

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



PERMISOLOGÍA EL TALÓN DE AQUILES PARA LA INVERSION INMOBILIARIA



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



LOGISTEC
EDICIÓN

144

OCT | NOV 2024

SUPPLY CHAIN: RADIOGRAFÍA DE BODEGAS, INNOVACIÓN, CRECIMIENTO Y SERVICIOS
ECOMMERCE: CYBER MONDAY 2024, EL DÍA DESPUÉS Y LOS DESAFÍOS QUE VIENEN
TECNOLOGÍA: CIBERSEGURIDAD, EL TALÓN DE AQUILES EN SUPPLY CHAIN
TRANSPORTE: UN ESLABÓN CLAVE DE LA LOGÍSTICA A VECES OLVIDADO



AUTOMATIZA TU ALMACÉN DE **EXTREMO A EXTREMO** CON UNA SOLUCIÓN A MEDIDA

Te acompañamos en todo el proceso con la **mejor asesoría**:

- 📊 Desarrollo del negocio.
- 🎯 Diseño de solución.
- ✂️ Instalación.
- 🚚 Testeo y puesta a marcha.
- 🔧 Soporte y matención.
- 📍 Localización y producción.



¿Por qué los robots son perfectos para tu operación?

Rendimiento y eficiencia

Seguridad y cumplimiento

Menor costo total a lo largo del tiempo



Avanza
park  **LA DIVISA**
S A N B E R N A R D O

Condominios de **bodegas**

Le damos flexibilidad a tu negocio

ARRIENDA
desde **269** m²



avanzaparkladivisa.cl | +562 2501 0000

ENTREGA INMEDIATA

CELEBRANDO 24 AÑOS DE REVISTA LOGISTEC

En la edición 144 de nuestra revista, nos encontramos en un momento muy especial: celebramos 24 años de historia en la industria logística. Esta celebración no es solo un hito en el tiempo, sino un testimonio de la evolución y los cambios que hemos presenciado en un sector que nunca deja de transformarse.

Desde nuestros inicios, Logistec ha sido una apuesta por la especialización, por ofrecer contenidos que resalten las necesidades y desafíos de la logística moderna. Con el paso de los años, hemos crecido junto a la industria, adaptándonos a nuevas realidades y compartiendo las mejores prácticas, innovaciones y tendencias que han dado forma a este sector vital.

Hemos sido testigos de cómo la logística ha pasado de ser una función meramente operativa a convertirse en un pilar estratégico dentro de las organizaciones. La tecnología ha revolucionado la manera en que se gestionan los procesos, y nosotros hemos estado a la vanguardia, proporcionando información y análisis que permiten a nuestros lectores navegar en un entorno cada vez más complejo. A lo largo de estos 24 años, hemos establecido un vínculo fuerte y duradero con nuestros lectores, convirtiéndonos en un medio especializado

querido y respetado en la industria logística. Esta conexión ha sido posible gracias al apoyo de un equipo comprometido, que trabaja incansablemente para brindar un contenido de calidad y relevante.

Hoy, celebramos no solo nuestro pasado, sino también un futuro lleno de oportunidades. Nos complace anunciar la expansión de nuestras líneas de negocio, que incluye Logistec Show, Logistec TV y un enfoque renovado en el marketing digital. Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso de seguir siendo un referente en el sector y de adaptarnos a las necesidades cambiantes de nuestros lectores.

Agradecemos a todos nuestros colaboradores, a nuestros clientes y, sobre todo, a nuestros lectores, por formar parte de esta travesía. Sin ustedes, nada de esto sería posible. Les invitamos a seguir con nosotros en este viaje de innovación y crecimiento. Juntos, seguiremos construyendo el futuro de la logística en Chile y Latinoamérica.

¡Feliz aniversario, Logistec! Aquí estamos, listos para seguir escribiendo nuestra historia junto a ustedes.



4
RADIOGRAFÍA DEL MERCADO DE BODEGAS: INNOVACIÓN, CRECIMIENTO Y SERVICIOS



12
PERMISOLOGÍA, EL TALÓN DE AQUILES PARA LA INVERSIÓN INMOBILIARIA INDUSTRIAL LOGÍSTICA Y EL CRECIMIENTO PAÍS



30
CYBER MONDAY 2024: EL DÍA DESPUÉS Y LOS DESAFÍOS QUE VIENEN



54
CIBERSEGURIDAD: EL TALÓN DE AQUILES EN LA TRANSFORMACIÓN

62 **TRANSPORTE: UN ESLABÓN CLAVE DE LA LOGÍSTICA A VECES OLVIDADO**

72 **¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE DDHH EN LA EMPRESA?**



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Conecta con estas empresas en www.hubfinder.expert



stglatam.com | C1



msc.com/reefer | C2



jungheinrich.cl | C3



avanzapark.cl | 1



calycochile.cl | 5



danco.cl | 9



westorage.cl | 11



emotrans.com | 15



bsf.cl | 17



ar-racking.com | 19



apllogistics.com | 21



wisetrack.com | 23



bodenorflexcenter.cl | 25



intersystems.cl | 27



mindugar.cl | 33



danich.cl | 35



strix.cl | 37



evolog.cl | 43



cbpudahuel.cl | 45



centralbodegas.cl | 51



gpschile.com | 53



alutipo.cl | 57



interborders.com | 59



patio.cl | 61



esnova.cl | 65



tds.cl | 67



kaufmann.cl | 69



rocktruck.cl | 73



id-logistics.com/cl | 75



dercomaq.cl | 79



bodegascimenta.cl | 81



stacker.cl | 85



logisfashion.com | 87



silologistica.cl | 89



transgamboa.cl | 93



tasalogistica.cl | 95



borealtch.com | 96



symple.cl | Inserto

AÑO 24 EDICION 144
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

PERIODISTAS
Mariel Jara M.
mariel.jara@revistalogistec.com

María Victoria Moya
mariavictoria.moya@revistalogistec.com

MARKETING DIGITAL
Miguel Chandia
miguel.chandia@revistalogistec.com

SUSCRIPCIONES
Mercedes Mura
mercedes.mura@revistalogistec.com



REVISTA LOGISTEC ES IMPRESA EN CHILE Y ES UNA PUBLICACION DE 303 EDITORIALES S.A. | Se prohíbe la reproducción parcial o total sin el consentimiento escrito por parte de 303 EDITORIALES S.A. Reservados todos los derechos, las opiniones vertidas son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten.

RADIOGRAFÍA DEL MERCADO DE BODEGAS: INNOVACIÓN, CRECIMIENTO Y SERVICIOS



HACER UNA PROYECCIÓN DEL ACTUAL MOMENTO DEL MERCADO DEL BODEGAJE CHILENO FUE EL PRINCIPAL MOTIVO DE ESTA ENCUESTA REALIZADA POR LOGISTEC. 13 EMPRESAS RESPONDIERON 18 PREGUNTAS QUE APUNTABAN A CONOCER EL NIVEL DE DESARROLLO Y PRESENCIA DE LAS COMPAÑÍAS EN EL MERCADO Y ASÍ PODER DESPRENDER LA MIRADA DE FUTURO QUE TIENEN EL SECTOR. CONOCE AQUÍ LOS PRINCIPALES RESULTADOS.

El sector de bodegaje en Chile ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la expansión del comercio electrónico, el desarrollo de la logística y la demanda creciente de espacios eficientes para almacenamiento.

En el mercado logístico de Chile, las empresas que se dedican a la construcción y arriendo de bodegas desempeñan un rol fundamental en la estructura de la cadena de suministro. Estas compañías no solo son responsables de la creación de espacios donde se almacenan las mercancías, sino que también facilitan una infraestructura eficiente y flexible para

satisfacer la creciente demanda de almacenamiento. Este sector ha evolucionado para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más exigente y en constante cambio. En lugar de limitarse a construir espacios tradicionales, estas empresas están diseñando centros logísticos inteligentes que maximizan el uso del espacio, mejoran la eficiencia operativa y, sobre todo, permiten una adaptación rápida a las fluctuaciones del mercado.

Los desarrolladores, por ejemplo, han comenzado a implementar soluciones que promueven la sostenibilidad, con un enfoque en la certificación LEED para



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



	COBERTURA		TIPO DE CARGA QUE PUEDE ALMACENAR						
	NACIONAL	INTERNAC.	SECA/ GENERAL	REFRIGERADA/ CONGELADA	MERCANCIAS PELIGROSAS	GRANEL	FARMA E INSUM. MÉDICOS	VALIOSA	ALIMENTOS
	ANYA	■		●	●		■	●	
AVANZA PARK	■	●	●	●		■	●	●	■
BSF	■	●	●					●	■
BODENOR FLEXCENTER	■		●				●	●	
BODEPARK	■	●	●			■	●		
CAMPOS CHILE	■	●	●	●	■	■	●	●	■
CENTRAL BODEGAS	■		●	●		■		●	■
CIMENTA	■		●			■	●		■
DANCO	■		●	●		■	●	●	■
GRUPO PATIO	■	●	●	●			●		■
ILOGIS	■		●						■
MEGACENTRO	■	●	●	●	■		●		■
PROLOGISTIKA	■	●	●		■		●	●	■

	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
	ZONA DE ALIMENTACIÓN/ CASINO	ÁREAS VERDES Y RECREATIVAS	DEPARTAMENTO DE SALUD	ZONAS DEPORTIVAS	ARRIENDO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	ZONAS DE CARGA Y DESCARGA	EQUIPO DE MANTENIMIENTO PROPIO	GENERADORES ELÉCTRICOS	OFICINAS
ANYA	■	●				■	●	●	■
AVANZA PARK		●			●	■			■
BSF	■	●	●	●	●	■	●		■
BODENOR FLEXCENTER	■	●		●		■	●	●	■
BODEPARK	■	●			●	■		●	■
CAMPOS CHILE	■	●			●	■	●	●	■
CENTRAL BODEGAS	■	●		●	●	■	●	●	■
CIMENTA		●			●	■			■
DANCO	■	●		●		■	●	●	■
GRUPO PATIO	■	●				■		●	■
ILOGIS	■	●				■	●	●	■
MEGACENTRO	■	●				■			■
PROLOGISTIKA	■	●		●		■	●	●	■

6

	SEGURIDAD CONTRA INCENDIOS				
	RED SECA	RED HÚMEDA	DETECCIÓN DE INCENDIOS (NFPA)	SPRINKLERS (NFPA)	BRIGADA DE INCENDIOS
ANYA		■	■		●
AVANZA PARK	●	■	■		
BSF		■	■		●
BODENOR FLEXCENTER	●	■	■	■	●
BODEPARK	●	■	■		●
CAMPOS CHILE	●	■	■	■	
CENTRAL BODEGAS	●	■	■	■	
CIMENTA		■	■		
DANCO		■	■	■	
GRUPO PATIO	●	■	■	■	
ILOGIS	●	■	■		
MEGACENTRO		■	■	■	
PROLOGISTIKA	●	■	■	■	●

reducir el impacto ambiental de las instalaciones. Además, la construcción de bodegas modernas involucra materiales innovadores que mejoran el aislamiento, reducen el consumo energético y minimizan los costos operativos a largo plazo.

Por otra parte, el enfoque hacia el "build-to-suit" o construcción a medida es cada vez más común. Estas soluciones a medida no solo optimizan las operaciones, sino que también maximizan la rentabilidad del espacio, generando un valor añadido para los usuarios.

La creciente necesidad de bodegas en Chile ha impulsado la expansión tanto de las constructoras como de las arrendadoras, quienes han intensificado su presencia en zonas logísticas claves como Pudahuel, San Bernardo y Lampa, entre otras. Estos polos logísticos han sido desarrollados en función de su cercanía a rutas de transporte clave, aeropuertos y puertos marítimos, facilitando una logística más eficiente y garantizando el suministro a tiempo de productos tanto a nivel nacional como internacional.

Las empresas que construyen y arriendan bodegas están jugando un papel estratégico en el desarrollo de la infraestructura logística en Chile, permitiendo que las compañías puedan operar de manera eficiente, flexible y competitiva en un entorno económico cada vez más dinámico. El rol que juegan no solo es clave para el crecimiento del sector logístico, sino que también impulsa la competitividad de las empresas a nivel nacional e internacional, facilitando el comercio y el acceso a mercados más amplios.

Un reciente análisis en el que participaron 13 empresas líderes del sector ha revelado una serie de tendencias clave que están redefiniendo el diseño, la construcción y la gestión de las bodegas en el país. La radiografía del mercado de las bodegas en Chile, desarrollado por Logistec, muestra un sector dinámico, en plena evolución y altamente competitivo. Aquí abordaremos los principales resultados que arrojó el estudio con la finalidad de conocer el estado del sector, su dimensiones y sus desafíos.

COBERTURA DE LAS OPERACIONES

De las 13 empresas encuestadas dentro del sector de bodegaje en Chile, 7 de ellas que representan un 53.85% informó tener operaciones tanto a nivel nacional como internacional, mientras que 6 empresas que representan el 46.15% se dedica exclusivamente al mercado chileno. Este dato revela una tendencia hacia la internacionalización del sector, donde más de la mitad de las empresas han expandido sus operaciones más allá de las fronteras del país, atendiendo la creciente demanda de mercados extranjeros. Sin embargo, es importante señalar también que algunas de ellas han venido desde el extranjero a posicionarse en Chile, dado el atractivo de este mercado y su eventual desarrollo y crecimiento.

Este equilibrio entre la operación nacional e internacional subraya el dinamismo del mercado logístico de bodegas en Chile, en el que la internacionalización es una tendencia en crecimiento, pero donde la operación local sigue siendo vital para la estabilidad del sistema logístico del país.

DESAFÍOS DE REGIONALIZACIÓN

El análisis de la presencia de empresas de bodegaje en las distintas regiones de Chile revela una concentración significativa en la Región Metropolitana, donde el 92.31% de las empresas encuestadas tienen operaciones (12). Sin embargo, la cobertura en otras regiones del país es considerablemente más limitada, sobre todo en las zonas extremas, donde no se registra presencia alguna en regiones como Arica y Parinacota, Tarapacá, Maule, Los Ríos, Aysén y Magallanes.

Este escenario pone de relieve un desafío clave para las empresas de este sector: la necesidad de avanzar hacia la regionalización de sus servicios. Si bien algunas regiones intermedias, como Los Lagos (30.77%), Coquimbo (38.46%) y Antofagasta (23.08%), muestran una mayor penetración de estas

compañías, la falta de presencia en los extremos norte y sur del país indica que existe un potencial de expansión aún no aprovechado.



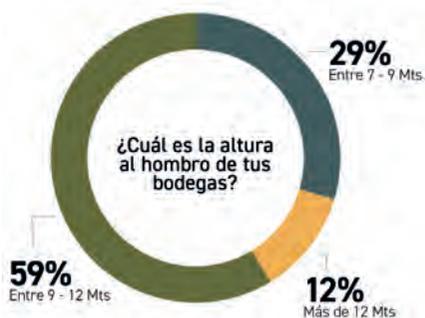
Este vacío en las regiones extremas puede ser un reflejo de los costos logísticos y operacionales asociados a la instalación de infraestructuras en zonas más aisladas. Sin embargo, con el crecimiento del comercio electrónico y la expansión de sectores productivos en áreas remotas, la necesidad de infraestructura logística se ha vuelto cada vez más urgente. La expansión hacia estas zonas no solo aumentaría la competitividad de las empresas, sino que también podría tener un impacto positivo en el desarrollo económico regional.

