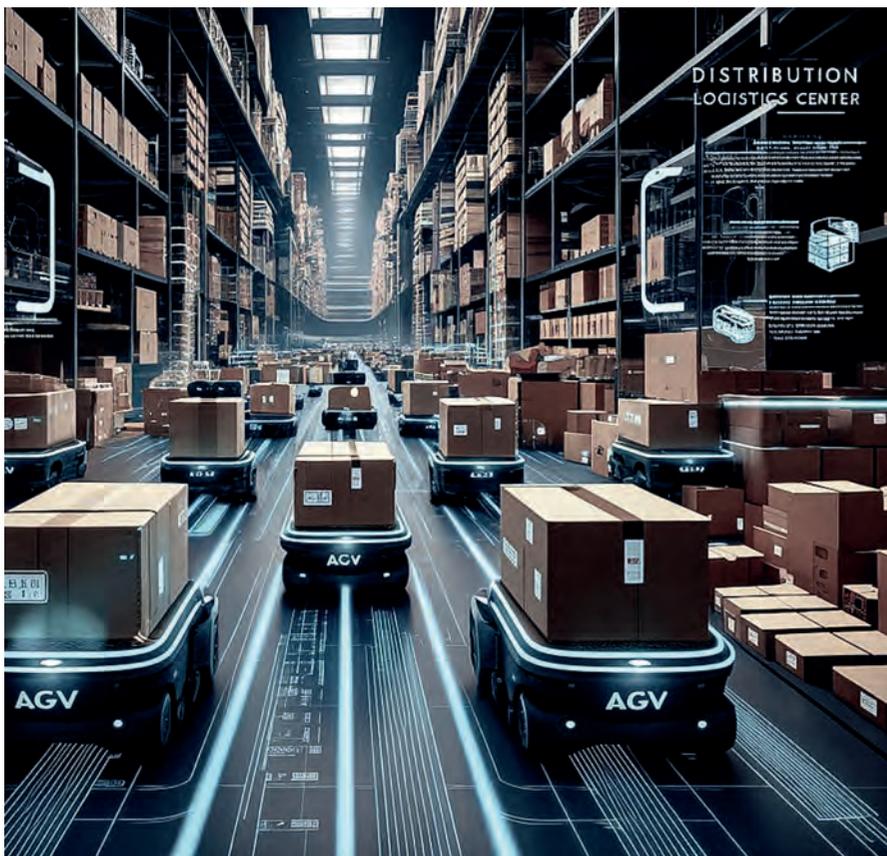
Fabian Audisio, Director Comercial de Boral 4.0 es enfático en señalar que hoy “Chile es el mercado más maduro de Latinoamérica en automatización”. Lo anterior responde, a juicio del ejecutivo, a un escenario macro que impulsa la incorporación de estas soluciones y estos factores país son: “nivel de salario más alto y una marcada falta de colaboradores en las distintas operaciones”.



“Chile está en una buena posición y hay mucho interés de las empresas por las tecnologías. Chile tiene un mercado competitivo con una industria del retail muy desarrollada y eso hace que se busquen constantemente optimizar tareas”, enfatizó Audisio. Fabián reconoció además que es importante en este mercado “los ejemplos empíricos”.

“Hemos visto en los últimos años como varias empresas ya han automatizado sus procesos y eso marca referencias y tendencias para otros que miran cómo las tecnologías van ganando terreno”.

En esta dinámica, el ejecutivo de Boreal destacó la robótica como una tecnología



que actualmente capta la atención, y ha llevado a que “las empresas empiecen a probar e introducir la robótica dentro de las operaciones”. El profesional advirtió que “automatizar, va a cambiar la forma de operar. Muchas veces hay que redefinir procesos para que tenga los efectos positivos que se esperan”.

“En Chile todo lo que son sistemas de picking están al alcance de inversión de la mayoría de las empresas, movimiento de materiales de punto a punto y los sistemas de clasificadores; todo en busca de productividad. Hace 5 años realizamos nuestra primera implementación de robótica en Chile y hoy la mayoría de las empresas lo ven como proyectos factibles, al alcance de las ideas y de los presupuestos”.

Finalmente, Fabián recaló que “la penetración de estas soluciones será aún más fuerte en los próximos años y el 2027 no habrá ninguna empresa logística que no haya incursionado en algunas de las tecnologías. De no hacerlo, no competitivas”

LA AUTOMATIZACIÓN ES HOY

Antoine Gicqueau, Gerente Proyectos Logísticos de Jungheinrich aseguró que día a día “vemos como la automatización va tomando más peso en la intralogística, gracias a la penetración de sus soluciones en los últimos años”.

Este momento de desarrollo tecnológico también llegó a Jungheinrich. Este conglomerado alemán ha puesto sus ojos en el desarrollo de estas soluciones, avanzando en innovaciones en los distintos mercados. Este atributo es para Antoine una tremenda oportunidad para el mercado chileno: “nuestro grupo tiene experiencia y lo que vemos e implementamos en mercados más avanzados, lo traemos a Chile. Vamos siempre un paso más adelante en experiencia y conocimiento”.



En cuanto a lo que buscan los clientes, el ejecutivo recalcó que “mejorar la eficiencia de los procesos y tener más competitividad” son los principales motores de los proyectos tecnológicos.

“Las empresas saben que sin la automatización en algún momento se quedarán afuera de sus respectivos mercados. Nosotros queremos acompañar a nuestros clientes de grúas manuales a dar el salto de tecnología. Lo único seguro es que la automatización no es cosa del futuro, es hoy”, expresó Gicqueau.

En este dinamismo y evolución, el Gerente Proyectos Logísticos de Jungheinrich reconoció que tecnologías como los AGV y ARM crecerán un 50% anual. “Veremos de manera exponencial el crecimiento de estas tecnologías. Nadie se quiere quedar atrás; hoy todos están a lo menos investigando sobre estas soluciones y se van abriendo y acercando a estas tecnologías”.

Asimismo, Antoine llamó a las empresas a mirar las alternativas existentes en el mercado. “Hoy todos quieren tener lo último, pero hay muchas soluciones que responden a distintos factores y hay que saber escoger”.

CHILE PUNTA DE LANZA DE LA TECNOLOGÍA EN LOGÍSTICA

“La demanda por tecnología para warehousing se va a quintuplicar de aquí al 2028”, aseguró **Fabián Contreras**, gerente comercial Danich, dejando entrever las proyecciones y el buen momento en cuanto al desarrollo y penetración que tienen estas soluciones en la industria logística nacional. “En Chile y la región en general es que está trabajando en función de la demanda de productos, de servicio y de crecer en términos de volúmenes; y generar mejor respuesta en tiempo y calidad a sus clientes”, aseguró Fabián, destacando además que la respuesta a estas interrogantes muchas veces está en la tecnología.

El ejecutivo de Danich añadió que, dadas las características del mercado actual, sus exigencias y sus operaciones: “Cobra fuerza ahora trabajar los proyectos de logística con una mirada de precisión, tecnología, alta densidad y con un margen de error mínimo”.



Ante la ascendente demanda de estas soluciones, la clave para el éxito de los proyectos y las empresas de tecnología es “salir a apoyar a los clientes en estas inversiones con proyectos escalables y rentables”.

“Todos los proyectos se tienen que pagar y eso es clave para vislumbrar el camino. No podemos olvidar que estos proyectos se pagan con productividad, mejorando la capacidad de despacho y logrando una operación con menos recursos y mayor rapidez.

Hoy Chile es punta de lanza en la Región y no hay dudas de que seguirá creciendo”, concluyó Fabián Contreras.

AUTOMATIZACIÓN: EL HORIZONTE ESTÁ ABIERTO

“Los profesionales chilenos han sido muy adelantados en reconocer que la logística debe ser considerada como una actividad de valor agregado más que de costo y que la rentabilidad del negocio tiene un componente importante que depende de la operación de su bodega para la generación del ‘ticket perfecto’ y se convencieron de que no hay forma de evitar el camino de la automatización si desean mantenerse competitivos”. Así define **Bernardo Ossandón**, Gerente de División Automatización de Mindugar el momento actual de la industria.

El ejecutivo reconoce que esta tendencia tecnológica ha evolucionado rápidamente en Chile, debido, principalmente, al “ac-

ceso a una gran diversidad de alternativas de solución gracias al extraordinario desarrollo en tecnologías aplicables a las bodegas y Centros de distribución”. Lo anterior unido a una baja en los costos de las tecnologías ha hecho “difícil elegir entre ellas”, ya que representan diferentes formas, cuando son bien aplicadas, de “transformar su operación en una más competitiva y eficiente, lo que genera finalmente más rentabilidad”.

En cuanto a la evolución, Bernardo aseguró que la tendencia va hacia la robótica y a las soluciones de alta aplicación de sistemas inteligentes que manejen las operaciones, incluyendo aspectos como machine learning o IA.

“Es por eso que en Mindugar tenemos nuestra propia fábrica de software para dar respuesta a las necesidades de desarrollo de soluciones inteligentes a nuestros clientes entregando respuesta al requerimiento preciso de la operación a controlar”, afirmó el ejecutivo.

Finalmente, **Ossandón** recalcó que: “el futuro de la automatización se ve abierto en el horizonte, incluso ya en otras latitudes se están desarrollando soluciones de logística con técnicas de otras áreas como los “digital twins” que son capaces de prever la respuesta de un sistema en forma detallada antes de su implementación”.

Vemos cómo la tecnología ha dejado de ser una promesa del futuro para convertirse en una realidad tangible que moldea nuestra vida diaria. En el sector logístico, esta transformación es especialmente evidente. La digitalización, la automatización, la robótica y la inteligencia artificial (IA) están redefiniendo cada aspecto de la cadena de suministro, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y aumentando la satisfacción del cliente y en esta radiografía queda en evidencia. ■





REFRESH AL TRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA: INSEGURIDAD Y LA ESCASEZ DE CONDUCTORES, LOS GRANDES TEMAS PENDIENTES

Las rutas del país son inseguras, los transportistas están expuestos y exigen soluciones. Mientras, en el intertanto, de forma socavada, otro tema aún más complejo subyace: La falta de conductores profesionales, debido a la falta de renovación generacional, entre otros factores. Ante estas problemáticas, es importante alzar la voz una y otra vez, ya que ponen en serio y virtual riesgo el presente y el futuro de nuestras cadenas de suministro internas y del comercio exterior que rige nuestra economía.

66

Es sabido que en el despliegue de las operaciones de comercio exterior y de abastecimiento interno en el país los actores del transporte de carga terrestre por camión son entes protagónicos. También es sabido que, en el último tiempo, dichos actores han manifestado al gobierno y a la opinión pública su preocupación respecto a importantes problemáticas que afectan a su performance, diariamente, siendo la

principal de ellas, la seguridad en las rutas, razón por la cual – en la actualidad, los camioneros se rehúsan a activar el tercer turno (nocturno)

Cabe destacar que la problemática de la seguridad en las rutas y puntos de acopio y almacenamiento de carga no sólo es una realidad que relevan los transportistas, sino también otros gremios del sec-



ro. Al mismo tiempo, aspectos como la incorporación de mano de obra extranjera para minimizar la escasez de conductores profesionales o la burocracia en los procesos de homologación de permisos de conducir son factores que considerar en torno a la problemática expuesta.

¡MÁS SEGURIDAD! LO QUE TODOS QUIEREN

En marzo de este año, representantes del Consejo Superior de Transportes (CST) y de la Federación de Camioneros del Sur (Fedesur) presentaron a la Comisión de Obras Públicas de la Cámara de Diputadas y Diputados, alarmantes cifras respecto a robos de cargas. De acuerdo con los voceros, al año se registran 300 robos de camiones en todo Chile. Durante la presentación en el Congreso, el presidente de Fedesur, Carlos Bretti, sostuvo que "basta que a una pequeña empresa de transportes le roben una o dos cargas de alto tonelaje, valuadas en cerca de 200 millones de pesos para que ese transportista quiebre y no pueda seguir funcionando". En la misma línea, el presidente del Consejo Superior de Transportes, José Sandoval, sostuvo que (la inseguridad) "es una situación insostenible para el rubro", agregando que "el principal afectado con los robos es el conductor, que ve en riesgo su vida cuando es asaltado, golpeado o incluso asesinado".

En la instancia, el representante del Consejo Superior de Transportes también indicó que "estamos en el peor de los mundos, ya que por un lado las aseguradoras no nos quieren contratar pólizas por el alto riesgo que supone hoy transitar por las rutas del país, o nos cobran montos muy elevados; y por otro, tenemos a un Estado absolutamente incapaz de frenar el avance de la delincuencia y el crimen organizado en el país, quedando los transportistas en la más absoluta indefensión". Siempre en torno a la seguridad de las rutas en Chile y el fenómeno criminal que hoy asola al sector, uno de los temas que ha destacado es la necesidad de regular la inmigración a nivel nacional a fin de evitar el ingreso de agentes de bandas

criminales al país. Esta problemática fue ampliamente difundida en mayo pasado por la Confederación Fuerza del Norte (CTFN) y agrupaciones independientes de transportistas nortinos, mismos que iniciaron -en dicho mes- una paralización que se extendió por tres días. En concreto, la agrupación camionera exigía el cierre de fronteras en todo Chile y acceso restringido de inmigrantes, a fin de evitar el ingreso de personas con antecedentes penales, al tiempo que solicitaban que se decretara Estado de Excepción Constitucional de Emergencia en la zona, entre otras materias.