Además, este desafío ofrece una oportunidad para innovar en términos de conectividad y logística, donde la construcción de hubs regionales y la colaboración público-privada podrían jugar un papel crucial en facilitar el acceso a servicios logísticos eficientes en todo el país. La integración de las zonas extremas dentro de la red logística nacional es fundamental para garantizar que los productos puedan llegar a todos los rincones de Chile con la misma eficiencia que en las zonas urbanas más densamente pobladas.

MATERIALES PREDOMINANTES EN LA CONSTRUCCIÓN

La elección de materiales para la construcción de bodegas en Chile refleja tanto las demandas de durabilidad como la necesidad de estructuras que optimicen el espacio y la resistencia ante diversos factores

climáticos, sísmicos y operacionales. Según las empresas encuestadas, el uso de combinaciones de pilares de hormigón y vigas de acero es la opción más común entre las empresas del sector, con un 61.54% de preferencia (8) seguida de otras combinaciones de materiales.



El hormigón es conocido por su alta resistencia a las cargas pesadas y su durabilidad en el tiempo, mientras que el acero proporciona flexibilidad y capacidad para soportar grandes luces (espacios abiertos) sin necesidad de demasiados soportes intermedios.

Casi el 39% de las bodegas utilizan tanto pilares como vigas de hormigón en su construcción, enfocándose en la robustez y durabilidad, especialmente en zonas donde las condiciones climáticas o sísmicas son factores a considerar.

En tanto, un 30.77% de las empresas encuestadas optan por estructuras completas en acero, un material conocido por su ligereza y resistencia a la tracción. Este tipo de construcción permite una mayor rapidez en la ejecución del proyecto y suele ser más flexible en términos de expansión futura. El 15.38% de las empresas reportaron el uso de otros materiales.

LOS PISOS DE BODEGAS

El análisis de los materiales utilizados en los pisos interiores y exteriores de las bodegas en Chile muestra una clara preferencia por el uso de hormigón en ambas áreas. De las empresas encuestadas, el 92.31% re-

portó que tanto el interior como el exterior de sus bodegas están construidos en hormigón, mientras que solo un 7.69% utiliza una combinación de hormigón para los pisos interiores y asfalto para los exteriores. En el interior, el hormigón asoma como una buena opción para garantizar una superficie lisa y resistente, lo que facilita la manipulación de productos y el tránsito de maquinaria. Su bajo mantenimiento y larga vida útil lo convierten en el material preferido para las empresas.

CARACTERÍSTICAS ESTRUCTURALES

El análisis de las alturas y dimensiones de las bodegas en Chile refleja una clara tendencia hacia la construcción de almacenes con techos altos y superficies amplias, lo que responde a la creciente demanda de capacidad de almacenamiento y optimización del espacio. La altura al hombro de las bodegas es un factor clave que determina la capacidad de almacenamiento vertical

CENTROS LOGÍSTICOS

DESARROLLO Y ARRIENDO DE CENTROS LOGÍSTICOS COMPROMETIDOS CON LA SUSTENTABILIDAD

- 100% energía renovable
- Certificado Internacional IREC
- Cargadores para vehículos eléctricos
- Sistema de reciclado de residuos

Alto estándar
Seguridad

Desarrollo Proyectos
Build ti Suit

Comprometidos
Sustentabilidad

+56 9 6441 0878 | almacenaje@danco.cl | www.danco.cl

ya la posibilidad de implementar soluciones de almacenamiento automatizadas o de gran volumen. El 76.92% de las empresas encuestadas reporta que sus bodegas tienen alturas entre 9 y 12 metros, lo que confirma una tendencia hacia estructuras que permiten una maximización del uso del espacio.

Por otro lado, un 38.46% de las bodegas tienen alturas entre 7 y 9 metros, lo que aún permite una capacidad considerable de almacenamiento. Finalmente, un 15.38% de las bodegas cuenta con alturas superiores a los 12 metros, lo que las posiciona en un nivel de infraestructura de alto estándar, ideal para operaciones logísticas de gran escala y alto tráfico de productos.

DIMENSIONES MÁXIMAS DE LAS BODEGAS

Al analizar las dimensiones máximas de las bodegas. El 84.62% de las empresas cuenta con bodegas que superan los 5000 m², lo que es un reflejo del momento que vive la logística chilena, donde las grandes instalaciones operacionales con elevados volúmenes de productos son una realidad cada vez mayor.

Solo un 7.69% de las empresas tiene bodegas con un tamaño máximo entre 500 y 1000 m² o entre 1000 y 2000 m², lo que muestra que las bodegas de menor tamaño no son la opción principal cuando se trata de la capacidad máxima de almacenamiento; pero si para aquellas empresas medianas y pequeñas que requieren de un lugar donde dar vida a su logística.

INFRAESTRUCTURA

El análisis de la infraestructura de las bodegas en Chile revela no solo la capacidad de almacenamiento, sino también un enfoque claro hacia la funcionalidad y la adaptabilidad de estas instalaciones a las necesidades de los clientes. Una gran mayoría de las empresas (92.31%) reporta que sus bodegas cuentan con oficinas integradas

en sus instalaciones. Tener oficinas dentro de las bodegas facilita la supervisión de las operaciones diarias y permite una toma de decisiones más ágil, así como una mayor capacidad de respuesta ante cualquier situación que pueda surgir.

FLEXIBILIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN

Asimismo, el 92.31% de las empresas encuestadas afirma tener flexibilidad en la construcción de bodegas, ofreciendo soluciones "built to suit" o "hechas a medida" para sus clientes. Esta capacidad de personalización permite a las empresas adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente, desde el tamaño y la distribución del espacio hasta las características técnicas requeridas para el almacenamiento de diferentes tipos de productos.



La flexibilidad en la construcción es una ventaja competitiva importante en un entorno logístico que se encuentra en constante evolución. Permite a las empresas no solo atraer a un espectro más amplio de clientes, sino también responder de manera efectiva a las cambiantes exigencias del mercado.

SEGURIDAD: PREOCUPACIÓN Y ACCIÓN

La seguridad en las instalaciones logísticas es fundamental para garantizar la integridad de los productos almacenados y la seguridad del personal que trabaja en ellas. El análisis de las medidas de seguridad implementadas en las bodegas en Chile reve-

la un compromiso sólido hacia la protección contra incendios y la seguridad perimetral. La totalidad de las bodegas encuestadas (100%) cuentan con una red húmeda, un sistema esencial para la supresión de incendios. Este sistema es complementado por otras medidas de seguridad, como la detección de incendios según las normas NFPA (84.62%), que permite identificar rápidamente la presencia de humo o fuego y activar los protocolos de emergencia.

En cuanto a los sprinklers (53.85%), también conforman parte del sistema de seguridad contra incendios. Un aspecto clave de la seguridad contra incendios es la formación del personal, reflejada en la existencia de una brigada de incendios en el 38.46% de las bodegas. Por otra parte, la seguridad perimetral es igualmente crucial para proteger las instalaciones de intrusiones y garantizar la seguridad de los bienes almacenados; todos aspectos que hoy en día cobran tremendo valor ante la preocupación de la industria logística por la seguridad.

Todos los encuestados (100%) implementan medidas de seguridad perimetral, que incluyen: CCTV (cámaras de vigilancia), Guardias 24/7 y Rondas de seguridad. Además, el cerco perimetral eléctrico (100%) añade una capa adicional de seguridad, dificultando la entrada no autorizada a las instalaciones.

Por su parte, las alarmas sonoras e insonoras (92.31%) y los sistemas de control de acceso, tanto electrónicos como manuales (92.31%), complementan la estrategia de seguridad, permitiendo un monitoreo efectivo de quién accede a las instalaciones y activando alertas en caso de brechas en la seguridad.

El análisis de las capacidades y tipos de carga almacenada y los servicios anexos en las bodegas chilenas pone de manifiesto un compromiso con la versatilidad y la sostenibilidad, reflejando las tendencias actuales en la logística y el manejo de productos.

Además de las capacidades de almacenamiento, los servicios anexos en las bodegas son igualmente relevantes. ■



3 Operador Logístico PL

Terceriza tu logística con nosotros

Tú vendes y nosotros hacemos el resto



Recepción de inventario



Almacenamiento eficiente



Procesamiento de pedidos



Empaque personalizado



Envío rápido y seguro



ESCANEA Y OBTÉN
MÁS INFORMACIÓN DE
NUESTROS SERVICIOS

12 PERMISOLOGÍA, EL TALÓN DE AQUILES PARA LA INVERSIÓN INMOBILIARIA INDUSTRIAL LOGÍSTICA Y EL CRECIMIENTO PAÍS

¿Sabías que un proyecto de bodegaje en Chile puede tardar más de cuatro años en estar plenamente operativo, debido a la burocracia en los procesos de otorgamiento de permisos sectoriales y/o ambientales? o que, solo en 2023, el país dejó de percibir más de dos mil millones de dólares por demoras en este tipo de trámites. Este fenómeno burocrático, denominado Permisología es, a la fecha, uno de los temas álgidos para el mundo del bodegaje y de la construcción en general que impacta a todo el país, ya que afecta directamente en el ánimo inversionista que, ante estas externalidades, decae junto a al potencial de crecimiento.

Es un hecho de la causa que Chile lleva alrededor de una década evidenciando un bajo crecimiento económico con un promedio anual de un 2,3% (2013-2022). De hecho, según lo proyectado por el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Producto Interno Bruto (PIB) chileno crecerá un 2% en 2024 y un 2,5% en 2025; completando así cuatro años de crecimiento a la baja del promedio mundial (2022/3,5%; 2023/ 3,2%; 2024, 3,2%).

Chile ha tenido mejores resultados económicos en lo que va de 2024, destacando, por ejemplo, la cifra de inversión extranjera que alcanzó los US\$8.432 millones en el primer semestre y que de acuerdo al análisis realizado por InvestChile, la cifra acumulada es superior en un 20% con respecto al promedio de la serie histórica (2003-2024). Sin embargo, ajeno a estas cifras, la economía se ve golpeada por el bajo dinamismo de las principales fuentes de crecimiento del país, donde la inversión es, ciertamente, una de las principales variables que condicionan la reactivación económica y crecimiento de largo plazo, tal como lo plantea el Centro de Estudios Públicos (CEP) (Ver recuadro).

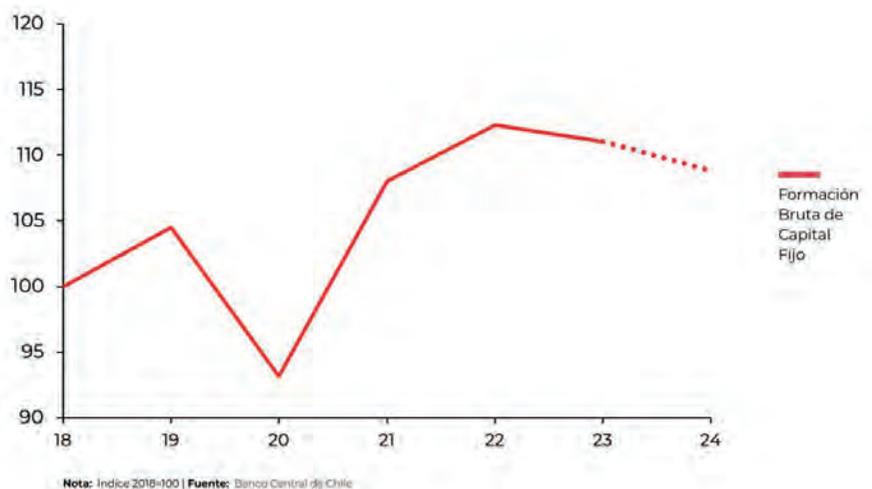
En este contexto, uno de los elementos determinantes en la atracción de inversiones es el régimen de permisos o autorizaciones sectoriales; instrumentos regu-

latorios necesarios para proteger bienes públicos (medio ambiente, salud, patrimonio cultural, planificación urbana, etc.) que podrían verse afectados ante los posibles riesgos asociados en el desarrollo de proyectos o actividades económicas. Este aspecto económico ha estado sobre el tapete en el último tiempo, tras importantes decisiones empresariales sobre inversiones que han generado la preocupación de actores públicos y privados, como fue el anuncio de la suspensión del proyecto de US \$1.400 millones de Colbún, en la región de Antofagasta.

El actual régimen de permisos y autorizaciones sectoriales, de acuerdo con diversos expertos, adolece de muchas carencias y debilidades que impactan negativamente en la generación de inversiones. En este punto, el análisis “La permisología como impuesto a la inversión: ¿cómo salir de la maraña regulatoria?”, desarrollado por el Centro de Estudios Públicos plantea que “existe consenso en que la obtención de autorizaciones se ha transformado en una de las restricciones críticas a la materialización de inversiones en Chile”, no solo respecto de proyectos de gran envergadura, sino también para proyectos de pequeñas y medianas empresas.

De acuerdo con el análisis del CEP “el régimen de permisos sectoriales evidencia plazos excesivos de tramitación, una gran

Figura 1. Evolución y proyección de Formación Bruta de Capital Fijo



descoordinación entre las distintas autoridades involucradas en su otorgamiento, una falta de transparencia, previsibilidad y coherencia regulatoria, así como una desproporcionalidad entre los trámites exigidos y el riesgo involucrado en la actividad sometida a dichas autorizaciones". Como consecuencia de lo anterior, el régimen de permisos sectoriales funciona, según los expertos del CEP, como "un impuesto indirecto a la inversión, ya que genera una disminución en su retorno esperado".



Sergio Correa
Gerente Inmobiliario
de Colliers

"Dicho costo puede ser analizado desde distintas perspectivas", indica el análisis, siendo la primera y más notoria aquella que dice relación con los plazos involucrados en la obtención de los permisos. En este punto, el análisis expone que "muchos permisos definidos por la CNEP como prioritarios para la inversión muestran diferencias significativas entre los plazos legales y los que efectivamente toma su tramitación".

Otra posible perspectiva se relaciona con "un aumento en el riesgo asociado al proyecto", agregando que "la discrecionalidad e incertidumbre en la aprobación de permisos terminan por desincentivar las inversiones locales y extranjeras".

A partir de lo expuesto, entre los expertos que analizan la problemática en la baja de inversión, la "Permisología" se ha impuesto como uno de los temas claves para diversos sectores, entre ellos el rubro inmobiliario industrial logístico. En este punto, Sergio Correa, gerente Inmobiliario de Colliers, comentó que "el impacto de la Permisología (en el sector inmobiliario industrial) es significativo, ya que retrasos y complicaciones burocráticas generan sobrecostos, incertidumbre en los inversionistas y una ralentización del desarrollo económico; afectando directamente la inversión, disminuyendo el dinamismo en

sectores clave como el bodegaje, donde la velocidad de ejecución es esencial"

PERMISOLOGÍA: LA PROBLEMÁTICA REGULATORIA

Adentrándonos en el impacto de la Permisología en el desarrollo actual del sector inmobiliario industrial logístico, específicamente, es importante recalcar que no sólo consultores del rubro y expertos en materia regulatoria tienen algo que decir. De hecho, desde los desarrolladores de bodegas las voces también se han alzado para alertar sobre esta problemática.