Si bien a la movilización no adhirieron otros importantes conglomerados gremiales tales como Fedequinta, la Confederación Nacional de Transporte de Carga (CNTC) ni por la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile (CNDC), el tema de la seguridad en las rutas nortinas y en el resto del país, logró imponerse en la agenda nuevamente, sobre todo porque todos los gremios del transporte coinciden en que la situación de inseguridad en las rutas del país es crítica.

En torno a la problemática expuesta por la CTFN cabe destacar lo reportado por el Banco Mundial, respecto al actual fenómeno regional de robos a la carga. De acuerdo con el Banco Central, "la seguridad logística tiene un importante componente regional. Dado que, en la actualidad, las bandas delictivas que actúan sobre el transporte terrestre no reconocen fronteras y están continuamente moviéndose en busca de zonas con menores niveles de seguridad donde su accionar se vea facilitado", aseveración que deja de manifiesto la necesidad de articular acciones de prevención de carácter internacional.

En este plano, la entidad mundial insistió en que en la actualidad se subestima la problemática de la inseguridad del transporte terrestre a nivel regional. Al respecto, indicó que hoy es "complicado estimar las dimensiones reales de las pérdidas económicas a raíz del robo de mercancías a nivel mundial, sin embargo,

tor logístico y de comercio exterior, tales como Camport y ALOG Chile, de hecho, de acuerdo a cifras levantadas por la Asociación Logística, el robo de mercancías en tránsito, durante 2023, se incrementó en un 27%, al tiempo que otros aspectos en materia delictual se han diversificado, desarrollándose ilícitos más violentos y con un mayor nivel de "profesionalismo".

En esta línea, otra de las problemáticas que el sector ha relevado ante las autoridades es la escasez de conductores, una problemática de corte mundial y que a nivel nacional preocupa y ocupa a los actores del sector, dado que aspectos como la inseguridad de la actividad repercuten en el desarrollo y retención del talento para el sector del transporte de carga carrete-

algunos estiman que el robo de carga en el transporte terrestre representa pérdidas anuales de alrededor de los USD \$53 billones. También, a partir del desconocimiento a profundidad de la situación y de datos confiables, usualmente, la atención a estos casos se presta con baja prioridad de las autoridades y los costos son vistos como propios de la operación logística de los dueños de dicha mercancía”.

Lo expuesto por el Banco Mundial también ha sido reivindicado por entidades gremiales nacionales como Camport, que en 2023 declaró que “sentimos la urgencia de contar con una iniciativa de colaboración público-privada que permita garantizar la seguridad de las personas que participan en el sector, junto con mejorar los controles de acceso y salida de la carga por los puertos del país”, agregando que “es crucial dar prioridad a un trabajo conjunto para evitar que el crimen organizado y el narcotráfico siga empleando las fronteras marítimas para su actividad delictual”.

De acuerdo con la declaración de la entidad, el país necesita mejorar en forma ágil y eficiente la seguridad y el control del tráfico de sustancias ilícitas mediante esquemas de cooperación público-privada, junto con la implementación de medidas que otorguen mayor seguridad a la operación de las cadenas logísticas”. “A su vez, indicó la entidad- el transporte terrestre de carga debe ser protegido de robos e interceptaciones, de modo de que pueda operar en modalidad 24x7, esto es, recuperar el tercer turno (nocturno) de transporte de carga mediante camiones.

De lo expuesto por los expertos, queda de manifiesto que la falta de seguridad y garantías influye directamente en costos operacionales, incremento en tiempos, desfase de inventarios, entre otros procesos que, a la final, aumentan los precios de los productos de cara al cliente/consumidor y hace que las compañías sean menos competitivas en sus mercados, y a nivel internacional; sin mencionar el riesgo vital que hoy enfrentan miles de transportistas en todo el país.

ESCASEZ DE CONDUCTORES

“La falta de conductores profesionales de camiones se duplicará en 2028 después de haber vuelto a aumentar en 2023 en todo el mundo”, esta es una de las conclusiones extraídas desde el informe sobre esta cuestión presentado por la Organización Internacional del Transporte por Carretera (IRU, por sus siglas en inglés), en el que participaron más de 4.700 empresas de más de 30 países de América, Asia y Europa. Si bien el análisis no facilita datos desglosados por cada país, sí apunta a que la ausencia de profesionales en este campo deja actualmente más de tres millones de puestos sin cubrir, lo que supone el 7% del total de empleos de conductor de transporte de mercancías. Según la OITC, las previsiones apuntan a que se alcancen hasta los siete millones de puestos sin cubrir dentro de cinco años en los países analizados.

Chile, no está ajeno a la realidad expuesta por la OITC, dado que – según han documentado los gremios del transporte- a la fecha existiría al menos un déficit de 20 mil conductores de camiones para trabajar en logística terrestre, lo que representa una situación grave, debido a sus efectos en el desempeño de la cadena de suministros a nivel nacional e internacional.

A la presentación del estudio, el secretario general de la OITC, Umberto de Pretto, afirmó que “los problemas estructurales que subyacen a la escasez de conductores de camiones siguen afectando a los servicios de transporte y urge a actuar ya, dado que el índice de nuevas incorporaciones es significativamente inferior al de conductores que se jubilan cada año”.

Las consecuencias de esta situación, afirmó De Pretto, “ya están perjudicando a las cadenas de suministro y a las economías que dependen de nuestra industria”. De hecho, el informe apunta a que, en el corto plazo, los servicios de transporte por carretera aumentará de precio, las disrupciones en la cadena de suministro también se acrecentarán y la mano de

obra cualificada disminuirá para dar paso, a más largo plazo, a una aceleración de automatización del trabajo, que acelerará aún más si cabe la escasez de conductores.

¿Cómo abordar, entonces, esta dramática situación? Según la entidad, los operadores del transporte están poniendo de su parte, pero los gobiernos y las autoridades deben redoblar sus esfuerzos para mejorar las condiciones de trabajo y el acceso a la profesión. En esta línea, la entidad puso énfasis en dos aspectos que se deben considerar al momento de analizar y buscar soluciones a la problemática de la escasez de conductores: la renovación generacional del sector y la inclusión femenina.

A la luz de las conclusiones que arroja el estudio, la enorme brecha entre conductores jóvenes y veteranos ha ido en aumento “y empeorará mucho más en los próximos cinco años si no se toman medidas significativas”. En Chile, este tema también es una realidad, considerando que la edad promedio de un conductor es de 49 años. En esta línea, los gremios han indicado que el envejecimiento de los conductores actuales y la poca atracción que sienten los jóvenes por este tipo de actividad, debido a su alto nivel exigencia y la inseguridad creciente en carreteras y vías, se alzan como los factores determinantes.

¿Cuál es la solución? reencantar a los jóvenes con la actividad camionera, una tarea nada fácil; en la cual acciones como simplificar y abaratar el acceso a la profesión, generando incentivos para aquellos jóvenes que deseen ingresar al rubro de carga terrestre podría ser una iniciativa viable. Al mismo tiempo, la inclusión femenina surge como una solución; considerando que la participación de mujeres en esta actividad es aún muy baja (6% según la OITC). En este mismo plano, de acuerdo con lo expuesto por la OITC a nivel global, “Menos del 12% de los conductores tienen menos de 25 años”; lo que supone que la reserva disponible de trabajadores de cada país “podría no ser suficiente para cubrir el déficit” de transportistas de mercancías. ■



Sustainable
Supply Chain
is no longer an
option

<https://www.id-logistics.com/cl/>



ACTUALMENTE, EL TRANSPORTE DE CARGA AÉREA PRESENTA UN PANORAMA FAVORABLE, DADO QUE, DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 2024, A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL HA REGISTRADO INTERESANTES REPUNTES. EN ESTA LÓGICA, LOS EXPERTOS INDICAN QUE EL E-COMMERCE TRANSFRONTERIZO SEGUIRÁ SIENDO CLAVE EN EL DESEMPEÑO DEL SECTOR, NO OBSTANTE, SI BIEN EN CHILE ESTE ÍTEM AVANZA, EL CONFLICTO DE LAS CARGAS EXPRESAS ABANDONADAS EN EL AMB SIGUE SIENDO UN TEMA A RESOLVER.

70

TRANSPORTE AÉREO CRECE, EL ECOMMERCE TRANSFRONTERIZO EVOLUCIONA Y LA PROBLEMÁTICA DE LAS CARGAS EN REZAGO PERMANECE

En el entramado logístico del Comercio Exterior chileno, el transporte de carga aérea es uno de los eslabones clave, considerando que la contribución de este medio es fundamental para las cadenas de abastecimiento y suministro de bienes al territorio nacional. Atendiendo la importancia de este modo, diversos agentes asumen como urgente fortalecer las capacidades operativas e infraestructurales de los principales terminales aeroportuarios del país, en lo específico las del Aeropuerto Internacional AMB, a fin de responder a la creciente demanda de uso, la que en los últimos cinco años se ha visto fuertemente desafiada por el contexto internacional y, como no, por el volumen de carga derivada del comercio electrónico, entre otros aspectos.

En esta línea, de acuerdo con cifras emanadas desde el Servicio Nacional de Aduanas, durante 2023, las importaciones por vía aérea concentraron un total de 97.671 toneladas brutas, con una variación de un -7% en comparación con el año anterior. En este recuento, los principales cinco países de origen de las importaciones aéreas, que concentran el 64% del total anual de las importaciones por esta vía, aportando entre ellos 62.255 toneladas brutas, son: Estados Unidos (27%), China (15%), Brasil (12%), Alemania (6%) y España (4%). En particular, desde Estados Unidos se importaron un total de 26.212 toneladas brutas durante el 2023.

En tanto, en relación con las exportaciones del 2023 por vía aérea, estas totalizaron 264.782 toneladas brutas, con un aumento del 6% en relación con 2022. Los principales cinco países de destino de las exportaciones aéreas, las que concentran el 91% del total anual, aportando entre ellos 242.137 toneladas brutas, fueron: Estados Unidos, con un total de 184.349 toneladas brutas y la participación en el mercado del 70% del total anual; China (17%), Israel (2%), México (1%) y Japón (1%). Cabe destacar que, las exportaciones pertenecen principalmente al sector acuícola, representando el 55% del total de carga exportada por esta vía, con un total de 145.210 toneladas brutas.

Ahora bien, en un análisis del desempeño del sector, emitido por la Junta de Aeronáutica Civil, la carga aérea en Chile registró en 2023 un crecimiento total de apenas un 0,7% respecto a 2022, ello a pesar del crecimiento de capacidad, producto de la recuperación de la oferta aérea; un resultado que responde a las caídas significativas del mercado doméstico. En esta línea, según datos publicados por la JAC, durante el primer trimestre de 2024, el transporte de carga por vía aérea presentó un leve crecimiento de 0,4%. La cifra se consiguió tras totalizar 111.081 toneladas. En línea con lo anterior, 7.651 toneladas guardaron relación con rutas domésticas y las restantes 103.430 toneladas a internacionales, lo que implicó una caída de 6% y un alza de 0,9%, respectivamente.

DE ACUERDO CON CIFRAS PUBLICADAS POR LA CONSULTORA PCMI, LOS SITIOS WEB NACIONALES REPRESENTAN EL 44 % DE LAS VENTAS TOTALES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN CHILE, MIENTRAS QUE LAS TIENDAS INTERNACIONALES CONTRIBUYEN CON EL 56 % RESTANTE. ASÍ, EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO EN CHILE ES SIGNIFICATIVO Y SE ESPERA QUE CREZCA UN 19% EN 2024.

En el plano internacional, en tanto, según lo publicado por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA), durante 2023, el transporte aéreo de carga se vio afectado por la incertidumbre económica, así como también por los conflictos geopolíticos en distintas partes del mundo y, si bien, en América Latina destaca el aumento de la oferta, principalmente en rutas internacionales, evidenciándose un fortalecimiento del sector hacia el último trimestre del año, lo que implicaría que los mercados se están estabilizando con patrones de demanda más normales; aún es temprano para anticipar tranquilidad dado que la incertidumbre continuará en 2024.

Si bien, las proyecciones de IATA para el mercado aéreo de carga son prudentes, cabe destacar que, durante el primer trimestre de 2024, la demanda del transporte aéreo de carga creció con fuerza a

nivel global. Según la federación internacional, “la demanda global, medida en toneladas de carga por kilómetro transportadas (CTK*, por sus siglas en inglés), registró crecimiento a doble dígito por cuarto mes consecutivo con un 10,3% interanual en marzo de 2024 (11,4% en las operaciones internacionales). Al mismo tiempo, la capacidad, medida en toneladas de carga por kilómetro disponibles (ACTK, por sus siglas en inglés), creció un 7,3% interanual (10,5% en las operaciones internacionales).