En esta línea, José Antonio Carabias, Gerente Inmobiliario en Grupo Campos expuso que "los elevados plazos de tramitación de los distintos permisos sectoriales, al alargarse excesivamente, generan una carga financiera adicional a los proyectos. Este ítem, en muchos casos, también termina combinándose con incertezas jurídicas sobre esos mismos permisos, lo que a la larga genera un impacto negativo en la industria".



José Antonio Carabias
Gerente Inmobiliario
en Grupo Campos

Abordando, específicamente, el impacto que tiene la tramitación de permisos en el estímulo o avance de nuevos proyectos de desarrollo logístico, Carabias explicó que "hay varios factores que es necesario considerar. Uno de ellos son los planos reguladores comunales, la desactualización de los usos de suelo o la incerteza jurídica que puede generar un pronunciamiento de otros organismos sobre estos permisos.

Así, la permisología asociada a estas materias, sin duda, podría verse beneficiada si es que fuese más ágil, siempre que se genere de forma integral y que permita

acortar plazos en todas estas aristas". Por otro lado, el ejecutivo de Grupo Campos aseguró que "también es necesario considerar factores estructurales, tales como el alza en los costos de la construcción o mayores avalúos fiscales que a su vez implican alzas en las contribuciones y en los seguros de los inmuebles; las condiciones actuales de financiamientos encarecidos con elevadas restricciones, entre otros.

La combinación de todos estos factores termina impactando negativamente en la industria afectando la capacidad de nuevos desarrollos, generando soluciones que son más caras y cuya alza en estos precios se resienten por los consumidores finales".



José Tomás Aguirre
Subgerente de Desarrollo
Inmobiliario de Invinsa

En esta línea, Carlos Figueroa, Director de Llogis confirmó lo expuesto por Carabias, indicando que la incertidumbre que representa para los desarrolladores de Bodegas los procesos de permisología es un tema complejo, ya que "plazos más largos de aprobación representan financiamientos más largos, lo que a su vez se traduce en tarifas de arriendo más altas y, finalmente, todo lo termina pagando el arrendatario".

Así, a partir de lo expuesto por los ejecutivos, al existir procesos de permisología con plazos extensos, existe un impacto directo en materia económica y en este escenario, los retrasos en tramitación de permisos sectoriales derivan en una carga financiera adicional para los desarrolladores, que deriva en que los proyectos se vean afectados en su rentabilidad. Si a esto le sumamos el alza de las tasas de financiamiento, tenemos que el impacto negativo en los proyectos se amplifica.

En esta línea, Figueroa agregó que sólo en lo referente a la normativa ligada a los procesos de Impacto de Mitigación Vial (IMIV)- cuya aprobación puede extender-

se incluso mucho más que la propia construcción del proyecto- los desarrollos de bodegas enfrentan plazos extenuantes.

“En nuestra opinión, finalmente, la ruta crítica para los proyectos de bodegaje termina siendo las obras de mitigación vial, ya que nuestros proyectos son tratados como megaproyectos, debido a que tenemos áreas de influencia muy grandes por la extensión y/o por las zonas en la que estamos emplazados. No obstante, cuando se comienzan a evaluar los IMIV (por parte de la autoridad incumbente) se abre una verdadera caja negra y, como desarrolladores, tenemos que empezar a tratar con distintas entidades del ámbito público para resolver cada incidencia, lo que ralentiza todo el proceso por la burocracia inherente”.



Alejandro Weber
Decano de la Facultad
de Economía y Gobierno
de la USS

En términos simples, explicó Figueroa, “un proyecto que ya está construido puede estar esperando la recepción final por meses, debido a que aún no se puede terminar la obra de mitigación vial por un semáforo ubicado a 2 Kilómetros. Como compañía, para modificar ese semáforo, tengo que coordinar con varios entes públicos y ese sólo trámite impacta todo el proyecto. Con esto no queremos decir que esperamos un trato preferencial, sino un marco legal donde la tramitación de permisos sea integral y eficiente e incentive la inversión”, explicó.

BUROCRACIA V/S DESARROLLO

Las problemáticas expuestas por los desarrolladores de bodegas son, en rigor, apalancadas por los expertos consultores del ámbito inmobiliario industrial y la academia. En esta línea, consultado respecto a si el fenómeno de la permisología burocrática existe en Chile y si afecta al impulso

inversor en el ámbito inmobiliario industrial, específicamente, el gerente Inmobiliario de Colliers fue tajante en afirmar que el fenómeno es real y aseguró que “el proceso de obtener aprobaciones se extiende demasiado, y la tramitación lenta de los permisos tiene un impacto importante en la industria. Cada día de retraso en la obtención de un permiso afecta los plazos de construcción y genera sobrecostos operativos para los desarrolladores. Además, la falta de nuevos espacios de bodegaje afecta la cadena de suministro, incrementando costos logísticos y dificultando la operación de las empresas que dependen de una rápida disponibilidad de espacio para almacenamiento”.

En esta línea, Sergio Correa afirmó que “es la falta de coherencia entre las distintas instituciones que revisan los permisos, como las Direcciones de Obras Municipales (DOM) y las Seremi, lo que genera un proceso engorroso y lento. La interpretación variable de las normativas y las demoras en la evaluación por parte del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), son también un problema recurrente. Estos factores generan incertidumbre para los inversionistas, que deben enfrentar largos plazos antes de poder iniciar la construcción”.



Carlos Figueroa
Director de llogis

Ahora bien, en lo relacionado a cómo ha proliferado el fenómeno de la permisología, Correa explicó que las causas son variadas, siendo una de ellas: la falta de recursos en las instituciones responsables, como las DOM, “que no siempre tienen el personal o la capacidad técnica para responder a la creciente demanda de proyectos”.

Además, agregó el vocero de Colliers, “muchas veces los encargados de aprobar los proyectos no se atreven a tomar decisiones por miedo a futuras repercusiones

EMOTRANS CORPORATE SOLUTIONS

Hacemos la diferencia
Deje sus negocios en
nuestras manos



- Grupo Alemán de logística
- Cobertura global con alcance local en su ciudad
- Soluciones a medida según su necesidad
- Seguros de transporte
- Atención corporativa
- Almacenaje
- Transporte y logística internacional puerta a puerta

Emotrans y grupo de empresas, su aliado estratégico para que sus negocios fluyan

Iquique - Antofagasta - Santiago - Talca

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

o dependen de interpretaciones diversas de las normativas, lo que introduce subjetividad y más incertidumbre en el proceso. Todo esto suma barreras que frenan el desarrollo”.

Siempre en torno al impacto de la burocracia relacionada a los procesos de permisos sectoriales, cabe destacar los resultados de un estudio publicado a inicios de este año por la Universidad San Sebastián que reveló que “la burocracia en la entrega de autorizaciones para la inversión pasó de significar un perjuicio de un 0,2% del PIB nacional en 2022 a de un 0,58% en el PIB de 2023”.

Así, considerando las demoras en función de los proyectos en tramitación, el costo aproximado de la “permisología” sobre la economía nacional se estima, según la USS, en casi US\$2 mil millones el año pasado.

Pero el perjuicio económico que sufren inversores y el país debido al fenómeno de la permisología burocrática en Chile no es el único factor medido por la USS. En esta línea, la casa de estudios indicó que su reporte comprueba que el aumento en los tiempos para obtener una Resolución de Calificación Ambiental (RCA) favorable representa una importante barrera a el desarrollo, demostrando – a su vez- un aumento en la burocracia.

“Los estudios de impacto ambiental aprobados el 2023 (documento que debe presentarse si es que un proyecto tiene riesgos ambientales) requirieron de 985 días corridos en promedio para obtener un permiso ambiental, cuando el promedio histórico es de 434 días. Entonces, si miramos los plazos de tramitación, más del 67% de los proyectos durante el 2023 se retrasó más allá de los plazos legales”, explicó Alejandro Weber, decano de la Facultad de Economía y Gobierno de la USS a la entrega del reporte.

Así mismo, ratificó el estudio, las declaraciones de impacto ambiental necesitaron de 360 días corridos, cuando el promedio es de 218 días. El primer trimestre de 2024

obtener una RCA demoró 400 días corridos, un 74% más que promedio histórico. A partir de los resultados expuestos, Weber enfatizó en que “Chile no puede darse el lujo de mantener ineficiencias como esta si queremos retomar niveles razonables de crecimiento, las que se transforman en un impuesto al desarrollo”.

De acuerdo con el decano, “las proyecciones de mediano plazo de crecimiento del producto en torno al 2% no son suficientes para alcanzar niveles adecuados de desarrollo. Debemos aspirar a tasas sobre el 4% y eso exige una simplificación regulatoria relevante.

Lamentablemente, de los proyectos de ley hoy en tramitación, tanto el que revisa el sistema evaluación ambiental como el de permisos sectoriales, solamente una fracción de sus artículos apunta a mejoras sustantivas en la eficiencia del aparato público”.

Justamente, en relación con los actuales esfuerzos gubernamentales en torno a hacer más eficiente el sistema de tramitación de permisos para el sector inmobiliario industrial, en específico, tales como la digitalización de algunos trámites o la creación de plataformas para facilitar el seguimiento de expedientes, en opinión de Sergio Correa, “estas iniciativas aún son insuficientes. Las instituciones clave, como las DOM y el SEIA, necesitan más recursos y una mejor coordinación entre sí para agilizar el proceso, además de unificar criterios. El objetivo debería ser reducir la incertidumbre y los tiempos de espera para los desarrolladores”, explicó.

¿Cómo se puede avanzar en la mejora de esta situación, entonces? Según el vocero de Colliers, “es necesario un enfoque más integral. La digitalización de los procesos, como se ha intentado con las DOM, debería expandirse a todas las instituciones. También es clave simplificar las normativas, eliminando duplicidades y asegurando que los criterios sean claros y estandarizados a nivel nacional. Por último, aumentar los recursos de las entidades como las Seremi y el SEIA ayudaría

a acelerar la revisión de los proyectos y a reducir la acumulación de expedientes pendientes”.

Sobre este punto en particular, José Carabias agregó que “para avanzar en mejoras estructurales es fundamental considerar la agilización transversal en la tramitación de permisos sectoriales, evitando dejar fuera de los proyectos a aquellos entes que tienen un rol activo en esta materia, pero que hoy funcionan como organismos independientes. Estimular una gestión más eficiente de la permisología debe considerar también a tales unidades, para que el proceso más ágil pueda verse de manera práctica”.

En tanto, desde Ilogis, la propuesta de mejora debería apostar también por desarrollar normativas que tengan cierta especificidad. “La autoridad debe pensar las normativas que atienda las particularidades de los proyectos, en nuestro caso el ámbito industrial. Una normativa pensada en apoyar el desarrollo de este tipo de inversiones”, enfatizó Figueroa.

En esta línea, José Tomás Aguirre, Subgerente de Desarrollo Inmobiliario de Invisa, agregó que “en lo que se refiere a la permisología, lo que se busca es que los procesos se realicen con eficiencia y transparencia. Estamos de acuerdo con que existan regulaciones, por supuesto, y si es necesario entregar todo tipo de documentación requerida y someter el proyecto a diversas evaluaciones estamos dispuestos, no obstante, lo que no queremos es que – finalmente- la aprobación quede al criterio arbitrario de una persona o entidad. Queremos, en definitiva, un proceso transparente”.

Como resulta evidente, el fenómeno de la permisología tiene a la industria inmobiliaria y de la construcción en alerta. Parece haber un consenso de que hay un escenario regulatorio confuso y lento que golpea a los proyectos en los plazos y también en sus presupuestos de inversión. ■



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

Un firme compromiso con el éxito de tu negocio.



Confianza



Cercanía



Compromiso

En **Bodegas San Francisco** creemos en el poder de los sueños. Sabemos que cada proyecto, cada meta y cada paso que das, está lleno de esfuerzo. Por eso, estamos aquí para impulsarte y acompañarte en cada etapa.

BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO

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

bsf.cl



QUIEBRES Y EXCESOS DE STOCK. GUÍA PARA ENTENDER SUS EFECTOS Y BUENAS PRÁCTICAS PARA EVITARLOS



18

Tener la información de producto correcta y actualizada en tiempo real es imprescindible para controlar y localizar cada producto y conocer la cantidad exacta de stock disponible a la venta en cada canal y es un aspecto clave del éxito empresarial, porque se relaciona directamente con el cliente y su experiencia y satisfacción de compra.

Es por ello por lo que los fenómenos de quiebre o exceso de inventario sean materias de análisis constantes en las estrategias corporativas; dado que dichos eventos pueden generar perjuicios económicos determinantes y un desmedro

de la marca. Ahora bien, a fin de analizar las principales estrategias para prevenir la ocurrencia de estos fenómenos, lo primero es entenderlos. Así, en lo relativo a los denominados quiebres o roturas de stock sabemos que son situaciones que se producen cuando una empresa no puede

satisfacer la demanda de sus clientes, producto de que no cuenta con el inventario (stock) suficiente para cumplir con los pedidos, es decir, es un proceso de demanda de cliente no satisfecha. Por otra parte, el denominado exceso de inventario o sobrestock, se refiere a una situación que se presenta cuando el nivel de materiales, bienes, productos, artículos, subproductos o materiales recuperados que están en poder de una empresa supera excesivamente los índices de demanda, lo cual provoca un evidente desajuste en las dinámicas del negocio.

A fin de ejemplificar ambos fenómenos a partir de experiencias recientes, resulta interesante mencionar la denominada “crisis de los pepinos” en Islandia, acaecida a partir del consumo imprevisto de la fruta a raíz de una viral receta de TikTok. La repentina e inadvertida demanda del alimento llevó al quiebre en el stock en prácticamente todos los comercios del país; un fenómeno que no sólo afectó a cadenas de alimentos pequeñas y medianas, sino también a grandes cadenas de supermercados, entre ellas Kronan, la cadena de supermercados más popular de Islandia que al no advertir el fenómeno con antelación no tuvo tiempo para evitar el quiebre de stock.

Aunque resulte para muchos meramente anecdótico, la “crisis del pepino” es un caso digno de analizar, principalmente, considerando que Islandia está particularmente expuesta al riesgo de interrupciones en su cadena de abastecimiento de alimentos por su carácter insular y su ubicación al extremo norte de Europa, en pleno círculo polar ártico. Entonces, ¿cómo es que los comercios islandeses no previeron el quiebre de stock?

Pues bien, como hemos expuesto, la demanda excesiva de la fruta no fue prevista eficientemente y al percatarse del fenómeno, gestionar la importación del producto desde otros proveedores europeos se tornó una tarea titánica no sólo por la alta demanda del producto en el viejo continente, sino también por los costos asociados.

Volviendo a la experiencia de Kronan, según los ejecutivos de la cadena, este fenómeno se tornó exponencial, debido a diversos factores. El primero de ellos fue la demanda imprevista, el segundo, la dependencia de las fuentes de origen o proveedor; considerando que el 99% de los pepinos que comercializan provienen de cultivos de invernadero en la propia Islandia, cultivos que atravesaban una baja productiva, debido a temas estacionales.

A todo lo anterior, se sumó el regreso a clases en el país nórdico que traía aparejado altos niveles de demanda del alimento por parte de las escuelas que realizan altos niveles de pedidos a granel de la fruta. A partir de todo lo expuesto, los comercios islandeses tuvieron muy poco espacio de maniobra para gestionar las alzas repentinas en la demanda del pepino.