Sobre los datos del primer trimestre del año, según lo declarado por Willie Walsh, director general de IATA “este crecimiento ha contribuido a un buen primer trimestre para el sector, que ha superado ligeramente incluso los excepcionales

resultados del primer trimestre de 2021, durante la crisis del COVID. El comercio transfronterizo mundial y la producción industrial siguen mostrando una tendencia alcista moderada, por lo que 2024 se perfila como un año sólido para la carga aérea”

E-COMMERCE TRANSFRONTERIZO, EJE CLAVE

A partir de los niveles de crecimiento que ha experimentado el transporte de carga aérea durante el primer trimestre de 2024 y la moderada tendencia alcista que se proyecta por los expertos, cabe destacar lo expuesto por el director general de IATA, quien indicó que el “eCommerce sigue contribuyendo a que la demanda de carga aérea muestra una tendencia superior al crecimiento, tanto del comercio

como de la producción, desde el último trimestre de 2023”.

Al respecto, agregó que “el crecimiento del 10,3% interanual de los CTK del sector estuvo impulsado por el tráfico en rutas internacionales, que creció un 11,4% interanual en marzo, favorecido por el rápido aumento de la demanda de servicios de comercio electrónico”.

Ahora bien, en vista de lo proyectado por IATA, cabe analizar cómo se ha desarrollado el eCommerce transfronterizo a nivel nacional. Ahora bien, de acuerdo con cifras publicadas por la consultora PCMI, los sitios web nacionales representan el 44 % de las ventas totales de comercio electrónico en Chile, mientras que las tiendas internacionales contribuyen con el 56 % restante. Así, el comercio electrónico transfronterizo en Chile es significativo y se espera que crezca un 19% en 2024.

De acuerdo con cifras publicadas por la Cámara Nacional de Comercio (CNC), respecto a las plataformas internacionales de eCommerce preferidas por los consumidores chilenos, tenemos que, al cuarto trimestre de 2023, las plataformas internacionales más usadas fueron Aliexpress con un 32% de las transacciones seguido de Shein con un 22%. Luego, Amazon con 14% de participación y otras tiendas internacionales con una participación de 18%. De acuerdo con la CNC, plataformas como Temu siguen su senda de crecimiento, alcanzando un 4% de participación en dicho periodo, mientras que Wish y Ebay alcanzan un 5% y 4% de participación respectivamente.

En tanto, según datos publicados por la Asociación de Transporte Expreso de Chile (Atrex), las cifras correspondientes a los promedios anuales de importación y exportación por vía aérea en la categoría expreso, Importación Pago Simplificado (DIPS), alcanzaron los 22.135.778 de kilogramos, de las cuales 20.174.297, corresponden a importaciones por vía aérea. De acuerdo con Atrex, entre 2022 y 2023 existió una variación positiva en torno al

total de toneladas transportadas por vía aérea, considerando que durante el año pasado se movilizaron 2.270 Ton., versus las 1.672 Ton de 2022.

CARGAS REZAGADAS UNA PROBLEMÁTICA LATENTE

Como se aprecia en cifras, el transporte expreso de carga aérea, correspondiente el eCommerce transfronterizo, ha evolucionado al alza en los últimos 3 periodos, lo que además de réditos financieros ha implicado importantes retos en materia de infraestructura.

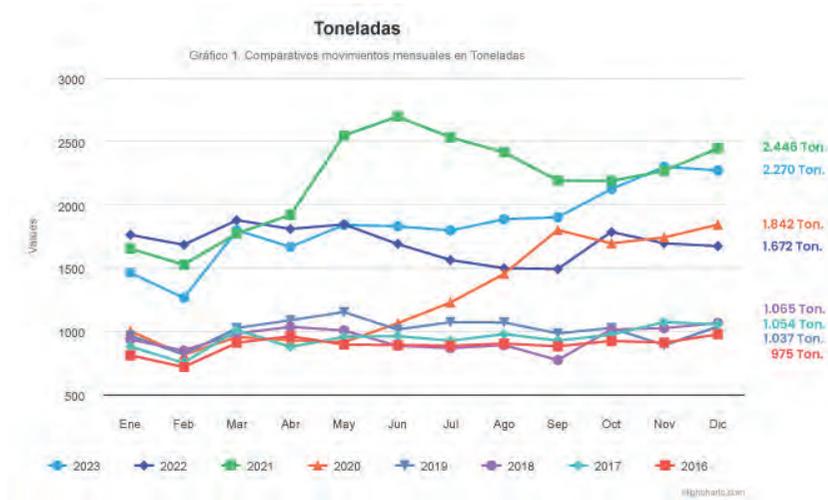
En este contexto, desde 2020 a la fecha la Asociación de Transporte Expreso de Chile (ATREX), entidad que agrupa a las empresas de courier del país han advertido el colapso de su Centro Logístico Expreso ubicado al interior del Aeropuerto Internacional de Santiago AMB; ello, debido al exponencial crecimiento que estaban experimentando las compras online internacionales.

SEGÚN HAN EXPLICADO DESDE ATREX, DURANTE EL PERIODO PRE-PANDÉMICO, LLEGABAN AL PAÍS UN PROMEDIO DE 200 MIL ENVÍOS MENSUALES. PERO, A DICIEMBRE DE 2020 LOS ENVÍOS YA SUPERAN EL MILLÓN MENSUAL. ASÍ, EN LOS MESES POSTERIORES, EL ARRIBO DE ENVÍOS COURIER SE PROMEDIABA EN 1.300.000 MENSUALES.

72

No obstante, a partir de la pandemia dicho colapso se ha evidenciado sobremanera, siendo su cara más evidente las miles de encomiendas abandonadas en la zona primaria y pasillos del Centro Logístico; cajas y bolsas sin reclamar, las que hoy complican a la operativa del recinto que reúne a 24 grandes, medianas y pequeñas empresas de courier que operan en la terminal aeroportuaria.

¿Cómo se ha alcanzado este nivel de colapso? En los últimos 5 años el arribo de paquetes derivados del comercio electrónico internacional se ha incrementado sustancialmente, llegando a niveles his-



tóricos en 2021 (2.446 Ton). (Ver gráfico). Según han explicado desde Atrex, durante el periodo pre-pandémico, llegaban al país un promedio de 200 mil envíos mensuales. Pero, a diciembre de 2020 los envíos ya superan el millón mensual. Así, en los meses posteriores, el arribo de envíos courier se promediaba en 1.300.000 mensuales. Mientras el volumen de importaciones courier aumentaba, otro fenómeno se desarrollaba en paralelo:

dos o donados; un proceso que a la fecha se ha constituido en una real problemática, ya que a la fecha existen aproximadamente 300 toneladas de carga, entre encomiendas y productos del eCommerce transfronterizo abandonadas.

La problemática del presunto abandono de cargas en el AMB es crítica para las operaciones del sector expreso, dado que las cargas en rezago ocupan amplias superficies en las zonas aledañas al recinto a la espera de que Aduana resuelva su situación. Si consideramos, además, que se espera que el crecimiento en el ingreso de este tipo de cargas siga siendo exponencial, la crisis puede agudizarse aún más. En esta línea, cabe destacar que en sólo en enero de 2024 ingresaron al país 1.846.625 kilos de envíos expresos, 229.184 kilos más que en igual periodo de 2023.

el presunto abandono de las cargas. Específicamente, muchos de los envíos que arriban al Centro se enmarcan en la categoría B2C, y las personas destinatarias de ciertos paquetes desconocen, por ejemplo, que deben pagar impuestos para que estas cargas ingresen al país. Así, muchos compradores creen que al pagar el producto en la tienda o marketplace internacional todo está resuelto y al darse cuenta de que deben pagar un impuesto para reclamar estos paquetes desisten y abandonan el envío, que queda rezagado en las instalaciones del AMB a la espera de que Aduana determine qué pasará con ellos, es decir, si serán destruidos, lotea-

Así, el aumento de las importaciones courier y de las cargas en presunto abandono no sólo genera una serie de desafíos a nivel operacional, sino también, implica la generación de diversos procesos operativos, administrativos y de fiscalización que deben ser desarrollados por los servicios públicos, dado que ese es parte de su rol público, un tarea que debe ser asumida a la brevedad, a fin de garantizar operaciones eficientes de cara al cliente final, y de mantener la competitividad de la cadena logística. ■

Mushiny



INTERMEC
CHILE

DIGITALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN
para una LOGÍSTICA INTELIGENTE en las
BODEGAS de E-COMMERCE

Disminuye los costos operacionales

Disminuye tiempos y errores de despacho

Aumenta la productividad operacional

Aumenta la eficiencia en la recolección y selección del producto



CONTACTANOS!!!!

rodrigo.olivares@intermec.cl
+56 9 4428 7970
www.intermec.cl

A portrait of Renzo Andreani, a man with short dark hair and blue eyes, wearing a dark blue blazer over a light blue shirt. He is standing in front of vertical blinds. The text is overlaid on the lower part of the image.

**“LA TECNOLOGÍA E
INFORMACIÓN VAN
DE LA MANO EN UNA
LOGÍSTICA EFICIENTE
Y SUSTENTABLE”**

RENZO ANDREANI,
SUPPLY CHAIN MANAGER
DROGUERIA HOFMANN

Según el ejecutivo, los liderazgos de estas áreas están cada vez más conscientes de la importancia de apoyarse en herramientas tecnológicas y de compartir información, ya que estas prácticas son clave para la toma de decisiones estratégicas. La información es elemento clave para proyectar una operación logística exitosa y es además el principal desafío de los líderes de supply chain.

La experiencia profesional de Renzo Andreani De Giorgis, le permite tener una amplia mirada de la cadena de suministros, siendo capaz de reconocer dolores y también oportunidades de una industria que ha tomado un rol determinante en el éxito de las organizaciones; impulsando así un nuevo escenario para los ejecutivos del sector.

Con más de 15 años de experiencias, Renzo -ingeniero civil industrial y Magister en Ingeniería de Negocios, especializado en Procurement y supply chain - ha desarrollado su carrera en importantes compañías del sector Minería, Energía y Consumo Masivo, nacionales y globales. Destaca su capacidad de crear y manejar distintos equipos, su capacidad para desarrollar una comunicación efectiva y su versatilidad para trabajar en diferentes industrias y organizaciones junto con adaptarse a desafíos geográficos, culturales y empresariales.

Considerado un ejecutivo proactivo, motivador, accesible y directo; Renzo pone foco en la creatividad, innovación y conectar personas e ideas para inspirar cambios positivos y construir legado en las organizaciones. En un aspecto más de gestión, el ejecutivo ha destacado por sus conocimientos en mejora continua de procesos, abastecimiento sostenible, análisis de demanda, planificación, quiebres de stock y logística.

Desde 2023 asumió como Supply Chain Manager Droguería Hofmann, encabezando el departamento de Abastecimiento y operaciones, liderando equipos de más de 60 personas y una operación sobre 6 mil SKU, actuando como responsable de la cadena de suministro, tanto de planificación de compra, importación, almacenamiento y despacho de productos finales al punto de venta. Y es este conocimiento y experiencia, la cual permite a Renzo analizar el presente y futuro de la industria, con una mirada crítica y global. A través de este set de preguntas, el profesional busca ahondar en los desafíos que enfrentan las cadenas de suministro globales y en la importancia de la información en la toma de decisiones correcta, donde

asegura el principal reto de los líderes de esta área es la correcta toma de decisiones, ya que es ahí donde se van marcando diferencias; factor determinante en tiempos en que supply chain ha alcanzado una mayor consolidación dentro de las empresas e industrias y ahí la tarea de los líderes es actuar bajo la conciencia de este nuevo rol estratégico.

¿DÓNDE ESTÁ LA DEBILIDAD DE LAS CADENAS DE SUMINISTROS ACTUALES?

Hoy, el principal problema que presentan las empresas en su área de abastecimiento, es la toma de decisiones con información desfasada. Esto provoca reacciones tardías y desabastecimientos. Esto ocurrió en la pandemia y está nuevamente afectando por problemas de atochamiento en algunos puertos de Asia.

¿CUÁLES SON LOS PILARES DE UNA SUPPLY CHAIN EXITOSA EN EL ESCENARIO ACTUAL?

A pesar de que no existe una receta perfecta, el mantenerse informado y monitorear constantemente los mercados asiáticos, ayudan a tener toma de decisiones eficientes. Esto, junto con hacer el benchmark con otras industrias, ayuda a entender las tendencias del mercado y las mejores prácticas, permitiendo prepararse en adelante de disrupciones que impacten la cadena de suministro.

¿CUÁLES SON LOS RETOS QUE TIENEN LOS LÍDERES DE SUPPLY CHAIN?

El principal reto es tomar buenas decisiones con información acotada y entender de manera holística la situación global en temas de abastecimiento de materias primas, complejas rutas logísticas y mantener procesos sustentables con el medio ambiente.

SE HABLA DE RESILIENCIA, FLEXIBILIDAD Y EFICIENCIA DE LA CADENA. ¿CÓMO ESTOS CONCEPTOS SE LLEVAN AL DÍA A DÍA OPERACIONAL?

Un supply chain está constantemente desafiado a cambiar sus planes según van variando las condiciones, y eso es resiliencia y flexibilidad. No es necesario esperar a que haya una black swan para demostrar estas cualidades, sino que tiene que ver con la capacidad de adaptarse rápidamente a las condiciones cambiantes del contexto.

¿QUÉ ASPECTOS QUEDAN YA INSTALADOS EN LAS CADENAS

GLOBALES, TRAS LOS CAMBIOS ORIGINADOS POR LA PANDEMIA?