Desde la otra vereda, a la hora de ejemplificar los nefastos efectos del sobrestock o exceso de inventario no es necesario ir tan lejos, ya que en Chile diversos comercios

dedicados a la venta de artículos deportivos y recreativos atraviesan una grave crisis debido a la abrupta caída en la demanda de estos productos.

¿Cómo se origina la crisis de sobrestock de bicicletas en Chile y cuáles han sido sus efectos? Pues bien, de acuerdo con lo expuesto por los actores del sector, entre 2020 y 2022, pre y post pandemia, tanto la producción mundial como la venta de bicicletas a nivel global presentaron un incremento inusitado de hasta 5.000%. Como es lógico, Chile también fue parte de este boom de ventas. La demanda de bicicletas, sobre todo tras el fin del confinamiento por la pandemia literalmente se disparó.

Cabe destacar que, mientras en Chile el frenesí "biciclero" crecía, en Europa, por ejemplo, el fenómeno también se daba. De hecho, según lo expuesto a los medios por la tienda Decathlon, la venta de bicicletas en 2020 se multiplicó por dos o hasta tres veces en el viejo continente. Lo

mismo ocurría en China, donde las ventas se multiplicaron por cinco.

Pero, como dice el dicho popular, todo lo que sube tiene que bajar. Así, para mediados de 2022, la demanda de bicicletas en el país comenzaba a desplomarse, mientras que en paralelo los mercados de origen seguían produciendo el bien para ser exportado, comenzando así la problemática del sobrestock. De acuerdo con los actores del medio, la demanda estaba completamente alterada y al normalizarse se provocó la saturación del mercado nacional, ya que los comercios ya habían contraído compromisos contractuales de venta por volúmenes importantes con las fábricas.

Dado que los tratos comerciales no se pudieron deshacer, las deudas contraídas tienen al borde de la quiebra a emblemáticas marcas e importadores del rubro. Este es el caso de Andes Industrial, uno de los principales importadores de bicicletas en Chile, empresa que a 2023 acumulaba



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

deudas que superan los \$17.000 millones. A raíz de lo anterior, la empresa anunció el inicio de un proceso de reestructuración financiera para evitar la quiebra. En igual situación se encuentra la emblemática Oxford. Fundada en 1956 en Arica, en julio pasado, la popular marca implementó una reestructuración interna que incluyó la desvinculación de 28 trabajadores, debido al aumento de los costos operativos y una caída del 52% en las ventas durante 2022, equivalente a \$9.100 millones.

Por otra parte, MKR, otra de las grandes marcas de bicicletas del mercado nacional, en enero pasado, solicitó su reestructuración judicial. Con pasivos que superaban los \$9.200 millones, la compañía informó que la pandemia impulsó las ventas de bicicletas de forma inesperada, pero que la posterior desaceleración puso en jaque su situación financiera.

Los costos de enfrentar los fenómenos

EFFECTOS DEL QUIEBRE O EXCESO DE STOCK

descritos en las organizaciones pueden ser, tanto tangibles como intangibles, y subrayan la necesidad de generar estrategias proactivas y eficientes para la gestión de inventarios. Y es que las empresas deben esforzarse no solo por minimizar las roturas de stock y evitar el sobrestock, sino también por desarrollar planes de contingencia robustos que puedan mitigar rápidamente sus efectos cuando ocurren.

En este plano, resulta relevante describir algunos de los nefastos efectos que el quiebre o exceso de inventario puede acarrear a las empresas. Aquí se presentan algunas de las consecuencias ligadas a cada fenómeno por separado.

EFFECTOS DEL QUIEBRE DE INVENTARIO

Pérdida de ventas. La consecuencia más inmediata y obvia de una rotura o quiebre

de stock es la pérdida de ventas. Cuando los clientes no encuentran el producto que buscan es posible que opten por comprarlo a la competencia o decidan no realizar la compra. Esto no solo afecta los ingresos a corto plazo, sino que también puede cambiar los hábitos de compra del consumidor a largo plazo, alejándolos de la marca.

Deterioro de la relación con los clientes. La insatisfacción del cliente es una repercusión significativa de los quiebres de stock. Los clientes esperan disponibilidad y confiabilidad cuando eligen dónde comprar y la falta de un producto puede llevar a una pérdida de confianza en la empresa, resultando en una disminución de la lealtad del cliente.

Aumento de los costos operativos. Intentar resolver los quiebres de stock puede llevar a aumentos significativos en los costos operacionales. Las soluciones rápidas, como los pedidos de emergencia a proveedores o el transporte expedito, son considerablemente más caros que las operaciones planificadas normalmente.

Impacto en la cadena de suministro. Una rotura de stock en un punto puede causar cuellos de botella e ineficiencias en otros puntos de la cadena de suministro. Por ejemplo, el sobre almacenamiento de otros productos para compensar futuras roturas puede llevar a un exceso de inventario que eventualmente podría resultar en obsolescencia.

Daño a la reputación de la marca. En la era de las redes sociales y las reseñas en línea, una experiencia negativa como encontrar un producto agotado puede ser rápidamente amplificada y disuadir a nuevos clientes potenciales de elegir una marca. Al mismo tiempo, restaurar la imagen de una marca después de tales incidentes puede requerir tiempo y recursos adicionales.

Oportunidades de mercado perdidas. Además de las ventas perdidas, los quiebres de stock pueden hacer que una empresa pierda oportunidades de mercado

cruciales, especialmente si ocurren durante periodos de alta demanda como lanzamientos de productos o promociones especiales.

EFFECTOS DEL EXCESO DE INVENTARIO

Caducidad de los productos. Hablamos concretamente de los productos que han sido elaborados para el consumo en temporadas o plazos específicos, y que no dan margen de espera. Ante esto, las opciones son básicamente dos: se ofrecen con descuentos o simplemente se dan por perdidos.

Problemas de flujo y liquidez. Cuando las ventas son la principal fuente del pago de obligaciones, el sobrestock supone una reducción del flujo de caja de los negocios y, en los peores casos, puede poner en entredicho su sostenibilidad.

Problemas de espacio. No es sólo el hecho que el espacio destinado a almacenar los productos no adquiridos en el mercado sea insuficiente; es que, además, su almacenamiento aumenta los costos de mantenimiento, personal, suministros, seguros, entre otros.

Reducción de márgenes de venta. Muchas empresas acaban ofreciendo los productos acumulados en sus estanterías o almacenes a precios más bajos que los habituales, lo cual supone una fisura significativa en los datos contables.

BUENAS PRÁCTICAS...

Como hemos expuesto, evitar los quiebres de stock o el sobreinventario es fundamental para mantener la satisfacción del cliente, optimizar las operaciones y asegurar la salud financiera de una empresa. De ahí que implementar estrategias efectivas para prevenir estos fenómenos pueda significar la diferencia entre una empresa que prospera y una que lucha por mantenerse a flote. ■



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

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

En un contexto marcado por la creciente complejidad de las cadenas de suministro, la omnicanalidad y la exigencia de los consumidores, las empresas del retail enfrentan desafíos sin precedentes. La logística, como pilar fundamental de la operación, debe adaptarse a esta nueva realidad. Este estudio de Deloitte busca conocer la situación actual de las operaciones logísticas de Centros de Distribución en empresas chilenas, abordando desafíos, problemas, niveles de madurez en procesos y sistemas, gestión de KPIs y obsolescencia, así como la disposición para la adopción de tecnologías emergentes, con el fin de proporcionar insights que guíen la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de acciones para mejorar la eficiencia y competitividad en el ámbito logístico.

Este análisis profundizará en las deficiencias de los Centros de Distribución chilenos, evaluando la madurez de sus procesos, métricas clave y su impacto en la gestión empresarial. Asimismo, analizará las estrategias actuales para gestionar la obsolescencia tecnológica y operativa, identificando los principales desafíos futuros para la cadena logística nacional, con especial énfasis en la adopción tecnológica, la eficiencia y la sostenibilidad.

DE LA MANUALIDAD A LA AUTOMATIZACIÓN Y TECNOLOGÍA

22

Una evolución necesaria al consultar sobre las principales problemas que existen en las operaciones logísticas en los Centros de Distribución, la mayoría de los encuestados (68%) indica como principal dolor una alta manualidad en los procesos (42% si, 26% a veces), el cual justificaría el por qué los mismos encuestados indican que 2 de sus principales desafíos son el mejorar la productividad (88% de acuerdo o muy de acuerdo) y mejorar los niveles de servicio (88% de acuerdo o muy de acuerdo), evidenciadas en el gráfico N° 2.

DIAGNÓSTICO DE OPERACIONES LOGÍSTICAS EN LA INDUSTRIA DE CONSUMO EN CHILE



En este artículo se abordan los principales aspectos que arrojó el estudio realizado por Deloitte en base a una muestra de 81 encuestados, tomadores de decisión relacionados a la logística y distribución con foco en la industria de Consumo, durante los meses de mayo y julio 2024.

Lo anterior, va de la mano con que otros desafíos son el aumento de apoyo de sistemas (87% de acuerdo o muy de acuerdo) y la automatización (88% de acuerdo), lo que, si se logra, permitiría aumentar tanto la productividad como los niveles de servicio de la operación (los desafíos mencionados). Esto resalta la oportunidad de invertir en tecnologías que reduzcan la dependencia en procesos manuales, me-

jorando así la productividad y la eficiencia operacional, a la vez que se reducen los errores y accidentes operacionales.

Así, en la gestión moderna de Centros de Distribución, la automatización y la incorporación de tecnología son necesarias para superar los desafíos en eficiencia, productividad y cumplimiento de niveles de servicio, y transformar las operaciones



Gráfico N2: Principales desafíos en las operaciones de Centros de Distribución

y responder de manera más ágil y efectiva a las demandas del mercado.

Según lo expuesto, la mayoría de los encuestados indica que invertiría en automatizaciones en los procesos de recepción y almacenamiento. En ese sentido, las principales tecnologías a invertir según los resultados de la encuesta serían Cloud Computing (30%), IoT (32%), automatizaciones (sorter, ASRS, multishuttle, etc) (27%) y tecnología utilizable en el cuerpo como Voice picking o Smart glasses (25%).

En lo que respecta a la madurez actual de los de los procesos logísticos, como recepción, almacenamiento, picking o despacho, solo el 57% de los encuestados la auto reconocen como "alta", mientras que en el proceso de logística inversa esto solo corresponde al 46%, por lo que aún hay un alto porcentaje de encuestados que considera que existen oportunidades que abordar en estos procesos para evolucionar al siguiente nivel de operatividad eficiente en la logística y distribución.

Por otro lado, según lo señalado en el gráfico N°4, el 54% indicó que tiene una madurez media o baja en sistemas de gestión de bodega (WMS o similares) y el 60% una madurez media o baja en herramientas de visualización y de gestión de indicadores (Torre de Control, dashboards, etc), por lo que aún queda un gran espacio para seguir invirtiendo en estas tecnologías y poder acortar las brechas.

Los resultados concernientes a la madurez operacional y sistémica respaldan los resultados anteriormente mencionados respecto a la alta manualidad, altos costos de operación y la baja implementación de sistemas de apoyo en su operación logística en sus Centros de Distribución.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y SU IMPACTO EN LA EFICIENCIA OPERACIONAL

Las tecnologías más innovadoras son clave en la transformación y optimización de las operaciones. Tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial, el Internet of Things (IoT), el Cloud Computing y los vehículos autónomos están redefiniendo la eficiencia y la precisión en cada etapa del proceso logístico. Desde la carga y descarga hasta el empaque y despacho, la adopción estratégica de estas herramientas no solo mejora la productividad, sino que también facilitan un control más riguroso y la eficiencia operativa.

En esta misma línea, tal como se comentó previamente, se evidencia en el gráfico N°5, que tanto IoT (32%) y Cloud Computing (30%) son las tecnologías donde los encuestados están más dispuestos a invertir en los próximos años. Esto indica una alta tendencia hacia la digitalización,

Solución security:



Protección para tus choferes, carga y activo



Detección de Jammer



Reduce Riesgos en el Despacho



Corte Combustible



Cerradura Randomica



Rastreo de Mercaderia



Bloqueo Quinta Rueda



- 1 REDUCE ROBOS.
- 2 AHORRA COMBUSTIBLE.
- 3 DISMINUYE TIEMPOS MUERTOS.
- 4 REDUCE COSTOS.
- 5 EFICIENCIA OPERATIVA.

+56 2 2389 3000

in o f @WisetrackCorp

www.wisetrackcorp.com





Gráfico N4: Nivel de madurez de los sistemas de apoyo

lo que podría mejorar significativamente la visibilidad, control y eficiencia de la operación.

En cuanto a los vehículos autónomos (AVGs) y los robots móviles automatizados (AMRs), los encuestados señalaron su preferencia a invertir en ellos en los procesos de carga y descarga (20%) y en el de despacho (22%), los cuales son procesos donde la precisión y la rapidez son críticas para la eficiencia general del centro de distribución.

Se debe mencionar, que la integración de las tecnologías recientemente mencionadas (Cloud Computing y los AMRs), se está utilizando de manera importante en las compañías con mayores niveles de automatización a nivel mundial durante los procesos de recepción de productos, en lo que comúnmente se llama "Smart Receiving" (recepción inteligente), ofreciendo un flujo de recepción de productos totalmente automatizado en las bodegas, reduciendo los costos de mano de obra y mejorando la eficiencia operativa, al eliminar la necesidad de manipulación en dos pasos, facilitando así la transferencia directa de productos desde el camión hacia la zona de almacenamiento.

Por otro lado, aunque en general tiene menor presencia, la Generative AI alcanza su mayor relevancia en los procesos de empaque y despacho (22%). Esto indicaría una adopción emergente de herramientas de IA generativa para optimizar el proceso de despacho, por ejemplo, para entregar inteligencia al distribuir la carga en los camiones y facilitar la descarga en los destinos a los que debe acudir cada camión.

En cuanto a la Inteligencia Artificial (IA), se observa que los encuestados mostraron una preferencia consistente en todos los procesos logísticos de Centros de Distribución, con un 15% en los procesos de carga, descarga y apilamiento, un 26% en la recepción y almacenamiento, un 22% en picking y clasificación, y un 17% en empaque y despacho. Esta preferencia sugiere que los encuestados consideran a la IA como una herramienta versátil para optimizar procesos y tomar decisiones más informadas en múltiples áreas operativas.

Los procesos de empaque y despacho presentan una adopción bastante distribuida entre tecnologías como IoT (20%), Cloud Computing (18%), Inteligencia Artificial (17%), y Blockchain (15%). Esto indica que las empresas están explorando múltiples tecnologías para optimizar estos procesos, buscando un equilibrio entre eficiencia y control a lo largo de la cadena de suministro. En síntesis, este análisis explora cómo estas tecnologías están impactando

cada proceso crítico en la operación al interior de los centros de Distribución, destacando las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas en su camino hacia una mayor competitividad y resiliencia.

Además, los datos destacan cómo las distintas tecnologías tienen intenciones de ser estratégicamente adoptadas en diversas áreas operativas, con un enfoque claro en mejorar la eficiencia, la conectividad y la automatización en los centros de distribución.

LA GESTIÓN DEL INVENTARIO COMO CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD LOGÍSTICA

En un entorno donde las expectativas de servicio y la presión por reducir costos son cada vez mayores, las empresas recono-

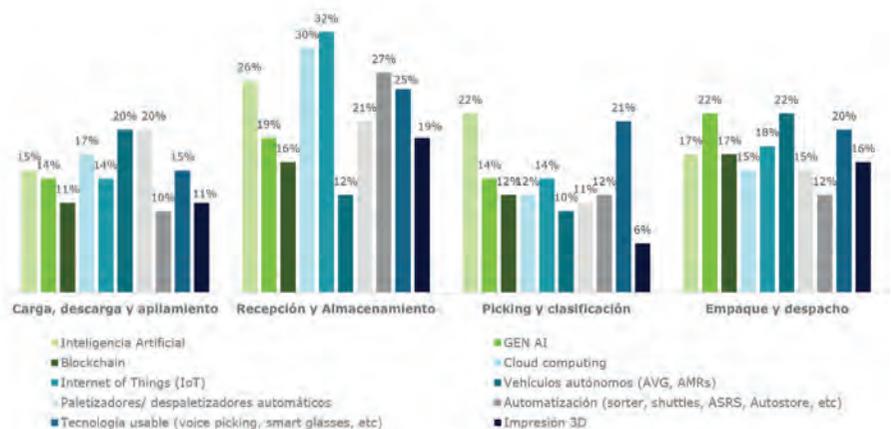


Gráfico N5: Disposición a invertir en tecnologías en los próximos años por procesos logísticos



BODENOR FLEXCENTER

LO BOZA 422, NAVE 2 YA CUENTA CON CERTIFICACIÓN LEED
BAJO EL SISTEMA LEED V4 BD+:CORE&SHELL



En BFC Vamos por más proyectos que incorporen estos criterios de sustentabilidad, eficiencia energética y calidad ambiental.



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

☎ + 56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL



cen la importancia de optimizar sus procesos de inventario para minimizar mermas y obsolescencia, así como quiebres y sobrestock, al tiempo que buscan fortalecer sus sistemas de apoyo. Es por ello que es clave el profundizar en la relevancia estratégica de la gestión de inventarios, así como en los desafíos que enfrentan las organizaciones respecto a ello y las oportunidades para mejorar su competitividad.

Al analizar los resultados concernientes a dolores asociados a la gestión del inventario en el gráfico N°6, pareciera que no suelen ser dolores tan generalizados entre los encuestados, ya que solo 1 de cada 3 (34%) considera el exceso de stock como un problema, algo similar sucede quiebres de inventario (46%), altos niveles de obsolescencia (31%) y altos niveles de mermas (35%). Esto contrasta con lo que manifestaban a nivel de cuáles eran sus principales desafíos, ya que al cruzar estos resultados con lo revisado en el gráfico N°2, un alto porcentaje de los encuestados considera desafíos importantes el reducir quiebres y sobre stock (79%), mientras que un 80% de los encuestados considera como desafío esencial el reducir obsolescencia y mermas. Este contraste se debe a que la gestión del inventario es un desafío permanente y en el que se debe buscar la mejora continua.

Por otro lado, cabe destacar que uno de los principales problemas señalados por los encuestados, se relaciona con las diferencias entre inventarios físicos y sistémicos (56%), esto va de la mano con la alta manualidad indicada como el principal dolor (68%) y por la ausencia de sistemas de apoyo (53%), ya el no poseer sistemas que soporten la operación (ej: WMS) implica cometer mayor cantidad de errores durante la operación, permitiendo aumentar las diferencias de inventario entre el físico y lo indicado en el sistema.

En lo que respecta a los resultados de madurez, éstos muestran en el gráfico N°7, que un 45% indica un nivel medio o bajo de madurez en sus procesos de gestión de inventario, un 55% consideran que posee un nivel bajo o medio en los sistema de

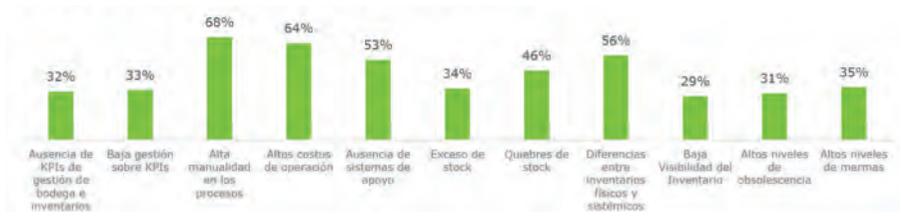


Gráfico N°6: Problemáticas identificadas sobre la gestión de inventarios

apoyo a la gestión del inventario y por último un 57% manifiesta una madurez baja o media con respecto al uso y gestión de KPIs asociados a la gestión de los inventarios, como por ejemplo los de rotación, días de inventario, niveles de servicio, porcentaje de obsolescencia, entre otros. Lo anterior indica que existe aún un espacio importante muchas compañías para poder mejorar la madurez a todo nivel en la gestión del inventario, alineados con los altos resultados respecto a los desafíos que indicaron los encuestados y así poder llegar a un nivel de madurez que permita ser una referencia y líder de la industria, tanto a nivel de procesos, organización, sistemas y gestión de indicadores (KPIs) asociados a la gestión del inventario.

Ante lo anterior, se puede concluir que la gestión del inventario es clave para las empresas que buscan mantenerse competitivas en un mercado cada vez más exigente y orientado a la eficiencia, por lo que debe considerarse una prioridad estratégica para mejorar la cadena de suministro.

TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

La sostenibilidad ha sido uno de los factores que ha ido adquiriendo relevancia para las organizaciones en los últimos años, posicionándose como un pilar estratégico en la cadena de suministro en la industria de consumo. Es por ello por lo que las empresas enfrentan la necesidad de integrar prácticas sostenibles que no solo mejoren su impacto ambiental, sino que también optimicen la eficiencia operativa.

Esto se puede apreciar observando el gráfico N°2 al comienzo de este documento, donde se manifiesta un compromiso claro con la sostenibilidad operacional, ya que el 90% (52% "De acuerdo" y 38% "Muy de acuerdo") de los encuestados considera como un desafío esencial el avanzar hacia operaciones más sustentables, lo que refleja un fuerte consenso sobre la importancia de la sostenibilidad como un objetivo estratégico en la logística y gestión de centros de distribución.

Sumado a ello, generar sinergias operacionales también son clave para avanzar hacia una operación sostenible y eficiente, donde un 86% de los encuestados está de acuerdo en la importancia de generar sinergias operativas. Otro de los desafíos que podemos asociar a la búsqueda de una operación sostenible es el de reducir mermas, tal como se comentó anteriormente en este documento, el 80% de los encuestados manifestó su necesidad de avanzar en ese desafío, permitiendo por un lado reducir la pérdida de ingreso por merma y, por otro lado, contribuir al cuidado del medio ambiente reduciendo desechos.

Estas cifras indican que la reducción del desperdicio y la mejora de la eficiencia en la cadena de suministro son vistas como elementos esenciales para avanzar hacia una logística más sostenible. Lo que sustenta la idea de que la transición hacia la sostenibilidad en la logística chilena está alineada con desafíos globales, respecto al manejo de residuos, la reducción de emisiones de CO2 y la implementación de flotas eléctricas, entre otros. ■

Autores: Daniel Ortega, líder de Supply Chain y Cristian Gómez, gerente de Supply Chain & Network Operations Deloitte.



CHILE
INTERSYSTEMS
Soluciones Logísticas



ÁGUILA
SISTEMAS

**TENEMOS EL MEJOR SISTEMA DE
ALMACENAJE PARA TU NEGOCIO.**

**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



DE LA RESISTENCIA A LA RESILIENCIA: CÓMO EVITAR ERRORES CRÍTICOS EN GESTIÓN DEL CAMBIO



28

La flexibilidad, adaptación al cambio y la resiliencia son requisitos indispensables para las empresas competitivas, más aún en rubros tan dinámicos como el de la cadena de suministro. En este contexto, el rol de los líderes se torna crítico y desafiante; ya no se trata solo de implementar nuevas herramientas o procesos, sino de preparar a los equipos para enfrentar entornos en constante evolución y fomentar una cultura que impulse la transformación.

Para la consultora McKinsey, estamos viviendo en “la era de la agitación organizacional perpetua”. Con este concepto, los expertos de esta agencia estratégica describen la realidad que viven hoy las empresas. Los cambios son de gran alcance, omnipresentes en todas las funciones

y organizaciones y, de hecho, suceden todos a la vez”, precisan en un artículo del 2023.

Frente a este escenario, sostienen, la única opción posible es que las organizaciones adopten enfoques mucho más dinámicos, flexibles e intuitivos: “la forma en que las

empresas afronten estos cambios-ya sea aprovechando las oportunidades que ofrecen o dejándose abrumar por los desafíos -se está convirtiendo en un factor determinante del éxito”.

Y si bien, muchas empresas son conscientes de la necesidad del cambio, diversas investigaciones muestran que la tasa de éxito en los procesos de transformación es desalentadoramente baja. ¿Es posible, entonces, conducir un proceso exitoso, en rubros especialmente vertiginosos como el Supply Chain?

Aunque no existen fórmulas que apliquen para todos, hay factores mínimos comunes: un liderazgo fuerte e inspirador, una comunicación efectiva, capacitación y monitoreo continuo. Por supuesto, la tecnología e innovación son esenciales en las empresas actuales, pero lo que determinará, en gran medida, el éxito de una empresa es una adecuada gestión de sus personas y equipos. A continuación, algunos aspectos que se deben considerar:

1 INVOLUCRAR A LOS COLABORADORES

El compromiso y la participación de los trabajadores es uno de los elementos que más contribuyen al éxito de un proyecto. Y para lograrlo es recomendable trabajar, al menos, en cuatro ámbitos: concientizar sobre la necesidad y urgencia del cambio; involucrarlos a los equipos desde un comienzo en los proyectos, capacitarlos adecuadamente y fomentar eventos especiales que promuevan el cambio.

2 COMUNICACIÓN CLARA

La falta de comunicación efectiva sobre los motivos y beneficios del cambio puede generar resistencia y malentendidos. Por ello, es fundamental implementar estrategias de comunicación transparentes y continuas, que incluyan actualizaciones regulares y aseguren canales para que todos los niveles de la organización comprendan el propósito y el impacto del cambio. Es importante adaptar los mensa-

jes a las distintas audiencias de la organización e incluir razones claras y convincentes del cambio. Los colaboradores deben ser conscientes de la necesidad y urgencia de los cambios. Asimismo, deben conocer las implicaciones de no cambiar.

3 PREPARARSE PARA LA RESISTENCIA

La resistencia al cambio es uno de los mayores desafíos que enfrentan las organizaciones. Es una respuesta natural de los seres humanos, que a menudo se basa en el desconocimiento o conceptos erróneos, pero no prepararse para manejarla puede obstaculizar la transición.

McKinsey & Company señala que, si se comprende adecuadamente, la resistencia puede guiar hacia estrategias de cambio más eficaces y sostenibles. “La resistencia ofrece valiosos conocimientos sobre el núcleo de las preocupaciones de la organización. Al rediseñarla como un aliado, desbloqueamos una poderosa herramienta para el compromiso y el cambio sostenible”, sostienen.

Es de gran relevancia identificar las fuentes de esta resistencia, que pueden ir desde el miedo a perder el empleo hasta la falta de confianza en la nueva dirección, y abordarlas de manera proactiva, a través de diálogos abiertos y espacios en los que se puedan explorar nuevas formas de pensar.

Los líderes deben convertirse en los principales promotores del cambio y para ello, los expertos aconsejan: desarrollar aliados dentro de la organización, asegurar los recursos necesarios y, sobre todo, vencer la resistencia personal al cambio para inspirar y guiar a los equipos. El objetivo de estos esfuerzos es construir una base de empleados que demuestren la voluntad de participar en el cambio y colaborar con las personas que gestionan el cambio.

De acuerdo a Harvard Business Review, los líderes que escuchan y abordan la resistencia pueden descubrir y mitigar los problemas subyacentes, lo que lleva a un

aumento del 30% en la tasa de éxito de las iniciativas de cambio.

Del mismo modo, es importante crear planes específicos para grupos potencialmente más resistentes. Según un estudio reciente de la consultora global Prosci, los grupos más resistentes al cambio son los mandos medios y, en segundo lugar, los empleados de primera línea, cuyas actividades en el trabajo están cambiando.

4 FORMACIÓN Y EL DESARROLLO DE HABILIDADES

La implementación de cambios sin una adecuada formación puede llevar a errores operativos y a una baja adopción de nuevas tecnologías o procesos. Por ello, es esencial contar con un plan de formación exhaustivo que cubra no solo las nuevas herramientas y procesos, sino también cómo estos se integran en el flujo de trabajo actual es indispensable.

LOS 5 FACTORES EN SUPPLY CHAIN

Además de enfrentar la resistencia al cambio, la consultora Prosci sostiene que la gestión del cambio en las cadenas de suministro debe tener muy en cuenta estos 4 aspectos:

Interrupciones en la cadena de suministro: gestionar y mitigar las interrupciones derivadas de los cambios en el mercado o de factores externos, mejorando la resistencia operativa.

Integración tecnológica: se debe preparar y equipar a las personas para utilizar las nuevas tecnologías a medida que se integran con los sistemas existentes, minimizando la resistencia.

Brechas de comunicación: se debe trabajar en una comunicación más eficaz, por parte de las personas adecuadas y en el momento adecuado durante el cambio, para permitir claridad y coherencia.

Medición del éxito: los agentes de cambio necesitan definir métricas para sus iniciativas, que corroboren los esfuerzos personales y de equipo. Es conveniente crear métricas sencillas, que muestren con precisión la situación actual de la organización y hacia donde se quiere ir. Hay que ser claros y transparentes respecto de las actividades y responsabilidades, para que las partes involucradas puedan evaluar, actuar y corregir cualquier problema, lo antes posible.

LIDERAR A OTROS A TRAVÉS DEL CAMBIO CONTINUO

Tal como hemos dicho, el papel del líder en los procesos de transformación es crucial. Los nuevos escenarios exigen que estos profesionales tengan un rol más integral y una comprensión profunda del contexto en el que se mueven. Deben ser capaces, no solo de enfocarse en las ganancias de la empresa, sino también en motivar e inspirar a sus equipos con un propósito claro.

En ese contexto, los líderes deben mostrar empatía y apoyo a sus equipos durante tiempos difíciles y proporcionar herramientas para facilitar los cambios, asegurándose de que todos comprendan hacia dónde intenta llegar la empresa, por qué y cómo será el resultado final. Solo así será posible convertir la resistencia en resiliencia. ■

En un entorno de constante evolución, la gestión del cambio es esencial para mantener la competitividad. Sin embargo, situaciones como la resistencia al cambio o las brechas de comunicación pueden comprometer seriamente el éxito de un proceso.

CYBER MONDAY 2024: EL DÍA DESPUÉS Y LOS DESAFÍOS QUE VIENEN

Tras el término de las Fiestas Patrias, el sector retail se ha lanzado de lleno hacia uno de los eventos más importantes del comercio digital: Cyber Monday 2024. Durante los días 30 de septiembre, 1 y 2 de octubre, la industria experimentó un aumento vertiginoso en el volumen de pedidos, poniendo a prueba la capacidad de respuesta y eficiencia de las cadenas logísticas.

Para muchos, los resultados obtenidos durante este evento electrónico son significativos en términos comerciales de sus compañías, ya que el Cyber Day 2024 se ha consolidado como uno de los eventos de compras más importantes del e-Commerce y por tanto dejó numerosas lecciones tanto para los consumidores como para las empresas.