Los cambios más notorios tienen que ver con el abastecimiento y manejo de proveedores, donde el modelo cambió del just-in-time hacia mantener mayores niveles de inventario, especialmente si se trata de proveedores extranjeros, ya que hay mayor conciencia de la probabilidad e impacto de las disrupciones de la cadena de suministro.

EN INDUSTRIAS SENSIBLES COMO EL FARMA, ¿CUÁL ES LA PREMISA QUE MUEVE A LAS CADENAS LOGÍSTICAS?

En la industria del farma, nuestros productos salvan vidas. Si bien somos un negocio B2B, donde no tenemos contacto con el usuario o beneficiario final del producto, sí entendemos la importancia de que nuestros insumos sean entregados, cumpliendo los más altos estándares de calidad, que lleguen en óptimas condiciones y sin retrasos ni equivocaciones, ya que cualquier alteración en estos parámetros puede arriesgar vidas.

¿CREE QUE EN LA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESTÁ LA CLAVE PARA UNA LOGÍSTICA MODERNA?

Efectivamente, la tecnología e información van de la mano en una logística eficiente y sustentable. Las herramientas tecnológicas nuevas entregan cada vez niveles de información más sofisticados, resultando claves en la evolución hacia una toma de decisiones informada propiciando acciones asertivas que, a su vez, reflejan principios de resiliencia y flexibilidad. Está todo conectado.

¿CÓMO DEFINIRÍAS HOY LA INDUSTRIA DE SUPPLY CHAIN?

La industria está logrando tener una mayor consolidación dentro de las empresas e industrias. Los liderazgos de estas áreas están cada vez más conscientes de la importancia de apoyarse en herramientas tecnológicas y de compartir información, ya que estas prácticas son clave para la toma de decisiones estratégicas.

Los cambios podrían venir, precisamente, desde las tecnologías. No solo las soluciones referentes a la información, sino también hardware para las bodegas e incluso usos de inteligencia artificial que ayuden a procesar datos en menores tiempos, generando beneficios para los usuarios finales. ■



Saben identificar un colaborador valioso? o ¿son ustedes un colaborador valioso para la organización? Definir valioso puede ser complejo cuando se habla de seres humanos, sin embargo, las primeras luces de esta definición dicen relación con aquellas personas que se les reconoce por sus actos y palabras.

Así llegamos a lo que hoy es un colaborador valioso que es aquel trabajador que aporta con sus acciones al progreso y productividad de la compañía y también mantienen un mensaje y un actuar destacado con el entorno y sus compañeros. Además, cuenta con un pensamiento innovador y está constantemente evolucionando. Teniendo en cuenta estas virtudes es posible entender la mirada de las organizaciones hacia los “colaboradores valiosos”. La necesidad de contar con este tipo de profesional es fundamental para el éxito de la compañía y, por tanto, se deben realizar acciones tendientes a mantener y retener dicho vínculo laboral.

Por otra parte, alcanzar el reconocimiento de la empresa es vital para el desarrollo laboral del trabajador, pues en los últimos años, las demandas del mundo laboral se han transformado y los perfiles profesionales ya no son solo valorados por los conocimientos técnicos, sino que ahora factores como la comunicación, la gestión, la reactividad, la cercanía, el respeto y el compromiso son habilidades y cualidades que ayudan a marcar diferencias dentro de los procesos de reclutamiento y en la permanencia en los trabajos. Un concepto que nace en relación con lo anterior es “soft skills”, un término que hace referencia al talento personal de cada colaborador, los cuales, según Randstad, no están relacionadas con los conocimientos académicos, sino con el sentido emocional y la capacidad que tiene un individuo para desenvolverse con éxito en una compañía.

Entre estas soft skills destacan, por ejemplo: la comunicación efectiva, el pensamiento innovador y adaptable, la coordinación y el trabajo en equipo, la

NADA MARCA DIFERENCIAS AL INTERIOR DE UNA ORGANIZACIÓN COMO LO HACE UN BUEN EQUIPO DE TRABAJO, YA QUE CONTAR CON EL COLABORADOR ADECUADO ES LA PIEDRA ANGULAR DE UN SERVICIO ÓPTIMO Y DIFERENCIADOR. EN UN MERCADO COMPETITIVO COMO EL ACTUAL Y DONDE LA ROTACIÓN LABORAL ES IMPORTANTE; GENERAR ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE PERSONAL ES FUNDAMENTAL PARA DAR CONTINUIDAD A UNA OPERACIÓN EXITOSA.

RETENCIÓN LABORAL: ESTRATEGIA CLAVE PARA CONTAR CON UN COLABORADOR VALIOSO

inteligencia emocional y la capacidad de gestionar.

Sin embargo, es crucial entender que la clave para las organizaciones está en saber reconocer al colaborador valioso, respetarlo, impulsarlo, darle el espacio de desarrollo y así retenerlo para seguir avanzando en el camino del éxito, porque un equipo de colaboradores valiosos genera una organización valiosa.

IDENTIFICAR Y VALORAR

Y ¿quién no querría trabajar con colaboradores valiosos? Todas las organizaciones buscan a ese trabajador que marca diferencias, pero una vez ya contratado es el momento de retenerlo y es ahí donde los planes de atracción de talento y retención laboral cobran un papel crucial, sobre todo en mercados tan complejos y dinámicos como el actual, donde la competencia por el talento es fuerte.

Poner a los colaboradores como una prioridad imperante es fundamental para el éxito de cualquier empresa y ahí los líderes tienen una tarea importante. Los líderes que valoran y reconocen el papel clave de los colaboradores se benefician de un mayor compromiso, una mayor productividad, la retención de talento y

una ventaja competitiva. A través de acciones como la comunicación efectiva, el reconocimiento, el desarrollo profesional y el liderazgo inspirador, los encargados pueden convertir a sus colaboradores en un activo creciente y asegurar el crecimiento sostenible de su empresa.

Por tanto, los colaboradores desempeñan un papel fundamental en el logro de los objetivos de la empresa. Su compromiso, talento y capacidad de adaptación son recursos invaluable que los directivos tienen que reconocer y potenciar. Al poner a los colaboradores al centro de sus decisiones, los líderes pueden construir una cultura empresarial sólida, promover la innovación, mejorar el rendimiento y diferenciarse en el mercado.

PLAN DE RETENCIÓN

Generar un plan de retención profesional es esencial para mantener a los empleados comprometidos y reducir la rotación de personal. Lo anterior es fundamental en mercado actuales donde, ya no basta pensar que subir sueldos o aumentar los beneficios son formas de generar y estrechar vínculos con los colaboradores, ni tampoco resuelve el problema de fondo de la rotación. Un estudio del Observatorio del Contexto Económico de la Univer-



+20 años integrando soluciones tecnológicas para hacer más **eficiente y segura** la cadena de suministros



Mejora la gestión de tu operación



*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

sidad Diego Portales (OCEC-UDP) reveló que Chile es uno de los países con mayor rotación laboral dentro de la OCDE. Según las cifras de esta investigación, el 31,1% de los trabajadores dependientes en el país, es decir, aquellos con un contrato de trabajo, llevan un año o menos con su actual empleador.

Este fenómeno se repite en otra investigación realizada por WeWork y Michael Page, donde se encuestó a más de 10 mil trabajadores de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México para el estudio “Retos y perspectivas del trabajo: revelando las claves de la evolución laboral”, el resultado puso en evidencia que el 72% de los entrevistados lleva menos de tres años en su puesto de trabajo actual.

Esta realidad representa un desafío intangible que requiere atención urgente de las empresas y es ahí donde estas estrategias cobran valor, pues una alta rotación es una amenaza constante al mercado laboral.

Un programa de retención de personal es un grupo de estrategias y acciones que deben implementarse en conjunto para tener a los empleados más valiosos y promover su desarrollo y crecimiento dentro de la empresa.

En este sentido, este plan ofrece distintas acciones como: ofrecer oportunidades de desarrollo de carrera, proporcionar un ambiente de trabajo positivo, implementar un sistema de retroalimentación continua, entrenar a los gerentes de la organización para que sean mejores líderes y sepan motivar y retener a su personal, y ofrecer un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal, entre otros aspectos.

¿CÓMO GENERAR UN PLAN DE RETENCIÓN PROFESIONAL?

1 Análisis y Diagnóstico: La clave de este paso es poder evaluar la situación actual, a través de en-

cuesta de satisfacción laboral, análisis de rotación, entrevistas de salida; todo con la intención de identificar problemas y también oportunidades.

2 Definir objetivos: Se deben establecer metas claras en cuanto a las cifras de rotación que se quieren mejorar. Aumentar la satisfacción debe ser otra de las metas a alcanzar. También es la oportunidad de priorizar iniciativas.

3 Desarrollo de Estrategias: Aquí asoman acciones como compensación y beneficios como salario competitivo, beneficios adicionales, crecimiento profesional, capacitación y desarrollo, planes de carrera, el fomento de un buen ambiente de trabajo y acciones que vayan en línea con alcanzar el equilibrio vida-trabajo. Otra de las estrategias es el incentivo y bonificación por desempeño y logros.

4 Implementación: Para lograr los objetivos es primordial una buena comunicación y ahí la transparencia, el feedback continuo es clave. En cuanto a la ejecución se deben desarrollar planes de acción detallados para implementar las estrategias de retención. Establecer responsables y plazos y acordar un monitoreo y evaluación continua para pedir el progreso de las estrategias.

Un plan de retención profesional bien estructurado no solo mejora la satisfacción y la lealtad de los empleados, sino que también contribuye al éxito a largo plazo de la empresa; aspecto vital en la demanda industria logística que está marcada por su acelerado ritmo de trabajo y también. -en cargos operacionales- por la demanda física.

Entender, entonces, la importancia de diseñar un robusto plan de retención profesional es quizás el primer paso en un escenario donde el talento se ha convertido en una prioridad estratégica para las organizaciones y el área logística bien sabe de eso, pues los últimos años ha estado marcado por la demanda de su actividad

y a su vez por el “dolor de cabeza” que ha significado la rotación y escasez de trabajadores en sus procesos.

En un entorno donde la movilidad laboral es alta y las oportunidades abundan, retener a los empleados valiosos se ha vuelto más desafiante que nunca. Según estudios recientes, el costo de reemplazar a un empleado puede variar entre el 50% y el 200% de su salario anual, dependiendo del nivel de especialización del puesto. Este costo incluye no solo los gastos directos de reclutamiento y formación, sino también la pérdida de conocimiento y experiencia, la interrupción de proyectos y la disminución de la moral del equipo.

A medida que la competencia por el capital humano se intensifica, las empresas reconocen que mantener a sus mejores empleados no solo es crucial para el éxito a largo plazo, sino que también puede significar la diferencia entre liderar el mercado o quedarse atrás.

Por tanto, diseñar un plan de retención profesional efectivo es esencial para asegurar la continuidad, productividad y competitividad de una organización. Esto no es solo una buena práctica, es una necesidad en el entorno empresarial actual. Las empresas que invierten en la retención de talento no solo reducen costos y mejoran la productividad, sino que también fortalecen su cultura organizacional y aumentan su competitividad en el mercado. En última instancia, un enfoque proactivo y estratégico para retener a los empleados puede ser la clave para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de cualquier organización.

Por tanto, retener a los colaboradores valiosos no es solo una estrategia empresarial inteligente, es una inversión en el futuro de su organización. Al centrarse en el bienestar, el desarrollo y el reconocimiento de sus empleados, no solo asegurará su permanencia, sino que también cultivará un equipo altamente motivado y productivo que impulsará su empresa hacia el éxito. ■



Tranquilidad

En Transgamboa ofrecemos un servicio premium de excelencia para **tu carga valorada y sensible**. Sabemos que tu tranquilidad y seguridad no tiene precio, confía tu carga en nosotros.

WWW.TRANSGAMBOA.CL 

 [@transgamboa](https://www.instagram.com/transgamboa)  [/transgamboa](https://www.linkedin.com/company/transgamboa)



BODEGAS
SAN FRANCISCO

BODEGAS
SAN FRANCISCO

Grey Intelligence
en el negocio

Clampet
BACE
BENTAL

LAY
PREP



WEB LOGÍSTICA | RRHH

stgo Sistema



GreyOrange



Put to Light

Put to Light

Put to Light



MRS



Put to Light





EL PASADO 15 Y 16 DE MAYO SE REALIZÓ LA OCTAVA VERSIÓN DE ESTE ENCUENTRO QUE REUNIÓ A MÁS DE 4 MIL ASISTENTES. LOS AVANCES TECNOLÓGICOS HICIERON GALA EN ESTA OPORTUNIDAD, DONDE LA MIRADA SE CENTRÓ EN LA MEJORA CONSTANTE DE LA OPERACIÓN Y EN LA BÚSQUEDA DE LA EFICIENCIA A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA.

ÉXITO TOTAL: LOGISTEC SHOW 2024 SE LLENÓ DE TECNOLOGÍA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

La tecnología, la automatización y las soluciones robóticas para la cadena de suministro se tomaron Logistec Show 2024. El evento que se realizó el pasado 15 y 16 de mayo, en el centro de eventos Espacio Riesco, se consolidó en esta octava versión como el encuentro más importante del sector en Chile y la Región.