30

Las empresas de retail enfrentan el desafío de satisfacer la creciente demanda de los consumidores, quienes buscan aprovechar las mejores ofertas del año. Esto implicó una coordinación impecable entre los equipos de logística, transporte y distribución para garantizar que cada pedido llegará a tiempo, incluso en momentos de alta presión.

Además de las ventas masivas, el éxito del Cyber Monday 2024 se midió por la capacidad de las empresas de cumplir con las expectativas de entrega rápida y precisa,

un factor clave en la satisfacción del cliente. Durante estos días, la logística se convirtió en el pilar fundamental para asegurar una experiencia de compra fluida y sin contratiempos.

Con los volúmenes de envíos disparados y las expectativas de los consumidores en constante crecimiento, la tecnología y la innovación jugaron un papel crucial para manejar la enorme carga de trabajo. El uso de herramientas avanzadas de gestión de inventarios, el monitoreo en tiempo real de los envíos y el despliegue de soluciones automatizadas en centros de distribución marcaron la diferencia para muchas empresas que participaron en este gran evento de e-Commerce.

A medida que los retos logísticos aumentan, queda claro que aquellos actores que apuestan por la mejora continua y la optimización de sus procesos seguirán siendo los líderes en un mercado cada vez más competitivo. El Cyber Day 2024 no solo fue una oportunidad de compra masiva, sino un reflejo del futuro del e-Commerce, donde asoman las siguientes tendencias:

1. El auge del Social Commerce: Las redes sociales han jugado un papel crucial durante el Cyber Day 2024. Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok se han convertido en mercados principales, permiti-

tiendo a las marcas conectarse directamente con los consumidores a través de experiencias interactivas de compra. Este evento demostró que las empresas que aprovechan el social commerce pueden no solo aumentar las ventas, sino también fidelizar a sus clientes de manera más efectiva. La lección clave es que las marcas deben estar presentes en las plataformas sociales donde se encuentran sus consumidores.

2. Optimización de la logística y la última milla: Uno de los mayores desafíos revelados por el Cyber Day fue la logística de entrega, especialmente el último tramo. La demanda masiva durante estos eventos pone a prueba la capacidad de las empresas para entregar productos de manera rápida y eficiente. Este año, las compañías que implementaron tecnologías de inteligencia artificial y machine learning para optimizar rutas de entrega lograron minimizar retrasos y mejorar la experiencia del cliente. La automatización y el uso de IA en la logística no solo mejoraron la velocidad de entrega, sino que también optimizaron los costos.

3. Personalización impulsada por datos: Otro aprendizaje clave del Cyber Day 2024 es la importancia de la personalización. Las empresas que utilizaron datos de comportamiento del consumidor y análisis predictivo para ofrecer ofertas



El evento digital más grande del año ha concluido, dejando lecciones clave para el retail y la logística. Mientras las empresas analizan su rendimiento, las demandas de los consumidores siguen en ascenso. ¿Qué desafíos logísticos y estratégicos enfrentan ahora las compañías? Y ¿Cuáles son las reflexiones que sacan los ejecutivos?

personalizadas vieron un aumento en las conversiones y la satisfacción del cliente. Los compradores buscan experiencias de compra adaptadas a sus necesidades y preferencias, y las marcas que logran proporcionar estas experiencias son las que se destacan en un mercado tan competitivo.

4. Ciberseguridad: Un pilar esencial: Con el aumento de las transacciones en línea durante eventos como el Cyber Day, la ciberseguridad se convierte en una preocupación crítica. El 2024 subrayó la necesidad de que las empresas refuercen sus sistemas de protección contra ataques cibernéticos. Los consumidores también están más conscientes de la importancia de la seguridad digital, y priorizan marcas que garanticen la protección de sus datos personales. Las empresas deben invertir en tecnologías de seguridad más avanzadas para evitar brechas de datos que puedan dañar su reputación.



Eduardo Torres
Chief Operating Officer
de Kitchen Center

REFLEXIONES POST CYBER MONDAY: RETOS Y APRENDIZAJES DESDE EL SUPPLY CHAIN

Tras el intenso período del Cyber Monday 2024, las empresas han comenzado a evaluar su rendimiento y a extraer valiosas lecciones para optimizar futuras campañas de venta masiva. Dos líderes del sector, Eduardo Torres, Chief Operating Officer de Kitchen Center, y José Muñoz, gerente de e-Commerce en Italmod, comparten sus análisis sobre los principales desafíos y aprendizajes que dejó este evento.

Una mirada operativa. Desde una perspectiva 100% operativa, Eduardo Torres destaca cuatro grandes áreas críticas que deben abordarse una vez finalizado el CyberMonday. Estas áreas representan los principales desafíos que enfrenta la logística durante una alta demanda como los vividos en estas jornadas.

El ciclo de la venta: Para Torres, el verdadero cierre está en la entrega, ya que una venta no se completa con la simple transacción. "El ciclo de la venta no se cierra hasta que el cliente recibe su producto o servicio y se cumplen sus expectativas", señala. En eventos como el Cyber Monday, donde se procesan miles de pedidos en un corto lapso de tiempo, este es un desafío logístico monumental. Asegurar que cada pedido llegue a tiempo y en las condiciones prometidas es fundamental no solo para mantener la satisfacción del cliente, sino también para construir una reputación sólida en un mercado altamente competitivo. Cualquier falla en este punto puede impactar directamente la confianza del consumidor en la marca.

Nivel de servicio: Uno de los mayores retos operativos durante el Cyber Monday es mantener un nivel de servicio excelente en un entorno de estrés. "Los pedidos son muchos, el tiempo es poco, la presión es altísima y el negocio no puede parar", comenta Torres. Mientras que en periodos regulares es más fácil alcanzar altos ratios de eficiencia, el desafío real surge en los momentos de máxima demanda.

"El gran reto es lograr mantener esos ratios durante el peak de la ola", añade el ejecutivo de Kitchen Center. Aquí es donde la resiliencia de la cadena de suministro y la capacidad de respuesta rápida juegan un rol decisivo. Las empresas que logran sostener su calidad de servicio durante esta demanda se posicionan como líderes del sector.

Costos ocultos: Torres también destaca el impacto de los costos invisibles, aquellos que rara vez están contemplados en los presupuestos pero que emergen durante eventos como el Cyber Monday. La contratación de personal temporal, la sobrecarga en la última milla y el packaging adicional son ejemplos de costos que se dispa-

ran fácilmente durante estos periodos. "La clave está en gestionar estos costos sin perder de vista los márgenes", subraya Torres. Las cadenas de suministro que son capaces de controlar sus gastos sin comprometer el servicio son las que logran mantener su rentabilidad en estos eventos de alta demanda.

Logística inversa: A menudo olvidado en las planificaciones del Cyber, el proceso de devoluciones o logística inversa es uno de los más complicados de gestionar, según Torres. "Es un proceso doloroso, ya que va en contra del flujo de la operación, y suele darse en el periodo de mayor demanda", explica el Chief Operating Officer de Kitchen Center. Las devoluciones, que incluyen desde productos defectuosos hasta cambios de talla o preferencias, deben manejarse con eficiencia para minimizar el impacto en el inventario y evitar fricciones con los clientes. La visibilidad y el control en este proceso son esenciales para reducir las pérdidas y mantener la satisfacción del cliente.

UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA

Por su parte, José Muñoz aborda este evento electrónico desde una perspectiva más estratégica, enfocada en el aprendizaje y la optimización de las estrategias comerciales para futuras campañas.

Si bien, el ejecutivo de Italmod reconoce el éxito de la compañía en el evento recién pasado, afirma que el Cyber Monday es una oportunidad no solo para vender, sino también para aprender. "Después de cada evento como este, nos queda la tarea de analizar si las estrategias que utilizamos fueron las adecuadas", comenta.

En términos de diseños de ofertas, promociones y apuestas comerciales, Muñoz destaca la importancia de revisar lo que funcionó y lo que no.

Esto incluye identificar qué productos tuvieron mayor aceptación, cuáles fueron



José Muñoz
Gerente de e-Commerce
en Italmod

los canales más efectivos y cómo responder mejor al comportamiento de los consumidores en línea. Este análisis permite ajustar las tácticas a futuro, alineando la oferta con las verdaderas necesidades y preferencias de los clientes.

Para Italmood, participar en los marketplaces correctos, aquellos alineados con su categoría de productos, se ha convertido en una estrategia crucial para maximizar las oportunidades de venta.

Uno de los puntos más importantes que destaca Muñoz es el creciente papel de los marketplaces en el éxito del Cyber. "Hoy en día, los marketplaces son una ventana clave para nuestros clientes, ofreciendo flujos de ventas importantes", explica. Las plataformas de terceros no sólo facilitan una mayor visibilidad de los productos, sino que también son una fuente de ingresos significativa. Para Italmood, participar en los marketplaces correctos, aquellos alineados con su categoría de productos, se ha convertido

en una estrategia crucial para maximizar las oportunidades de venta. El gerente de e-Commerce subraya la importancia de aprovechar estas plataformas para aumentar las ventas y consolidar la presencia de la marca en el mercado digital.

Otra lección importante del Cyber Monday para Muñoz es la necesidad de seguir avanzando en la personalización de la oferta. "Es vital comprender mejor el comportamiento de nuestras clientas para ofrecer productos más ajustados a sus necesidades", señala el ejecutivo.

A medida que las empresas recogen más datos sobre sus consumidores, la capacidad de segmentar y personalizar la oferta se convierte en un diferenciador clave. Las empresas que logren adaptarse a las

preferencias individuales de sus clientes estarán mejor posicionadas para capturar la lealtad y asegurar el éxito a largo plazo.

El Cyber Monday 2024 ha dejado valiosas lecciones tanto operativas como estratégicas. Para Eduardo Torres, la clave está en cerrar el ciclo completo de la venta mientras se gestionan los costos y se mantiene un nivel de servicio impecable. Por su parte, José Muñoz pone énfasis en analizar las estrategias empleadas, optimizar la presencia en marketplaces y personalizar cada vez más la oferta para satisfacer las expectativas del consumidor moderno.

De cara al futuro, las empresas que logren equilibrar la eficiencia operativa con la flexibilidad estratégica serán las que dominen en un entorno de e-Commerce cada vez más competitivo. ■



LÍDERES EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE Y AUTOMATIZACIÓN ¡APROBADOS POR LA NATURALEZA!



¡Síguenos!



CYBER DAY: LA LOGÍSTICA ES Y SERÁ EL PILAR DEL ÉXITO DEL E-COMMERCE

Cuando las empresas sacan cuentas alegres de las ventas y transacciones realizadas durante el pasado Cyber queda también en la atmosfera la sensación de éxito en cuanto a la operación logística y los avances que la industria ha tenido en esta materia. No hay Cyber sin logística y eso queda en evidencia año a año. El gerente general de la CCS compartió su visión sobre cómo las empresas pueden diferenciarse en este competitivo entorno, además de analizar los avances y desafíos de la logística actual.

Superando las expectativas cerró esta nueva versión del CyberMonday 2024. Las cifras de ventas alcanzaron los 447 millones de dólares, registrando un nuevo récord histórico, según informó la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), ente organizador de este evento comercial.

Estos números no solo representaron un aumento del 6,9% (nominal en dólares) respecto del año pasado, sino que además superaron la anterior marca que se mantenía desde 2021, en pleno boom del comercio electrónico en pandemia. Por otro lado, el total de transacciones sobrepasó las 4,4 millones,

producto de más de 100 millones de visitas a los 750 sitios participantes en la campaña oficial. El monto promedio por cada compra tuvo un importante aumento, desde poco más de US\$ 90 el año pasado a US\$ 101 en esta oportunidad.

Todos sacan cuentas alegres. Según informó la CCS, los mayores tickets promedio se relacionaron directamente al fuerte crecimiento del segmento de turismo y viajes, que superó en más de un 40% nominal al CyberMonday anterior, concentrando en torno al 30% de las ventas totales. El rubro supermercadista también alcanzó gran movimiento, con un aumento del 33%, mientras que las ventas de bienes durables para el hogar en tiendas especializadas, incluyendo electrónica, tecnología y muebles promedió un crecimiento del 26% nominal.

Para conocer la relevancia de este evento y los desafíos futuros, Logistec conversó con Carlos Soublette, presidente de la CCS, quien comenta que, además de la variedad de ofertas, un factor diferenciador para las empresas en los eventos de e-Commerce es la forma de atraer a las audiencias.



DANICH

Proyectos logísticos y robótica industrial

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

Automatizar **es avanzar**

Soluciones personalizadas para el manejo
de tu producto

 O'Higgins 155,
Sarmiento, Curicó

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

www.danich.cl



“Redes sociales como TikTok e Instagram son esenciales para llegar a las generaciones más jóvenes. Por ello es crucial que las empresas profesionalicen su presencia en estos medios, ya que una comunicación multimedia bien pensada, puede marcar la diferencia”, precisa.

Otro factor relevante -agrega- es seguir fortaleciendo la confianza del cliente y la experiencia de compra. “Las empresas están haciendo grandes esfuerzos por ir mejorando su performance y la experiencia del consumidor. Y ese trabajo se refleja en que hoy en día, el 15% del comercio se efectúa online y estos eventos especiales concentran ventas espectaculares”, apunta.

Para apoyar estos procesos, la CSS puso a disposición de las empresas una herramienta de resolución en línea, que permite dar más velocidad y eficiencia a las transacciones online. “Si para resolver un problema, el cliente tiene que ingresar a otros canales de comunicación, como contactar a un número de teléfono, se desnaturaliza la transacción misma, que fue online.

La lógica de disponer esta herramienta en línea apunta precisamente a eso; que usemos la misma tecnología de la compra en la resolución de problemas, lo que ayuda a que este proceso sea más eficiente”, precisa. En esa línea, también valora el uso de herramientas digitales para hacer auditorías y seguimiento de precios, como medida de transparencia hacia la comunidad. “A través de estos recursos podemos mostrar datos concretos a los clientes respecto de los descuentos y así despejar sus dudas”, señala.

AVANCES Y DESAFÍOS EN LOGÍSTICA

El gerente general de la CCS destaca el gran nivel que han alcanzado las empresas chilenas en el ámbito logístico y su impacto positivo en el comercio electrónico. “La logística es todo en el éxito del e-Commerce. Hoy podemos ver que todos los procesos asociados a una compra involucran la logística y el avance que hemos alcanzado en Chile es impresionante. El estándar de entregas al día siguiente es algo que no se ve en ninguna parte del mundo”, explica.



Carlos Soubllette
Presidente de la CCS.

En efecto -agrega Soubllette- fue la logística empresarial lo que marcó diferencias durante la pandemia. “Algunas empresas no estaban preparadas para la explosiva demanda que se produjo, porque atendían toda

su logística internamente y era imposible que pudieran hacerlo así. En cambio, otras ya se habían diversificado, y fueron capaces de llegar rápidamente a estos estándares de entrega”, recuerda.

Esta modalidad llegó para quedarse, recalca, “porque hoy, la funcionalidad más demandada en todos los marketplaces es entrega en 24 horas. Es destacable cómo las empresas en Chile han logrado estos desafíos, mediante la integración de negocios o creando alianzas a través de adquisiciones que muestran una mirada mucho más de largo plazo de la eficiencia a la hora de atender a los consumidores”.