Entre las novedades presentadas, se destacaron tecnologías de vanguardia como robots AGV y AMR, correas transportadoras, brazos telescópicos y camiones eléctricos. La inteligencia artificial ha sido una protagonista clave, mejorando la optimización de inventarios, la planificación de rutas y la visibilidad en la cadena de suministro.

Así, más de 4500 ejecutivos de la industria logística se dieron cita para conocer las novedades de los principales proveedores del sector; cuyo interés confirma el rol e importancia que tienen la logística para el éxito y desarrollo de las distintas compañías. Profesionales, empresas de la logística y la cadena de suministro, incluyendo gerentes, directores de operaciones, y proveedores de tecnología logística aprovecharon esta instancia de networking con importantes oportunidades. Del punto de vista ferial, más de 75 empresas expusieron sus avances, sus

soluciones, sus conocimientos y sus equipos, demostrando el inmenso desarrollo de este sector en Chile. En el marco del evento se desarrolló además un ciclo de charlas con importantes relatores que fueron ahondando en distintas temáticas que mueven hoy al sector y que genera interés para apuntar al desarrollo futuro de la logística y cadena de suministro global. Logistec Show se consolidó como el encuentro de la logística chilena. El nivel de expositores, visitantes y relatores que tiene forma a este encuentro, lo transforman en el evento más importante para la industria logística y de supply chain en Chile.

“El respaldo de los sponsors y de cada uno de los expositores a Logistec Show es la clave de nuestro éxito. Organizamos este evento con la finalidad de entregar una instancia de encuentro entre proveedores y clientes; y eso se cumple. Vemos las oportunidades comerciales que se les abren a nuestros expositores y eso nos deja muy contentos y confiados de contar con ellos para la próxima versión de Logistec Show 2025”, comentó Paula Cortés, directora comercial Logistec.

Revisa lo que fue Logistec Show 2024, a través de estas fotografías. Mayo se transformará, sin duda, en el mes de la logística chilena y por eso ¡nos reencontramos en mayo 2025! ■



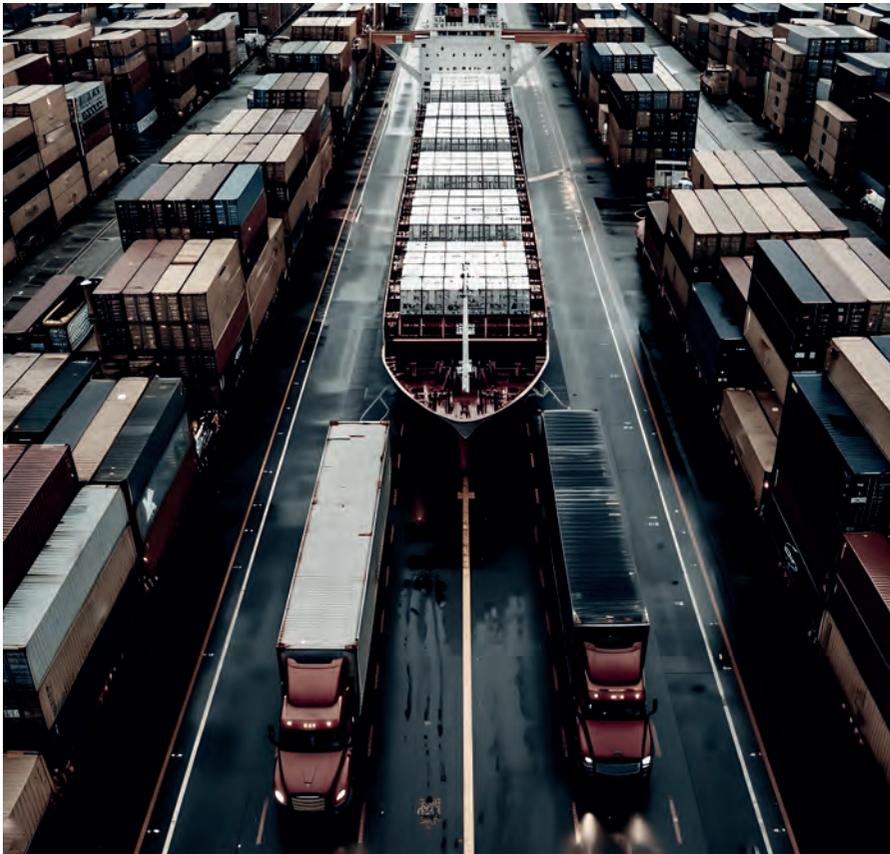


LOGISTICS SHOW

Powered by *Revista Logistec*

LA EJECUTIVA ASUMIÓ LA GERENCIA GENERAL DE ALOG EN ABRIL PASADO Y DESDE ESA POSICIÓN ANALIZA EL MOMENTO DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA, DESTACANDO LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTA Y EL VALOR DE TRABAJAR UNIDOS POR EL DESARROLLO GENERAL DE LA CADENA, EN BENEFICIO DEL PAÍS, CONSIDERANDO QUE “CHILE ES 100% LOGÍSTICO”.

“LA ACTUALIZACIÓN SISTÉMICA Y LA SEGURIDAD SON LOS PRINCIPALES DOLORES DE LA LOGÍSTICA NACIONAL”



84

En abril pasado, Cynthia Pere-sic dejó la gerencia general de la Asociación Logística de Chile, luego de 16 años a la cabeza de la entidad gremial

que tiene por objetivo central potenciar y promover el desarrollo de la logística nacional. Tras la salida de la ejecutiva se viven nuevos aires con la llegada de Ana María Mazza como nueva gerente gene-

ral, quien llega respaldada por años de experiencia y conocimiento en la gestión de la cadena de suministro.

Para conocer su mirada, sus desafíos y los principales objetivos de su gestión, Ana María conversó con Logistec, oportunidad en que se refirió al escenario post pandémico de la industria, sus retos y a la necesidad de mirar de modo colaborativo el desarrollo de este sector.

“Juntos somos más fuerte”, así declaró la ejecutiva al referirse al rol y aporte de ALOG como entidad gremial, entendiendo que “la voz de los distintos actores del mercado logístico chileno cobra mayor potencia y fuerza para ser escuchada cuando es en grupo y no una aventura en solitario. Los problemas, los dolores y los retos de uno son también los de otro y esa mirada como industria es fundamental para dar pasos en la mejora de la actividad, en sus distintas dimensiones, pública y privada”.

Ana María posee estudios de economía de la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza, Argentina) y en el ámbito laboral cuenta con una amplia y reconocida trayectoria, de más de 30 años, liderando equipos multidisciplinarios en empresas del rubro freight forwarder a nivel nacional e internacional, entre las cuales se cuentan: Fastmark Cargo, ASD Air & Ocean Freight LLC y TIBA Chile. Esta trayectoria le permite entender, comprender, analizar y proyectar los retos y las oportunidades de la industria logística.

¿CÓMO DEFINIRÍAS EL MOMENTO DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA?

La industria viene de un momento donde se vio muy beneficiada, en términos de posicionamiento y también comercial, debido a la pandemia. Nadie imaginó los desafíos que tendríamos como sector. Ahora enfrentamos los coletazos y ajustes de la vuelta a la normalidad. Hubo un boom de compra, porque la gente estaba gastando, lo que ha generado hoy un

ajustes, por ejemplo, en los niveles de stock que generan que hoy haya menor carga. Del punto de vista internacional, China se ha activado y con eso mueve al mundo. Entonces, dados los volúmenes, las navieras tienen ahí sus ojos. Otro punto a analizar -y que se relaciona estrechamente con la industria- es la economía y en ese sentido es evidente que a nivel global todo está más contraído.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS DEL SECTOR?

Los distintos actores de la industria enfrentan un año complejo, pero la tarea central es avanzar en alcanzar el equilibrio logístico; con todo lo que eso conlleva en términos globales y locales. También debemos hacer frente a los vaivenes de la economía local con inflación, IPC, ajustes salariales, cifras de consumo, etc. Sin duda, el principal desafío está en mantener la estabilidad de los costos logísticos. Para algunos las alzas en los valores son ganancias, pero en términos de país son un costo y sobre todo para los consumidores; y en tiempos económicamente complejos es vital mantener eso a raya. Esperamos que todo se vaya estabilizando de cara al 2025, en términos, por ejemplo, del índice de movimiento de mercancía, pues eso activa a los distintos actores de esta cadena.

LOS PRINCIPALES DOLORES DE LA INDUSTRIA

La seguridad es sin duda el principal dolor que tenemos como sector, ya que ha obligado a muchos a cambiar su forma de operar y también a realizar inversiones para mejorar la seguridad de la operación e instalaciones. Ejemplo de esto, es lo que sucede con el tercer turno que ha dejado de operar en muchas organizaciones y eso ralentiza la operación, dificultando el cumplimiento de los plazos. Otro problema local son los software que se utili-

zan y que se supone agilizan la actividad como es la ventanilla única. Lamentablemente, muchos de estos sistemas no funcionan, impidiendo tener procesos de comercio exterior integrados digitalmente. Nos estamos quedando atrás en la actualización del sistema.

¿QUÉ OPINAS DEL NIVEL DE INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA EN CHILE?

Chile es geográficamente complicado. Las carreteras son buenas, pero existen zonas muy distantes y llegar ahí genera un costo logístico, por lo tanto, la gente que vive en estas zonas no tiene aún el acceso a los bienes como en las principales ciudades. Encuentro que el tema del cabotaje debería, desde mi punto de vista, abrirse un poco más para que todos esos lugares que están muy inhóspitos les lleguen cosas de verdad. El tren también debería ser una opción que considerar.



Ana María Mazza
Gerente General
Alog Chile

En cuanto al desarrollo portuario, Chile es el país más especial, ya que su situación de apertura comercial al mundo lo obliga a poner más atención a su índice de competitividad logística. Como país, debemos ocuparnos seriamente del esquema portuario a fin de no quedarnos rezagados frente a otros puertos sudamericanos que están tomando protagonismo, tales como el Callao en Perú.

¿QUÉ ESPERAS DE TU LLEGADA A ALOG?

Con mi llegada espero darle un refresh a la Asociación. Darle una nueva mirada y empuje a lo que veníamos haciendo. Tenemos muchas cosas más por hacer y queremos pensar que los cambios son siempre una oportunidad para avanzar.

Queremos hacernos notar, escuchar y ser parte de todo el proceso de mejora que requiere la logística. Buscamos empujar el desarrollo del sector, desde nuestra representatividad. Nuestros socios nos permiten tener una mira amplia de la industria, conocer los retos y desafíos de los distintos eslabones de la cadena y eso es lo que queremos difundir para ir avanzando en el desarrollo de esta industria que nos impacta a todos.

Y EN ESE SENTIDO, ¿CUÁL ES EL VALOR DE ESTAR ASOCIADO?

Es fundamental, porque es la única forma en que nos podemos hacer escuchar. Hay mucha dispersión. Nadie 'le pone el cascabel al gato' y, por tanto, alguien tiene que aglutinar a toda la gente para hablar en nombre del sector y defender los derechos que tienen, porque uno solo no puede ir a hacerlo. Por tanto, es fundamental, el rol de la Asociación para contribuir a que Chile sea más competitivo a nivel logístico para que así todos ganemos una logística más transparente, más limpia, más rápida y mucho más competitiva.

ENTENDIENDO EL ESCENARIO ACTUAL, ¿CUÁL ES EL FOCO PRINCIPAL DE ALOG?

Es llegar a tener una autoridad que regule la logística en Chile, ese es el foco de nosotros. Una entidad que de verdad regule la logística completa y que se dedique solo a esta actividad. Hoy en día, el tema logístico está súper atomizado, tenemos autorizades del Ministerio del Interior que ve todos los temas de seguridad, está la Aduana que ven todo lo que tiene que ver con el Comex y, por el otro lado, el Ministerio de Transporte y también el MOP, en toda la infraestructura. El objetivo es aglutinar todas las partes y llegar a consensos y acuerdos. El objetivo de ALOG es ayudar a ver que este es un país 100 % logístico que vive del Comex. ■

Las principales conclusiones que arrojó el estudio “State of Logistics 2024” (SOL24) para las empresas de logística en Chile, indican que un 35,90% buscan establecer la calidad de servicio al cliente como la principal clave de rendimiento de su servicio; en tanto, un 46,15% destaca la relevancia que tiene el monitoreo en tiempo real para los transportes, como medida de seguridad y cerca de la mitad de los encuestados asegura estar abierto a adoptar nuevas tecnologías, para buscar oportunidades de mejora.

La encuesta -desarrollada junto al Tecnológico de Monterrey y el respaldo de la Asociación de Profesionales en Logística, Operaciones y Cadena de Suministros (APLOG)- buscó realizar un análisis profundo para entender los desafíos y tendencias de la logística actual, consideró un universo superior a 300 empresas provenientes de todo Latinoamérica.

“Esta iniciativa apunta a que el sector privado avance a tomar decisiones basadas en datos y con una perspectiva clara, que es algo que adolece la cadena logística”, comentó Álvaro Echeverría, CEO y cofundador de SimpliRoute.

LAS MÉTRICAS EN CHILE

En cuanto a las claves del rendimiento de sus servicios, la principal métrica para esto es la atención al cliente (35,90%), seguido de tiempo de entrega (33,33%), costo total de la cadena de suministro (20,51%) y exactitud de inventario (10,26%).

Por otro lado, respecto a la adopción de nuevas tecnologías en la industria, de los encuestados en Chile, el 46,15% indicó estar muy abiertos a buscar nuevas oportunidades de mejoras de la mano de nuevas soluciones; un 23,08% expresan cautela y evaluación cuidadosa; un 17,95% expresa ser neutral, sin una posición clara al respecto; mientras que un 12,82% sostiene que prefieren mantener sus proce-

LA SCALEUP CHILENA SIMPLIROUTE, JUNTO CON EL TECNOLÓGICO DE MONTERREY Y LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES EN LOGÍSTICA (APLOG) PRESENTARON LOS NÚMEROS PARA CHILE DE LA PRIMERA ENCUESTA LATINOAMERICANA A EMPRESAS Y ACTORES DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA A NIVEL CONTINENTAL.

LOGÍSTICA EN CHILE: NIVEL DE ATENCIÓN A CLIENTES, ADOPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MONITOREO EN TIEMPO REAL

esos existentes. En esta línea, los planes de adopción de las tecnologías y transformar las operaciones al mundo digital en los próximos años (período de 3 años), los encuestados sostuvieron deben evaluar y seleccionar tecnologías de forma continua (28,21%); seguido de la implementación de sistemas con inteligencia artificial (IA) para la toma de decisiones (20,51%), en tanto que en tercer lugar (17,95%) buscarán establecer equipos dedicados a la innovación tecnológica.

Por otro lado, respecto a los principales desafíos a enfrentar en los procesos logísticos presentes y futuros, un 33,33% de los participantes de State of Logistics indicó que son los problemas de la tecnología y automatización. Luego, con un 23,08% comparten preferencias la eficiencia del transporte, como también los retos de la cadena de suministro global. En el último escalafón, con 20,51% están los problemas de gestión de inventario.

Adicionalmente, respecto a la sostenibilidad y las medidas que implementarán para garantizar esto en sus operaciones de transporte, 38,46% de los participantes en Chile reveló que colaborarán con transportistas sostenibles; 35,90% integrarán prácticas de logística inversa para reducir residuos; 12,82% usarán embalajes

eco amigables; mientras que 10,26% promocionarán el transporte multimodal.

EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

A nivel continental, State of Logistics 2024 levantó una serie de informaciones, que antes no habían sido identificadas. Las principales corresponden a la colaboración con proveedores de logística de terceros (3PL), donde el 41,46% de los encuestados utiliza servicios de 3PL para transporte y distribución, lo que sugiere que muchas empresas recurren a terceros para contrarrestar los problemas identificados en estas áreas.

Por otro lado, sólo el 10,8% utiliza vehículos eco-amigables, lo que puede estar relacionado con el alto porcentaje de tercerización de esta actividad. Además, el 31,01% está considerando utilizar servicios de 3PL en al menos una actividad, mientras que solo el 17,07% prefiere mantener todas las operaciones internamente.

En tanto, cuando se trata de externalizar funciones logísticas, el criterio más importante para las empresas es la confiabilidad y el cumplimiento de plazos, con un 34,6%.



EVOLÓG

Proyectos de Almacenamiento y Seguridad



Descubre las soluciones que pueden transformar tu centro de distribución.



Visítanos!

www.evolog.cl
contacto@evolog.cl



MINDUGAR ESTRECHA SU VÍNCULO CON LA LOGÍSTICA CHILENA EN LOGISTEC SHOW 2024

Mindugar empresa chilena líder en soluciones de almacenaje y automatización, saca cuentas alegres de su participación en la recién pasada, Logistec Show 2024, evento que reunió a la industria logística chilena.

El éxito radica principalmente en la oportunidad de acercar sus soluciones, equipamientos e innovaciones a la industria, exponer su conocimiento sobre el mercado, estrechar lazos comerciales con sus clientes y realizar, por supuesto,



networking con importantes ejecutivos del área que asistieron al evento, el pasado 15 y 16 de mayo, en Espacio Riesco.

Con un stand de más de 90m², Mindugar hizo gala de sus principales atributos: el conocimiento y la innovación. Su participación en la feria también fue una oportunidad para aportar conocimiento a la industria, a través de importantes charlas que realizaron dos

de los gerentes de la empresa: Bernardo Ossandón habló sobre la preparación de un caso para el negocio de la automatización y Juan Francisco Ruiz, por su parte, ahondó sobre la evolución del almacenaje tradicional al AS/RS. Las presentaciones captaron la atención de los asistentes, logrando una gran recepción y abriendo oportunidades para seguir profundizando en los temas.

Finalmente, Mindugar obtuvo el reconocimiento como ¡Sponsor destacado! El galardón, entregado por la organización de Logistec Show, tuvo por finalidad destacar la participación, la puesta en escena y la constante colaboración de la compañía en la preparación y éxito de esta feria.

EMOTRANS CHILE CUENTA CON NUEVA BRANCH MANAGER EN ANTOFAGASTA

Nuevos aires se viven en la sucursal de EmoTrans en Antofagasta con la llegada de Belinda Salazar como nueva gerente de la oficina en esta ciudad, cargo que asumió el pasado mes de marzo.

Belinda posee más de 6 años de experiencia en la industria del comercio y la logística internacional. Lo cual le ha permitido desarrollarse profesionalmente en distintas áreas y compañías del rubro nacional como internacional.



La nueva Branch Manager de Antofagasta se graduó de la Universidad Nacional Autónoma de México como licenciada en relaciones exteriores y asuntos internacionales, además de estudiar idiomas. Su último desafío fue Liderar al equipo comercial y fortalecerlo, tanto en productos aéreo, marítimo y terrestre de la zona norte.

El robustecimiento de los equipos viene a potenciar el rol de EmoTrans en la industria como especialista en logística, importaciones áreas y marítimas; industrias mineras (Mining Express Services) e industria en general; proveedores PYMES, energías renovables: solar y eólica; electro movilidad; ciencia y tecnología en plantas desalinizadoras y tratamiento de aguas marinas. Vuelos directos y servicios NFO (Next Flight Out).

Desde la compañía se declararon confiados de que la incorporación de Belinda será un tremendo aporte para EmoTrans Chile y también para los clientes, desde la sucursal ubicada en la capital regional y puerto principal de la zona norte del país.

ALUTIPO PRESENTE EN LA PRUEBA PILOTO DE OPTIMIZACIÓN EN REGIONES

En un esfuerzo por mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente, el principal e-Commerce latinoamericano ha implementado una prueba piloto en sus centros de servicio en las regiones de Chile. La iniciativa se centra en diseños con perfil de aluminio estructural destacando los siguientes puntos:

Mesas de Empaque Ergonómicas: Las mesas de empaque han sido rediseñadas para optimizar la ergonomía de los operadores. La altura, el ángulo y la disposición de las mesas se han ajustado para reducir la fatiga y mejorar la productividad.

Flow Rack Livianos: Los flow racks, utilizados para organizar y transportar productos, ahora son más ligeros y fáciles de maniobrar. Esto permite una distribución más rápida de los artículos y reduce el tiempo de manipulación.

Mesas de Etiquetado Eficientes: Las mesas de etiquetado han sido diseñadas para agilizar el proceso de etiquetado y embalaje. La disposición lógica de los materiales y la integración con sistemas automatizados mejoran la fluidez de la operación.



Además, la empresa se enorgullece de cumplir con los principios del método Lean al eliminar el tiempo muerto en el centro de servicio. Los operadores ahora pueden concentrarse en tareas de valor agregado, lo que ha resultado en una disminución significativa en los tiempos de manejo.

Esta prueba piloto demuestra el compromiso de la empresa con la innovación continua y la mejora de sus operaciones logísticas. Si los resultados siguen siendo positivos, se espera que estas soluciones se implementen a gran escala en toda la organización.

ICESTAR SUSCRIBE ACUERDO PARA LA COMPRA DE MEGA FRÍO CHILE

La empresa de almacenamiento en frío y soluciones logísticas refrigeradas, IceStar, suscribió un acuerdo para la compra de Mega Frío, compañía perteneciente al holding Red Megacentro, actor importante en rentas inmobiliarias industriales. El cierre de la operación está sujeto a la correspondiente aprobación por parte de la Fiscalía Nacional Económica (FNE) y al cumplimiento de ciertas condiciones propias de la transacción.

El CEO de IceStar, Francisco Moura, destacó que “este acuerdo es un paso importante que confirma nuestro objetivo de aportar al desarrollo del almacenamiento en frío y soluciones logísticas en Chile. Queremos ser reconocidos como un socio confiable de la industria de alimentos y de las empresas en la tarea de almacenar y manejar productos a temperatura controlada”.

Para el gerente general de Megacentro, Claudio Chamorro, de concretarse “la venta de esta unidad de negocio es un paso importante en el camino que ha emprendido la compañía de concentrarse en su core business (desde parques logísticos con bodegas built to suit hasta mini bodegas para empresas, emprendedores y personas) y seguir reduciendo su endeudamiento”.

Fundada en Chile en 1999, IceStar -que pertenece al fondo brasilero Patria In- vestimentos- cuenta con dos plantas operativas en la Región Metropolitana. La primera está situada en la comuna de Buin y la segunda en Quilicura. En esta última se inauguró recientemente la expansión de sus instalaciones de temperatura controlada.

Por su parte, Mega Frío es un operador logístico integral especialista en la cadena de frío de productos alimenticios, ofreciendo un completo espectro de servicios para el manejo de productos alimenticios congelados y refrigerados (entre ellos, almacenamiento en frío y transporte en frío).

ATRAIGAMOS EL TALENTO DE NUEVAS GENERACIONES INVOLUCRANDO A ESTUDIANTES EN PROBLEMÁTICAS REALES DE LOGÍSTICA

De acuerdo con mi experiencia, las nuevas generaciones buscan una conexión profunda con la institución en que canalizarán su talento y aplicarán los conocimientos adquiridos en su carrera. Entre las muchas opciones para desarrollar su vida profesional se encuentran Retail, Minería, Finanzas, Energía, Turismo, y más.

En este escenario de múltiples ofertas, la logística, a pesar de ser esencial para el correcto funcionamiento de estos sectores, suele permanecer invisibilizada. Por ello, es crucial buscar formas efectivas de atraer nuevos talentos a nuestra industria. En Conecta Logística nos hemos propuesto hacerlo mostrando a los estudiantes los desafíos y oportunidades del sector durante su formación académica. Un ejemplo es la iniciativa “Ciclo de Charlas en la Academia”, en la que colaboramos con el Supply Chain Council Chile (SCCC) y distintas universidades comprometidas con el desarrollo logístico de Chile.

Pero quisimos ir más allá y nos propusimos motivar a los estudiantes para que resuelvan problemas reales usando datos. Así, durante el primer semestre del 2024, lideramos el piloto “Datathon Logística”, en el que estudiantes se enfrentaron al desafío de estimar el porcentaje futuro de paquetes no entregados exitosamente en la región metropolitana.

Para ello utilizaron información real aportada por empresas afiliadas a Conecta Logística. En esta primera edición colaboramos con el Departamento de Ingeniería de Transporte y Logística de la Pontificia Universidad Católica, y recibimos el apoyo del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y Corfo. Además, tuvimos el patrocinio de CCU, Blue Express e ICB.

Esta iniciativa es un claro ejemplo de cómo podemos atraer talento de forma temprana. Durante las cinco horas del evento, los participantes identificaron los patrones temporales de la demanda de despachos a domicilio, lo que posteriormente pudieron comprobar en conversaciones cercanas con ejecutivos de Blue Express e ICB.

Esto generó una conexión profesional que los motivará a involucrarse en la industria cuando terminen su carrera, lo que no solo beneficia a los estudiantes, sino que



también asegura un flujo constante de ideas nuevas y enfoques innovadores para mejorar continuamente nuestras operaciones logísticas.

Uno de los aprendizajes destacados fue la necesidad de encontrar modelos ágiles que posean un equilibrio entre los tiempos acotados que enfrenta la industria y el análisis riguroso promovido por la academia. Este aspecto fue fundamental para elegir a los ganadores, que fueron invitados a un almuerzo con ejecutivos de Blue Express y conocieron cómo opera su centro de distribución para satisfacer las exigentes demandas generadas por el comercio electrónico.

En Conecta Logística nos gustaría que otras instituciones y empresas se sumaran a este tipo de iniciativas. Así como existen desafíos relacionados con la distribución de paquetes en ciudades densamente pobladas, también los hay en el almacenamiento de productos, las operaciones de comercio exterior en los puertos del país y el transporte de mercancías entre

ciudades. De esta forma, los estudiantes pueden involucrarse tempranamente con el rubro y podemos avanzar, a través de la colaboración, en atraer nuevos talentos que mejorarán la logística de Chile.

Lectura de foto: “Jóvenes estudiantes que fueron parte de la Datathon Logística, junto al equipo de Conecta Logística y representantes de las empresas colaboradoras CCU, Blue Express e ICB”.