Si reconoce que, a nivel logístico, mejorar la infraestructura portuaria del país es un desafío pendiente. A su juicio, no contar con puertos eficientes y de alta disponibilidad afecta la competitividad

de Chile, tanto en el comercio local como en las exportaciones.

“Llevamos años hablando de un puerto de gran escala en San Antonio. Las primeras piedras se iban a poner en el 2010, pero ya estamos en el 2024, las concesiones se acaban el 2029 y en cuatro años no se alcanza a construir”, sostiene, recalcando la importancia de lograr colaboración entre el sector privado y el Estado para abordar este desafío.

“Hemos hecho las cosas demasiado bien internamente como para desperdiciar los esfuerzos. Se trata de inversiones a largo plazo, donde todos -Estado y privados- podemos aportar y alinearnos para que la industria no empiece a cojear por falta de infraestructura portuaria”, concluye.

¡A CONSIDERAR PARA LA PRÓXIMA! 6 Hacks estratégicos para un Cyber exitoso

Los eventos de e-Commerce ofrecen oportunidades únicas para afinar estrategias y optimizar la eficiencia y flexibilidad de la cadena de suministro. La recopilación y análisis de datos contribuyen a tomar decisiones mejor informadas y a crear experiencias positivas para los clientes. Los siguientes aspectos pueden ayudar significativamente a las empresas a reforzar su competitividad en estas fechas especiales.

1 PLANIFICACIÓN ANTICIPADA

Parecen tan obvios que, en ocasiones, se pasan por alto algunos pasos de la planificación previa. Lo cierto es que definir ofertas, segmentar audiencias, ajustar inventarios y testear las plataformas digitales con anticipación son ele-

mentos clave para garantizar un adecuado manejo del aumento en el tráfico.

2 INVERTIR EN LOGÍSTICA EFICIENTE

Contar con un sistema de entregas eficiente, que permita a los clientes recibir sus compras en 24 horas, resulta cada día más necesario. La inversión en tecnología logística puede traducirse en una ventaja competitiva significativa.

3 RENOVAR O ACTUALIZAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Una campaña de marketing efectiva y actualizada, a través de redes sociales, correos electrónicos y publicidad pagada, pueden aumentar notablemente la visibilidad de los productos. Monitorear en tiempo real el rendimiento de las campañas a través de herramientas de análisis

permite ajustar estrategias sobre la marcha, mejorando la conversión de ofertas y promociones.

Optimizar periódicamente el sitio web es igualmente importante. Esto implica no solo actualizar el diseño según las últimas tendencias, sino también mejorar aspectos del diseño responsivo y la experiencia de usuario, además de asegurar la velocidad de carga. Un sistema de pago sencillo y seguro es el “desde”, ya que los usuarios valoran la rapidez y la seguridad en el proceso de compra.

4 AGILIZAR LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Es un hack imprescindible, porque hoy los clientes quieren resolver sus problemas en línea, de manera rápida y efectiva, sin necesidad de recurrir a múltiples canales de comunicación.

5 CREAR EXPERIENCIAS INTERACTIVAS

Aprovechar la tecnología para ofrecer experiencias interactivas durante el Cyber puede ser un recurso muy útil. Desde promociones exclusivas en vivo hasta concursos en redes sociales, fomentar la participación de los clientes suele aumentar la visibilidad de una marca e impulsa las ventas.

6 SOSTENIBILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Incorporar prácticas sostenibles como el uso de embalajes reciclables o soluciones de transporte ecoeficientes es un hack que puede atraer a un segmento creciente de consumidores que priorizan marcas responsables. Comunicar estas iniciativas durante el Cyber para marcar una diferencia. ■



Strix Auto

Protege tu auto con Strix



strix

LA EVOLUCIÓN DE LO/JACK



Promoción exclusiva ingresando en

 www.tienda.strix.cl



SCAN QR E INGRESA A
EMOTRANS-GLOBAL.COM

EMOTRANS CHILE: 20 AÑOS DE INNOVACIÓN, CERCANÍA Y EXCELENCIA EN LOGÍSTICA

LA EMPRESA HA TRANSITADO CON FIRMEZA POR EL VERTIGINOSO MUNDO DE LA LOGÍSTICA. EN ESTOS AÑOS HA SIDO TESTIGO DE LOS PROFUNDOS CAMBIOS QUE HAN TRANSFORMADO LA INDUSTRIA Y HA SABIDO ADAPTARSE A CADA UNO DE ELLOS. CON UNA FILOSOFÍA CENTRADA EN LA INNOVACIÓN, LA CERCANÍA CON SUS CLIENTES Y UN ENFOQUE EN SOLUCIONES PERSONALIZADAS, EMOTRANS CHILE HA MARCADO UNA DIFERENCIA EN EL MERCADO.

Desde su fundación hace 20 años, EmoTrans Chile ha experimentado un crecimiento continuo y sólido, posicionándose como un referente clave en la industria logística del país. Lo que comenzó como una sociedad limitada con un equipo reducido de solo 7 personas, ha evolucionado hasta convertirse en una empresa de 26 empleados, con presencia en varias ciudades estratégicas como Santiago, Iquique, Antofagasta, Arica y Talca.

En este vigésimo aniversario, EmoTrans Chile celebra no solo su crecimiento, sino también el éxito de su modelo de negocio, enfocado en la cercanía con sus clientes y el desarrollo de soluciones logísticas a medida, para las dos principales industrias del país: la minería y la agricultura.

En este contexto, la empresa ha sido testigo y protagonista de la transformación del sector logístico, adaptándose a los desafíos de un entorno en constante cambio, y posicionándose como un socio confiable tanto en el ámbito local como internacional.

Las dos décadas de historia se celebran y por eso que la compañía ha realizado diversas actividades en el marco de este aniversario que se ha transformado en una instancia precisa para mirar el paso, recordar el inicio y proyectar el futuro.

HAY QUE ESTAR DONDE SE NECESITA

Desde sus inicios, la expansión de EmoTrans Chile ha sido impulsada por una estrategia clara: estar físicamente presentes en los lugares donde se generan los negocios.

"Uno podría trabajar desde Santiago, incluso telemáticamente", señala Manuel Espina, gerente general de la compañía, "pero no es lo mismo que estar cerca de los clientes, entender su idioma y sus necesidades en terreno. Cada zona, cada región, cada industria y cada cliente tiene sus particularidades, y nuestra presencia local nos permite ofrecer soluciones logísticas personalizadas".

Este enfoque ha llevado a la empresa a establecer operaciones, por ejemplo, en Iquique, una ciudad clave para las cargas de tránsito hacia Bolivia y Paraguay, lo que ha reforzado su presencia en el norte de Chile.

Esta oficina no solo atiende las necesidades de exportadores e importadores locales, sino que también juega un papel

crucial en el comercio transfronterizo, brindando un valor diferencial a los clientes de ambos lados de la frontera.

Además de esta expansión geográfica, EmoTrans Chile ha desarrollado un portafolio integral de servicios que cubre desde el transporte aéreo y marítimo, hasta la carga terrestre y el almacenamiento. Su oferta de valor se ha ido ajustando con el tiempo para atender las necesidades de los sectores que más contribuyen al crecimiento del PIB chileno, como la minería y la agricultura, adaptándose a las demandas específicas de cada cliente.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

En un mundo donde la tecnología es el motor de los negocios, EmoTrans Chile ha entendido la importancia de estar siempre a la vanguardia. La implementación de EMO-LOG, una solución que organiza la cadena de suministro de principio a fin ha permitido a la empresa ofrecer un servicio completo y fluido en el ámbito del comercio electrónico.

Desde la gestión del producto en su país de origen hasta su entrega final en la puerta del cliente, la empresa ha construido una cadena logística sólida que permite a las empresas optimizar sus tiempos de entrega y reducir costos operativos.

Sin embargo, la innovación no se detiene ahí. La compañía se encuentra en la etapa final de implementación de una plataforma de software única, diseñada para todo el grupo, cuyo objetivo es mejorar la eficiencia interna y proporcionar a los clientes

información en tiempo real sobre el estado de sus envíos.

Esta nueva herramienta les permitirá obtener actualizaciones instantáneas sobre su carga, mejorando significativamente la comunicación y el servicio postventa. Manuel Espina subraya: "Los clientes deman-

Manuel Espina
Gerente General
Emotrans Chile





dan que estemos en constante innovación y desarrollo. Queremos liderar la adopción tecnológica, pero también sabemos que el verdadero corazón de nuestro negocio está en nuestras personas. La tecnología es una herramienta que nos permite ser más ágiles, pero la calidad del servicio que ofrecemos sigue dependiendo de nuestros equipos”.



Uno de los logros más notables de EmoTrans Chile a lo largo de estos 20 años ha sido la construcción de relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.

Estas relaciones de largo plazo son un reflejo del compromiso de la empresa con la calidad de servicio, la flexibilidad y la capacidad de adaptación. “La compe-

tencia en el mercado es sana”, comenta Manuel. “Nos motiva a ser más creativos y a no conformarnos con lo que hemos logrado hasta ahora. Sabemos que debemos seguir avanzando e innovando para consolidar nuestro sello distintivo en la industria”, agrega.

Algunos de los clientes más importantes de EmoTrans han acompañado a la empresa desde sus primeros días en Chile, lo que demuestra la confianza que han depositado en su capacidad para resolver los desafíos logísticos más complejos.

La empresa ha sido testigo de la transformación de la logística en Chile y ha sabido posicionarse tanto en el mercado B2B como en el emergente mundo del B2C, entendiendo las diferencias clave entre ambos modelos de negocio.

UNA TRAYECTORIA DE ÉXITO Y UN FUTURO PROMETEDOR

El éxito de EmoTrans Chile no se debe solo a la expansión de su infraestructura o al desarrollo de nuevas tecnologías. A lo largo de estas dos décadas, la empresa ha

trabajado de manera constante en fortalecer su marca y su reputación en el mercado chileno. Este “desarrollo intangible”, como lo llama Manuel, ha sido clave para ganar la confianza de clientes y proveedores a lo largo del país.

“Hemos recorrido Chile de norte a sur, y hoy, las empresas nos conocen, valoran nuestro trabajo y confían en nuestras soluciones,” dice orgullosamente Manuel Espina.

“Este buen momento nos permite proyectarnos hacia el futuro con seguridad, preparados para seguir acompañando a nuestros clientes durante al menos otros 20 años más”, enfatiza el ejecutivo.

A lo largo de estos años, EmoTrans Chile ha evolucionado para convertirse en un referente en la industria, y está lista para seguir avanzando. Con un equipo comprometido, una infraestructura robusta y una clara visión de futuro, la compañía celebra sus 20 años con la confianza de que los próximos 20 serán aún más exitosos.



SCAN QR E INGRESA A
SYMPLE.CL

SYMPLE: APOYA EL ÉXITO DE SUS CLIENTES CON UN MODELO DE PROYECTO TECNOLÓGICO E INNOVADOR

SABER DÓNDE INVERTIR Y CÓMO INVERTIR ES CLAVE EN UN PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE AUTOMATIZACIÓN EN EL ÁREA LOGÍSTICA. ES AQUÍ DONDE ES VITAL QUE LAS EMPRESAS SE APOYEN EN PROVEEDORES CON CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA PARA ENTENDER QUÉ PARTE DEL PROCESO REQUIERE SUMAR AUTOMATIZACIÓN Y LOGRAR LOS BENEFICIOS ESPERADOS. LA MIRADA "END TO END" DE SYMPLE MARCA DIFERENCIA Y MUESTRA EL CAMINO HACIA UNA AUTOMATIZACIÓN EXITOSA, DESDE EL DISEÑO HASTA SU IMPLEMENTACIÓN.

La masificación de opciones tecnológicas para la logística y la complejidad de muchos de los procesos hacen necesario una mirada global de la operación al momento de diseñar un proyecto de gran envergadura. El actual camino tecnológico y la constante innovación del mercado ha impulsado una nueva logística, cuyo camino tiene como punto de llegada una operación con mejor productividad y rentabilidad.

Sin embargo, las rutas para llegar a estos objetivos son diversas y muchas veces complejas. La masificación de tecnologías, la falta de rigurosos estudios y la poca información de fracasos en proyectos e implementaciones juegan, muchas veces, en contra de la toma de decisiones correctas.

En este escenario, el conocimiento y la experiencia son relevantes para entender qué parte del proceso requiere sumar automatización y lograr los beneficios esperados por las compañías. Es aquí donde se hace fundamental apoyarse en una empresa con una mirada "end to end" o con un modelo de "proyectos llave en mano" que realice un análisis estadístico para definir correctamente las directrices y dimensiones de este nuevo proceso efi-

ciente; y desde esas definiciones aplicar la tecnología adecuada para así dar vida a los proyectos.

MÁS QUE TECNOLOGÍAS, UN MODELO OPERACIONAL

No sólo de incorporar automatización o sumar equipos se trata el actual momento tecnológico; sino de lograr una mirada global del proceso y diseñar un caso de negocios donde el retorno de la inversión está estrechamente relacionado a los beneficios que genera. En esta lógica es vital escoger correctamente la tecnología e implementarla con inteligencia para poder resolver el proceso logístico completo.

Muchas veces se comente el error de pensar que una tecnología específica que funcionó en una empresa, funcionará también en otra; sin entender que cada proceso tiene particularidades que lo hacen único y, por lo tanto, requiere un análisis de procesos, costos y beneficios adecuado.

Bajo un modelo analítico, basado en datos, experiencia y conocimiento es posible

diseñar un proceso donde existan distintos niveles tecnológicos con diferentes montos de inversión y tiempos de retornos; todos factores que determinan el tipo de tecnología que debe ser aplicada para solucionar el problema de ese momento.

Definir correctamente el concepto tecnológico que desarrolle una compañía permite diseñar un modelo a largo plazo, escalable y con una inversión certera. Disminuir la incertidumbre es clave para la toma de decisiones y un proyecto diseñado bajo un modelo end to end entrega certezas, al entender los procesos de fondo- con sus luces y sombras- y desde ahí escoger cuál tecnología es la apropiada y definir la escalabilidad del proyecto.

El análisis preciso disminuye incertidumbre al proyecto. Symple, end to end solutions, ha hecho propio este modelo de proyecto, donde la amplitud de la mirada hacia la totalidad del proceso les permite entender que la tecnología no está por sobre la operación y el diseño.

"Determinar lo que se necesita en términos operacionales es el primer paso para definir la tecnología adecuada que entregue productividad. Pensar correctamente el diseño es vital para el éxito de estos proyectos y es ahí donde trabajar con empresas que puedan darle una mirada completa a la operación es fundamental para que la solución que se ofrece tenga sentido y lógica. Nuestros clientes han entendido nuestro modelo operacional y han visto la diferencia", aseguró Javier Bravo, CEO de Symple.

Una de las cualidades de la mirada de Symple es enfocarse en la globalidad del proceso logístico de sus clientes y no sólo en una problemática. "Llevar a nuestros clientes a invertir en tecnologías y mejorar sus operaciones con certeza es nuestro compromiso", enfatizó Javier.

INVERSIÓN CON CERTEZA

"Somos un actor importante del mercado y avanzamos fuertemente en nuestro

segmento, entregando a nuestros clientes soluciones ajustadas a su realidad operacional y también a su nivel de inversión y eso nos ha permitido mantener relaciones de confianza con nuestros clientes”, aseguró el CEO de Symple.