José Ignacio Sanhueza, Gestor de Proyectos de Inteligencia de Datos de Conecta Logística



ALOG CHILE PRESENTA NUEVO DIRECTORIO 2024



El pasado jueves 18 de abril, en el Salón Araucano del Hotel Radisson Blu, ALOG Chile A.G. celebró su Asamblea Ordinaria Anual de Socios, instancia en la cual se relevaron los principales hitos de la entidad gremial durante 2023 y se efectuó el proceso de Votación 2024, mediante el cual se eligió a cinco nuevos miembros del Directorio ALOG Chile A.G. para el periodo 2024-2026. En dicha instancia, también se desarrolló el proceso de consulta Apruebo/ Rechazo de los Estados de Financieros 2023 y del Presupuesto 2024 de la Asociación. En torno al proceso electoral, de un Padrón Electoral Total de 75 socios (73 socios activos y 2 socios independientes) se alcanzó un total de 44 votos válidamente emitidos, lo que corresponde al 58,6% del padrón.

En cuanto a los resultados finales de la votación, cabe destacar que los cinco nuevos miembros del Directorio ALOG Chile A.G. periodo 2024-2026 electos fueron:

Jorge Nazarala Nazer. MERCADO LIBRE: 26 Votos • **Ignacio Alcalde Bazán.** TW LOGÍSTICA: 23 Votos • **Juan Marcos Mancilla Medina.** EMPRESA PORTUARIA DE VALPARAÍSO: 20 Votos • **Phillip Schaale Simpferndörfer.** SITRANS: 19 Votos • **Neil Taylor Montgomery.** PAL GROUP. 19 Votos. En cuanto a la consulta Apruebo / Rechazo de los Estados Financieros de ALOG Chile 2023, con un

total de 43 votos, este ítem fue aprobado. En lo referido a la consulta Apruebo / Rechazo del Presupuesto ALOG Chile A.G. 2024, este ítem fue aprobado con un total de 44 votos.

ELECCIÓN DE CARGOS DIRECTORIO ALOG CHILE 2024 -2025

Tras las elecciones desarrollados en el marco de la Asamblea Ordinaria de Socios de ALOG Chile, el pasado jueves 16 de mayo, en el marco de la Primera Sesión de Directorio, correspondiente al periodo mayo/2024 – mayo/ 2025, se desarrolló la elección de la Mesa Directiva del órgano. Así, la Mesa Directiva de la Asociación Logística de Chile para el periodo 2024-2025 quedó conformada de la siguiente manera:

- Presidente: **Neil Taylor Montgomery,** Gerente General de Pal Logistics • Primer Vicepresidente: **Raimundo Prieto Reyes,** Gerente de Operaciones de Bodegas San Francisco • Segundo Vicepresidente: **Juan Marcos Mancilla Medina;** Empresa Portuaria de Valparaíso • Director Tesorero: **Ignacio Alcalde Bazán,** Gerente General Corporativo de Empresas TWL • Director Secretario: **Phillip Schaale Simpferndörfer,** Gerente General de Sitrans • Directora: **Daniela Oliva Pequeño:** Gerente General Pluscarga Chile • Director: **Felipe Barison Kahn:** Gerente General Saam

Logistics • Director: **Francisco Valdivia Leóz :** Gerente de Logística de Agunsa • Director: **Jorge Nazarala Nazer:** Gerente de Operaciones de Mercado Libre • Director: **Pedro Frioli García:** Gerente General D&C Group.

NEIL TAYLOR, PRESIDENTE ALOG CHILE A.G.

Por tercer año consecutivo, Neil Taylor Montgomery, Gerente General de Pacific Anchor Line – PAL Logistics, resultó electo entre sus pares para presidir el Directorio de ALOG Chile A.G. En esta línea, cabe destacar que Taylor, cuenta con vasta experiencia en la gestión logística en empresas nacionales y multinacionales, ya que se ha desempeñado en diversas áreas de la industria, entre las que destacan: transporte terrestre, almacenamiento, servicios de distribución, planificación logística y certificación de calidad, entre otros.

En el plano Internacional, desde 2012, el reelecto presidente del Directorio de ALOG Chile A.G. es miembro del Comité Marítimo de la Federación Internacional del Transporte (International Federation of Freight Forwarders Associations- FIATA). Entre 2017 y 2023 formó parte del Extended Board of Directors de la Federación y en octubre de 2023 resultó electo Tesorero de esta, ingresando -con ello- a la cúpula directiva de entidad internacional.

TRANSGAMBOA BRINDA TRANQUILIDAD A SUS CLIENTES

En Chile, lamentablemente, los problemas de delincuencia han atravesado a todas las industrias. Cada vez es más complejo para empresas de comercialización y logística trasladar carga y hacerlo de forma eficiente y segura.

“En Transgamboa creamos un servicio, cuyo foco está en el compromiso con la carga y la personalización del servicio, lo que entrega tranquilidad al cliente para que se focalice en lo suyo. Nos destacamos por ser un servicio premium, donde nos preocupamos que su carga llegue siempre a destino”, explica David Miranda, Gerente General de Transgamboa.

La empresa lleva años invirtiendo en la mejor tecnología e infraestructura de seguridad, con un producto muy particular como son los camiones blindados



y con atributos inherentes a la actividad que los caracteriza en la industria, con un altos estándares de calidad en todos sus servicios.

“Lo que en Transgamboa ofrecemos es tranquilidad. Queremos de verdad que nuestros clientes confíen su carga en nosotros y se queden tranquilos que hacemos lo que está a nuestro alcance para que llegue a destino de manera normal. La tranquilidad ante un contexto tan complejo

no tiene precio. En Transgamboa trabajamos día a día para lograr ese objetivo”, apunta el ejecutivo.

UNA MIRADA A LA DIGITALIZACIÓN MÁXIMA: ESPEJOS INTELIGENTES LLEGAN A CHILE PARA INNOVAR LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

El cuento de Blancanieves parece haber sido una predicción del futuro. La frase célebre de la madrastra malvada, diciendo “espejito, espejito” para que le mostrara lo que ella quería ver hoy no está lejos de la realidad: llegaron los nuevos espejos interactivos para el retail chileno.

Con una medida de 140 centímetros de largo por 70 centímetros de ancho, las soluciones que aterrizaron al país de la mano de STG, prometen revolucionar la experiencia de los clientes en tienda.

“Aunque este tipo de tecnología era vista en países de Europa, esta no se combinaban con la verdadera experiencia phygital. Lo que hoy en día estamos presentando es toda una novedad que se basa en la figura de las personas que están frente al espejo para que puedan medirse una prenda, cambiar color y/o talla, sin necesidad de salir del probador o solicitar ayuda”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.



El espejo interactivo o inteligente cuenta con tecnología RFID, permitiendo al usuario mirar el producto (ropa, zapato o accesorio) y cambiar digitalmente el color y la talla.

Además de armar combinaciones con otros productos de la tienda. Pero también es una herramienta de precisión de inventario al mostrar la disponibilidad en tiempo real.

BSF ESTRECHA SU VÍNCULO CON LA INDUSTRIA EN LOGISTEC SHOW 2024

Vincularse con la industria y estrechar lazos con sus clientes fue el objetivo de Bodegas San Francisco al participar en la última versión de Logistec Show 2024.

Según la empresa este evento le permitió compartir con los asistentes y clientes, donde pudo nutrirse con información valiosa que les permite seguir mejorando y ofrecer soluciones cada vez más ajustadas a las demandas del mercado. Dar a conocer el abanico de servicios complementarios y los atributos que hacen únicas a sus bodegas fueron el foco de su participación.

Otro de los momentos importantes durante el evento fue la charla impartida por Raimundo Prieto, titulada “Seguridad en BSF, recomendaciones y puntos de alerta”, donde compartió valiosas recomendaciones sobre seguridad, basadas en la amplia experiencia en BSF.

Raimundo explicó detalladamente cómo se implementaron diversas medidas para garantizar la seguridad de los clientes y sus mercancías. Además, se adjuntó un documento, donde los interesados pueden encontrar datos precisos y prácticos sobre las mejores prácticas en seguridad que se aplican en sus instalaciones.



El stand de Bodegas San Francisco se convirtió en un punto de encuentro relajado y distendido para conversar y compartir ideas. Además fueron reconocidos por la organización de Logistec Show como “Sponsor Destacado” por el despliegue en la feria y el constante apoyo.

Finalmente, BSF recalcó que como compañía siempre busca entregar lo mejor de ellos a sus clientes y a las comunidades que los rodean y esta versión de la feria no fue la excepción.

AR RACKING IMPLEMENTA POSICIONES DE PALLETS EN ICESTAR EN CHILE

AR Racking ha completado un gran proyecto para Icestar, líder en almacenamiento de productos congelados y refrigerados en Chile, instalando 12.000 posiciones de pallets con planes de expansión a 40.000 para 2024 y 2025. Este proyecto respalda el crecimiento y la excelencia operativa de Icestar, consolidando su posición en el sector logístico chileno.

Juan Andrés Morales, Gerente de Procurement de Icestar, destacó la asociación con AR Racking por su prestigio y compromiso, mejorando la eficiencia operativa de Icestar y posicionándola para un crecimiento continuo.

El proyecto optimizó la capacidad de almacenamiento de Icestar, incrementando la eficiencia y capacidad en su centro de Santiago.

Además, Icestar está construyendo un nuevo centro de almacenamiento en Coronel, con capacidad inicial de 16.000 pallets congelados, expandiéndose a 40.000 en 2025, nuevamente en colaboración con AR Racking. Estas iniciativas refuerzan la posición de Icestar como líder del mercado.



WINS CHILE: ¡UN VIAJE LLENO DE APRENDIZAJE Y NUEVAS CONEXIONES!

En esta oportunidad estamos emocionadas de contarte todo lo que hemos avanzado en nuestra comunidad de Winsas desde nuestra constitución como directiva 2024. ¡Revivamos juntos los momentos más destacados!

Visitas técnicas:

PLANTA CEP (COURIER, EXPRESOS Y PAQUETERÍA) DE CORREOS DE CHILE:

La instancia fue organizada por nuestras directoras Sandra Vallejos y Gabriela Yáñez y nos recibieron María Elena Cooper, Gerente de Asuntos Corporativos; Erick Cartes, Subgerente de Operaciones y Mauricio Vázquez, Gerente de Operaciones, quienes nos mostraron las instalaciones y sus procesos. Aproximadamente un 34% de la dotación total de la empresa son mujeres, donde sus más altos cargos están liderados por Gloria Maldonado, presidente del directorio y Tania Perich, Gerente General.

Ferías y eventos:

LOGISTEC SHOW 2024: Por segundo año consecutivo, tuvimos el honor de ser invitadas a participar en este evento (en el stand C2) que se realizó el pasado 15 y 16 de mayo. Fue una experiencia enriquecedora en networking con socias y nuevas empresas interesadas en generar alianzas. Además, Nina Bello brindó una inspiradora exposición en el hub 1, y junto a Alexandra Momberg, socia Wins y Grte. en Eprime Consultoría y la empresa Virtual Brain, ofrecimos una experiencia de realidad virtual sobre el acoso laboral, generando conciencia sobre Ley Karin.

WEBINAR 40 HORAS: "Desafíos y perspectivas de la industria". El 26 de abril 2024 entró en vigor la Ley 21.561 (Ley 40 horas). Para este evento virtual, organizado por nuestra directora Karla Hernández y Vicepresidenta Daniela Zulueta, participaron como speakers Carolina González, Gerente de Personas en Alifrut/Minuto Verde y Cecilia Carrión, Consultora Tributaria y Financiera, quienes nos aportaron este 23 de mayo con la visión desde sus vivencias en llevar a cabo esta nueva ley.

Colaboraciones académicas:

DUOC UC – SEDE PLAZA NORTE: El 14 de mayo se realizó el I Seminario "Mujeres

en el comercio internacional: una industria que florece" organizada por la escuela de negocios para estudiantes diurnos y vespertinos. Participo Génesis Palma Zambano, directora de Social Media y Coaching, junto a una representante de Winstas quienes compartieron su experiencia y los desafíos que han superado como mujer líder en la industria logística con los estudiantes, inspirando a las futuras egresadas.

ESCUELA DE NEGOCIOS Y ECONOMÍA PUCV:

El 22 de mayo, se realizó el seminario del ciclo "Liderazgo Femenino en los Negocios" ocasión en la que expuso Anaiza Pusic, presidente WINS Chile, referente a conceptos tales como logística, liderazgo y la importancia de potenciar el liderazgo femenino sustentado en cifras económicas y financieras, así como dando tips de su experiencia en la materia. Contó con la participación de Yesika Herrera, directora de Equidad de Género PUCV, además de la asistencia de académicas/os y estudiantes.

INACAP SEDE SANTIAGO SUR:

"IV Seminario Movamos el Transporte", organizado por Delogística el 23 de mayo. Antonio Dourthe, Coordinador General del Programa Desarrollo Logístico del Ministerio del Transporte, realizó un Charla sobre "Visión País de Transportes". Rodrigo Rojas, Gerente general de Delogística habló sobre la "Evolución del Transporte". En este Seminario participaron destacados panelistas: Amy Mazza, Grte. Gral. ALOG Chile; Anaiza Pusic, presidente WINS Chile; Johnson Ahumada, Gte. Comercial FE-PASA.

Expansión internacional:

COMITÉS INTERNACIONALES: Dentro del marco de nuestra estrategia 2027, dimos inicio a la creación de tres comités internacionales que iniciaron en mayo, para fortalecer sinergias con nuestra red latinoamericana. Las líderes nominadas en Chile son: Daniela Huerta, representando en el comité de Métricas. Marianyela Mendoza, representando en el comité de Mentoring y Carolina Godoy, representando en el comité de Eventos.

II ENCUENTRO WINS INTERNACIONAL:

Este mes recibimos la agenda que cubrirá el 23, 24 y 25 de octubre, que están planificando WINS Colombia en Bogotá. Este

programa está dirigido para las socias de los 7 países de la región, con una capacidad máxima de 80 personas. Tiene fecha de inscripción hasta agosto.

Eventos en junio

VISITAS DHL GLOBAL Y PUERTO DE VALPARAÍSO:

El 3 y 4 de Junio, tendremos la oportunidad para compartir best practices en protocolos de logística segura junto a Giomar González y encargados de seguridad de estas empresas mediante la gestión y activación de WINS Chile.

"TENDENCIAS DE MERCADO LOGÍSTICO":

5 Junio en PUCV Santiago será nuestro primer evento presencial, con la participación invitados reconocidos como Giomar González, Luis Ángel Mera, Felipe Astudillo y Valentina Schmitt.

WINS DAY:

A fines de Junio, tendremos un evento exclusivo para socias, donde seguiremos fortaleciendo nuestros lazos y generando redes, así como planificando nuestro futuro juntas, solo para nosotras.

Para más información y registro: Correo electrónico: womeninsupplychainchile@gmail.com - Redes sociales: LinkedIn @WINS Chile IG @Wins.cl - Whatsapp Admisión: +56 9 42892812 - Whatsapp Informaciones: +56 9 86649843

¡Te invitamos a unirte a WINS CHILE!

Si aún no eres parte de nuestra comunidad, te invitamos a sumarte y ser parte de esta red de mujeres latinoamericana. Juntas, podemos seguir construyendo y potenciando apoyo entre mujeres, fortaleciendo nuestro conocimiento y aportando a la industria logística en general. ¡No te pierdas la oportunidad de ser parte de esta comunidad inspiradora!





TASA

LOGÍSTICA



Somos aliados estratégicos
de nuestros clientes

www.tasalogistica.com

EXCELENCIA OPERATIVA Y OMNICANALIDAD EN WESTORAGE: LÍDERES EN CONECTIVIDAD LOGÍSTICA

WeStorage, líder en servicios logísticos de terceros (3PL), aumentó su capacidad operativa gracias a la completa implementación de su red tecnológica adaptada a sus operaciones. Vinculando las diversas plataformas de sus clientes con su software de gestión en la nube (SaaS), este control integral ha garantizado un servicio de excelencia y precisión.



Este enfoque innovador ha posicionado a WeStorage en la vanguardia de la logística en Chile, con un impacto notable en los sectores de e-Commerce, retail y consumo masivo. Haciendo de la sinergia entre eficiencia operativa, excelencia operacional y la mejora continua, el sello distintivo de los líderes del sector.

"Consideramos que la omnicanalidad no es simplemente una moda pasajera, sino un imperativo estratégico. Nos enorgullece liderar esta consolidación en el mercado, lo que nos permite enfocarnos en nuestro próximo objetivo: el crecimiento estructural", explicó Patricio Toledo, gerente de logística de WeStorage.

STACKER: A LA VANGUARDIA EN LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO CON EQUIPOS 100% LITIO

Recientemente comenzó la nueva operación de Stacker junto a Itsanet en sus nuevas bodegas de BSF Pudahuel con una superficie de más de 10.000 m², cuya consigna es disminuir la huella de carbono, mejorar la seguridad operativa y la optimización de la continuidad operativa, a través de una flota de equipos con baterías de litio para su nuevo centro de distribución.

Esta operación con 3 turnos de trabajo incluye cargadores inteligentes de alta frecuencia para disminuir los tiempos de carga de las baterías, reducir el consumo energético y olvidarse de los cambios de baterías. Estos equipos con 0 emisiones y menores costos de mantención permiten asegurar la continuidad operativa, optimizando los tiempos de trabajo y además ayuda a olvidarse de las salas de batería, lo que permite contar con mayor espacio para densificar de mejor manera su bodega.



El poder del litio queda en evidencia en este equipo. Con equipamiento de hasta 8 toneladas, el portafolio de productos hoy cuenta con Baterías de litio hasta 912 Amperes para el uso continuo de los equipos, independientemente de la cantidad de turnos, o el consumo eléctrico de aditamentos, asegurando que los clientes puedan contar con los equipos en cada momento, haciendo uso de la carga de oportunidad que otorgan las baterías de litio, las cuales se pueden cargar en cualquier minuto del día sin reducir su vida útil, y sin un mínimo de tiempo para cargarlos, así también del cambio de baterías, incrementando la seguridad de los operadores y eliminando los tiempos muertos por cambio de batería. Stacker está comprometidos con el cambio climático, empujando el uso de nuevas tecnologías al alcance de la mano para reducir la huella de carbono. La compañía busca democratizar el uso de las baterías de litio con precios atractivos y un servicio de calidad.

ROCKTRUCK IMPULSA LA DIVERSIDAD CON NUEVA PLANA GERENCIAL FEMENINA

Rocktruck, líder en soluciones logísticas, anuncia con orgullo la incorporación de un equipo gerencial robusto y diverso, destacando la creciente presencia de mujeres en la industria logística. En un sector históricamente dominado por hombres, Rocktruck da un paso significativo al nombrar a cinco mujeres en cargos clave dentro de su estructura gerencial.

Natalia Olea, como Gerenta de Desarrollo Logístico, lidera las innovaciones y optimizaciones en los procesos logísticos de la empresa. Ximena Gaete, Gerenta de Operaciones, es responsable de la eficiencia y la efectividad de todas las operaciones diarias. Tamara Segovia, Subgerenta de Personas, trabaja en la gestión del talento y el bienestar del personal. Antonella Zallini y Karen Donoso, ambas Subgerentas Comerciales, juegan roles cruciales en la estrategia y crecimiento del negocio.

Estas cinco profesionales se unen a un equipo de 13 gerentes y subgerentes, subrayando el compromiso de Rocktruck con la inclusión y la diversidad. Con su liderazgo, Rocktruck no solo fortalece su posición en el mercado, sino que también promueve un ambiente de trabajo inclusivo y equitativo. La presencia femenina en puestos de alta responsabilidad no solo aporta una perspectiva fresca y dinámica, sino que también refleja los valores de equidad e igualdad de oportunidades que la empresa defiende.

Este enfoque innovador y equitativo de Rocktruck es un ejemplo para la industria logística y subraya la importancia de la diversidad en la gestión empresarial, demostrando que la inclusión de mujeres en posiciones de liderazgo es un motor clave para el crecimiento y la sostenibilidad empresarial.

GPS CHILE OFRECE SOLUCIÓN DASHCAM PARA LA PREVENCIÓN DE ACCIDENTES Y PROTECCIÓN DEL CONDUCTOR

Con más de 20 años de integraciones tecnológicas para aumentar la seguridad y eficiencia en el sector del transporte, GPS Chile, lanza su nueva Solución DashCam. Esta innovación está diseñada para mejorar la seguridad de las personas al volante mediante el monitoreo en tiempo real tanto del interior como del exterior de los vehículos.

La Solución DashCam puede ser implementada bajo dos modalidades que da flexibilidad y se adapta a las necesidades de los clientes:

Monitoreo de Activos: Dispositivo que incluye dos cámaras, que monitorean tanto el interior como el exterior del vehículo, proporcionando una visión integral de la seguridad en ruta.

Protección del Conductor: A la solución básica, se suma un sensor de fatiga adicional (DMS) que detecta eventos críticos en la conducción, tales como bostezos, uso de celular, distracciones, fumar, entre otros. Este sistema emite alertas en cabina, permitiendo abordar situaciones de alto riesgo de manera inmediata y garantizando la seguridad de los conductores.

"Con la Solución DashCam, los dueños de flotas pueden estar seguros de que están tomando medidas proactivas para proteger a sus conductores y optimizar la seguridad en sus operaciones", señaló Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile.

El ejecutivo agregó además que: "nuestra plataforma de gestión les brinda acceso a datos en tiempo real y análisis detallados, para que puedan tomar decisiones informadas y mejorar continuamente sus prácticas de seguridad vial".

La Solución DashCam de GPS Chile, entrega tecnología de vanguardia a las empresas para que puedan reducir los riesgos asociados con la conducción, asegurar la integridad de sus activos y proteger la vida de sus colaboradores.

COLABORACIÓN Y ASOCIACIÓN ENTRE REVISTA LOGISTEC Y SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

Los días 15 y 16 de mayo del 2024, Supply Chain Council Chile (SCCC) tuvo el honor de participar en el destacado evento Logistec Show 2024, organizado por Revista Logistec que se llevó a cabo en Espacio Riesco.

El evento reunió a los líderes más influyentes de la industria logística, presentando las soluciones más innovadoras y facilitando conexiones directas con los principales proveedores del sector. Fue un punto de encuentro para Gerentes de Logística, Directores de Operaciones, Profesionales de Compras y otros actores claves del mundo logístico.

Nuestra participación como SCCC en este destacado evento se materializó gracias a una estrecha colaboración y una asociación sólida con Revista Logistec, que ya lleva unos años. Esta alianza nos permitió llevar a cabo una serie de actividades que enriquecieron el evento y promovieron los pilares fundamentales de nuestra asociación que son:

PILAR SOCIAL Y DIVERSIDAD: Es un pilar que gracias a su líder Lia Vera nos permite conectar con diferentes entidades del mundo social, permitiendo llegar y aportar con prácticas profesionales, empleabilidad y por supuesto diversidad para impulsar una labor más social y colaborativa.

PILAR ACADÉMICO: Este pilar, liderado por Alexander Czischke proporciona una interacción de gran valor para el desarrollo del mundo académico y nuestros asociados, impulsando diferentes iniciativas que nos permiten aportar con nuestra experiencia a las futuras generaciones de Ejecutivos de nuestro país, trabajando en conjunto con Universidades y otras instituciones.

PILAR INNOVACIÓN Y CONTENIDOS: El pilar es liderado por Ricardo Jungk y nos permite generar instancias donde nuestros asociados puedan mantenerse al día con los continuos y disruptivos cambios sociales y tecnológicos que afectan nuestro campo profesional.

PILAR REDES: Mantener redes colaborativas vigentes y amplias es algo que nos identifica y gracias a su líder, Orlando Ore-



llana, podemos generar instancias de colaboración y ayuda con otras asociaciones e instituciones para impulsar en conjunto nuevas iniciativas en el campo de la logística.

PILAR FINANZAS Y TI: Este pilar, liderado por Tomas Cox, es clave para lograr que nuestra asociación pueda concretar sus actividades, gracias a la ayuda de una correcta administración financiera y tecnologías que soportan nuestra comunicación y reuniones.

PILAR PERSONAS Y COMUNICACIÓN: Este pilar, liderado por Miguel Cataldo, nos permite entregar herramientas y un networking para que nuestros asociados puedan establecer redes de colaboración con otros asociados, empresas y diversas instituciones, permitiendo ampliar redes y oportunidades laborales, todo mediante la comunicación y difusión, a través de nuestras redes sociales como web y LinkedIn que nos permiten difundir nuestras actividades y promover las mejores prácticas en la logística.

Nuestra participación en Logistec Show 2024 no sólo reforzó la presencia de Supply Chain Council Chile en el ámbito logístico, sino que también brindó a los asistentes la oportunidad de conocer más sobre nuestra red de profesionales y las ventajas de ser parte de ella. En colaboración con Logistec logramos crear un espacio que impulsa el crecimiento y la organización del desafiante mundo de la cadena de suministros, abarcando aspectos académicos, sociales, tecnológicos, operativos, profesionales, sustentables y humanos.

Este evento fue una plataforma perfecta para demostrar cómo, a través de la colaboración y la asociación, podemos construir un futuro más sólido y prometedor para la logística en Chile. Nuestra Asociación es un lugar donde los profesionales de la logística pueden reunirse, aprender, colaborar y crecer juntos.

SCANPAL EDA52

Potente procesamiento en
un colector de datos resistente
y ergonómico



Pantalla touch de 13,67 cm
(5,5 pulgadas)



Batería de larga duración:
más de 12 horas de uso ininterrumpido



Procesador rápido: Snapdragon octa-core
2.0GHz Qualcomm de ocho núcleos

DANICH

Empresa líder en proyectos
logísticos y robótica industrial

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



Automatizar **es Avanzar**

Integración de tecnologías para la optimización de procesos intralogísticos.

 O'Higgins 155,
Sarmiento, Curicó

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

www.danich.cl

Síguenos en
nuestras redes
sociales



LI-ION
technology

jungheinrich.cl/li-ion



Arrienda, transporta y listo.

Trátese de duras operaciones exteriores o del apilado clásico en bodega, de transpaletas, recogepedidos o grúas reach, de mover algunos kilos o varias toneladas: con el arriendo de Jungheinrich recibirás la grúa horquilla ideal.

Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl

JUNGHEINRICH