Dar certezas a los proyectos de los clientes, en cuanto a lo que se diseñó y se estimó, es el sello del modelo end to end o proyecto llave en mano de Symple y que se ha ido fortaleciendo gracias a la experiencia de la compañía por los proyectos realizados y el conocimiento de sus socios.

El costo de equivocarse en estas inversiones es muy alto para las empresas, por lo tanto, el paso a paso en la ejecución de estos proyectos es importante.

“El 80% de un proyecto está en el análisis y entendimiento del problema operacional, donde se debe “comprender, a través

de los números, el real problema que se busca resolver con esta inversión. Luego se determina qué tecnología es la adecuada”, afirmó el ejecutivo.

PILARES DE SYMPLE

Para ofrecer esta mirada única, Symple tiene el compromiso de estar al día en con la innovación y los cambios que remecan las operaciones logísticas globales; y para eso su equipo de profesionales visitan constantemente Centros de Distribuciones, plantas tecnológicas y encuentros feriales, a nivel mundial, para conocer in situ cómo se aplican las tecnologías y los últimos lanzamientos disponibles por parte de sus proveedores en Europa, China o Estados Unidos.

¿Qué hace atractivo a Symple? Para Javier Bravo hay tres variables claves que hacen

que sus soluciones sean atractivas. “Los pilares de Symple son: la confianza que tienen los clientes de que gracias a un buen levantamiento de información y un proceso de consultoría diseñamos una solución correcta.

El segundo factor es que hacemos proyectos realistas, escalables y que se ajustan al tamaño tecnológico que necesitan. Y el tercer punto es que tenemos proveedores y tecnología accesible con inversiones acotadas y con soluciones confiables, dando accesibilidad a tecnologías que antes eran impensadas”, detalló el ejecutivo.

Por tanto, implementar soluciones bajo esta modalidad disminuye el riesgo de la inversión y aumenta la consistencia del proyecto.

Finalmente, Javier Bravo concluyó que la unión de la mirada y los pilares que mueven a Symple, les ha permitido cumplir con su compromiso de “hacer realidad los proyectos de los clientes”.

Javier Bravo
CEO Symple
End2End Solutions





WEB | VISIÓN EMPRESARIAL | LÍDERES

JAIME FLORES M., ESPECIALISTA EN SUPPLY CHAIN Y PLANIFICACIÓN,
MIEMBRO DEL SUPPLY CHAIN COUNCIL DE CHILE

DE LA PRETEMPORADA A LA POSTEMPORADA: LOS 3 PASOS ESENCIALES DE LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN EL RETAIL. ¿ALGUNA VEZ

TE HAS DETENIDO FRENTE A LA VITRINA DE TU TIENDA FAVORITA O HAS NAVEGADO POR SU PÁGINA WEB, MARAVILLADO POR LA NUEVA COLECCIÓN O LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA QUE TE INVITA A EXPLORAR?

Las exhibiciones perfectamente organizadas, con una variedad cautivadora de modelos, colores y tamaños parecen diseñadas para atraer tu atención y despertar tu deseo de compra. Pero, te has preguntado ¿qué procesos hay detrás de esa experiencia tan irresistible?

PRONÓSTICO DE VENTAS, LA PIEDRA ANGULAR

Un elemento clave es lograr un forecast preciso, tanto para la tienda física como en el e-commerce. Para hacer frente a estos desafíos, las empresas de retail deben implementar un proceso de Planificación Comercial sólido y bien estructurado que permita coordinar de manera integrada a los equipos de compras, producción, ventas, logística y finanzas, obteniendo inputs relevantes de varias fuentes. Además, el desarrollo de herramientas de pronóstico que combinan machine learning con inteligencia artificial ha sido crucial para apoyar el proceso de estimación de demanda.

LOS TRES PASOS CLAVES EN EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL

Para asegurar que el cliente encuentre lo que busca, generalmente el retail está trabajando con un pie en el presente y uno en el futuro. Esto se traduce en que están gestionando la temporada actual, con sus lanzamientos, campañas, y promociones, mientras proyectan el cierre como imput para comenzar a planificar la misma temporada para el año siguiente como, por ejemplo, la primavera 2025. Para lograr esta dinámica, el proceso de planificación comercial se suele dividir en tres grandes macroprocesos: Pre-season, In-season y Post-season.

PRE-SEASON, SENTANDO LAS BASES ESTRATÉGICAS PARA EL ÉXITO DE LA TEMPORADA

Aquí es donde se establece el presupuesto de ventas, margen, compras e inventarios que serán gestionadas en la temporada comercial que viene. Los objetivos claves son definir el producto correcto, esto es el qué vamos a vender (categorías, tendencias de moda, cantidad de sku's, etc.) en el momento correcto, esto es el cuándo (deben estar en los puntos de venta, considerando las ventanas de embarque y lead time asociados); y el lugar correcto, que se traduce en el dónde (en qué sucursales se van a comercializar), la estrategia de precios y la rotación del stock. Los plazos a considerar varían según el tipo de producto y la integración que tengan con sus proveedores, por ejemplo, en productos importados, estos varían entre 2 y 3 meses para artículos de continuidad, de 8 a 10 meses para los de temporada, o para productos nacionales que va entre 1 y 4 semanas.

IN-SEASON, EJECUCIÓN QUE MAXIMIZA LA RENTABILIDAD Y ASEGURA LA DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTOS

En esta etapa se ejecuta el plan para lograr las metas establecidas, gestionando la estrategia de precios correctamente, manejo eficiente del inventario en función del presupuesto disponible para compras u Open to Buy (OTB), evitando rupturas de stocks y excesos, cumplir con el ciclo de vida del producto, puesto que vienen nuevas colecciones en camino, y mantener una correcta reposición al punto de venta. Para lograr estos objetivos es fundamental una estrecha coordinación entre las áreas de Compras, Merchandising, Logística y Ventas. Estas unidades deben trabajar en conjunto para analizar KPI's claves como ventas, margen, rotación, in-stock, sell-through, días de inventario, entre otros e implementar acciones correctivas en caso de ser necesario.

POST-SEASON, MOMENTO CLAVE PARA EVALUAR RESULTADOS Y EXTRAER APRENDIZAJES

Los objetivos en esta etapa son evaluar el desempeño de los productos y categorías, identificar lo bueno y las oportunidades de mejora, como insight para el pre-season de la siguiente temporada, despejar los puntos de venta generando espacios para recibir las nuevas colecciones, y gestionar la antigüedad del inventario. Si bien los plazos y tiempos dedicados a cada etapa dependen del tipo de producto, el grado de integración de la cadena de abastecimiento, la relación con los proveedores y tiempos de producción, es fundamental identificar, monitorear y gestionar cada una de ellas.



EVOLÓG

Proyectos de Almacenamiento y Seguridad



Descubre las soluciones que pueden transformar tu centro de distribución.



Visítanos!

www.evolog.cl
contacto@evolog.cl





GESTIÓN DE PROVEEDORES: UN ROL CLAVE ANTE CONTINGENCIAS EN SUPPLY CHAIN.

EN LOGÍSTICA DEBEMOS VIVIR CONSTANTEMENTE ENFRENTANDO CONTINGENCIAS QUE SON PROPIAS DEL DINAMISMO QUE TIENEN LOS NEGOCIOS Y DE TODA LA RED QUE COMPONE UNA CADENA DE SUMINISTRO. SON MUCHOS LOS ACTORES QUE TRABAJAN EN UNA CADENA Y, POR LO TANTO, ESTA ESTÁ MUY EXPUESTA A QUE OCURRAN SITUACIONES NO DESEADAS DÍA A DÍA.

Ahora bien, esas contingencias si son constantes o recurrentes, ¿las podemos normalizar? ¿podemos prepararnos y trabajar con anticipación para enfrentar los “incendios” de una mejor manera?

Poniendo la mirada en la logística de internacional, estamos expuestos a situaciones no solamente locales, sino que también globales. Sólo por nombrar algunos pocos ejemplos ocurridos en los últimos años como la pandemia, guerra Rusia-Ucrania, situación del Mar Rojo, sequías en Panamá, cambios en políticas comerciales de países con economías grandes, entre otros; todos estos aspectos generan distorsiones en los flujos de carga causando desequilibrios en el servicio de transporte marítimo. Esto repercute en disponibilidad de servicio (naves), stock disponible de contenedores, fluctuaciones anormales en tarifas, aumentos en tiempos de tránsito, congestiones en puertos de transbordos, etc.

Por otro lado, en el ámbito local, cada año nos vemos afectados por distintas situaciones como lo son los paros portuarios y de transportes que pueden llegar al punto de bloquear nuestras exportaciones por no poder llegar con nuestra carga a los puertos de embarque.

Teniendo en consideración lo anterior, es que se hace indispensable hacer gestión para minimizar los impactos que puedan generar todos los problemas que ocurren en alguna parte de la cadena logística. Una de las gestiones más importantes es con los proveedores. Dado que hay un tipo de contingencia que ha tendido a “normalizarse”, es que debemos trabajar en un mix de alternativas junto a nuestros proveedores críticos para minimizar los riesgos. Por ejemplo, en cuanto a servicios de

fletes marítimos, donde existe una concentración evidente de oferta, será importante tener relación comercial abierta ojalá con todas las alternativas posibles para que en caso de que una de ellas tenga algún problema que no permita dar continuidad de servicio, generen cambios bruscos en costos o cause complejidades importantes en nuestra operación, podamos contar con otras alternativas inmediatas. Esto en la práctica significa que por ejemplo podemos embarcar nuestros productos a un mismo destino con 2 o 3 líneas navieras en simultáneo.

Con respecto a puertos de salida para las exportaciones, también será importante dentro de lo posible, mantener operaciones regulares con más de uno de ellos para que en caso de que existan problemas operativos con alguno en particular, que pueden ser causados por paros portuarios e inclusive marejadas, no quedemos bloqueados y podamos seguir adelante con nuestros embarques.

Con respecto a servicios de transporte terrestre, mantener cerca y operando a más de una alternativa, dependiendo en el volumen de las operaciones, será importante. Como comentario adicional, se suele empujar a los proveedores de transporte a trabajar con tarifas lo más ajustadas posibles, lo que creo que es un error. Si el transporte terrestre es un servicio crítico dentro de tu cadena para poder cumplir con la entrega de un producto, el “estrujar” a tu proveedor nos deja en una situación de mucha dependencia y por lo tanto se transforma en más riesgosa y frágil.

Cuando el negocio de tu empresa compite mayoritariamente en costos-precios, es fácil caer en la tentación de trabajar con los proveedores más “baratos” en relación calidad/precio y cerrarle la puerta a 2das o 3eras alternativas.

Ahora bien, nos debemos preguntar cosas como: ¿Es realmente más barato trabajar 100% por un puerto, con sólo una línea naviera o con 1 o 2 transportistas que son los que nos ofrecen tarifas más bajas? ¿El negocio es realmente sostenible en el tiempo si dependemos de estos pocos proveedores? En un escenario de contingencia ¿Cuánto nos cuesta mantener 2 o 3 semanas nuestra producción almacenada sin poder despacharla y por lo tanto sin poder facturarla por problemas con nuestros proveedores? ¿En cuánto afecta esto al flujo de caja? ¿Qué tan frágil es nuestra cadena? ¿Es nuestra cadena lo suficientemente flexible para enfrentar problemas globales y/o locales?.

ARRENDAMOS BODEGAS NUEVAS DESDE 1.000m² HASTA 10.000 m²

ENTREGA INMEDIATA



Características:

- Con o sin oficinas
- Altura al hombro de 10 mts.
- Sistema de detección y extinción de incendio
- Vanguardia en seguridad



Ubicación:

Camino a Noviciado 3707,
Pudahuel, Santiago, Chile.



Contáctanos y cotiza
escribiéndonos a

cbp@espaciourbano.cl



SCAN QR E INGRESA A
INTERBORDERS.COM

INTERBORDERS CHILE: BUSCA REVOLUCIONAR LA INDUSTRIA CON UN SERVICIO LOGÍSTICO PERSONALIZADO

MÁS QUE OFRECER SOLUCIONES LOGÍSTICAS, INTERBORDERS AVANZA EN SU CONSOLIDACIÓN COMO UN SOCIO ESTRATÉGICO PARA SUS CLIENTES. DE LA MANO DE UN SERVICIO PERSONALIZADO Y CERCANO, LA COMPAÑÍA HA IDO GANANDO TERRENO EN EL MERCADO LOGÍSTICO REGIONAL. LA COMPAÑÍA SE ENCUENTRA VIVIENDO UN PROCESO DE POSICIONAMIENTO EN CHILE CON SERVICIOS ORIENTADOS AL SECTOR IMPORTADOR Y EXPORTADOR.

No es un misterio que el mundo logístico es tremendamente competitivo y posicionarse como una alternativa requiere de un diseño operacional y de servicios de primer nivel. Interborders, forwarder de origen argentino, ha ido ganando terreno como operador logístico regional con presencia en Argentina, Uruguay, Paraguay, Panamá, Estados Unidos y Chile.

La compañía se ha planteado como objetivo ser un 'ejecutor de la logística de sus clientes' y es así como ha ido liderando el camino hacia la excelencia logística, apalancándose en la innovación constante y en la experiencia de su equipo. Desde su entrada al mercado, el 2016, Interborders se ha planteado la tarea de revolucionar cada etapa de la logística.

"Somos más que una empresa logística. Nos posicionamos como una fuerza revolucionaria que está redefiniendo los límites del éxito de las cadenas de suministro globales. Estamos preparados para enfrentar cualquier desafío mediante el diseño de una óptima experiencia para cada cliente. Queremos ser la empresa proveedora de soluciones logísticas integrales líder en el continente americano", enfatizó Eduardo Becerra, Branch Manager de Interborders

Chile. Actualmente, la compañía se encuentra en Chile en un proceso de posicionamiento que se sostiene en los tres pilares: innovación, transparencia y colaboración. Desde su arribo a Santiago, el año 2023, Interborders se ha movido en el mercado chileno con paso firme y con la confianza de contar con soluciones logísticas robustas para responder a las exigentes necesidades de la industria.

"La innovación está arraigada en nuestro ADN, buscamos continuamente nuevas formas de mejorar nuestros procesos y fomentamos un ambiente creativo y abierto que promueva el pensamiento disruptivo.

En tanto, la transparencia es la base de nuestras relaciones comerciales, donde actuamos con honestidad, integridad y claridad, manteniendo una comunicación franca con nuestros clientes, proveedores y socios acerca de nuestros servicios, tarifas y procedimientos. Finalmente, la colaboración es el corazón de nuestro enfoque de trabajo. Cada miembro de nues-

tro equipo contribuye a lograr resultados excepcionales y esta sinergia se refleja en la forma en que asistimos a nuestros clientes", detalló el ejecutivo.

SERVICIOS CON MIRADA GLOBAL

Con una mirada revolucionaria e innovadora de la logística, Interborders va derribando barreras en la industria, lo que le ha permitido descubrir nuevas posibilidades de crecimiento y posicionamiento como operador logístico líder a escala global, trazando un camino de certezas para una logística cada vez más exigente.

La empresa cuenta hoy con distintos servicios que se complementan para alcanzar los objetivos de los clientes:

Servicios marítimos: La empresa brinda servicios de calidad a tarifas competitivas a través de una variedad de más de 80 rutas que conectan 150 puertos, mediante consolidados semanales desde diferentes orígenes. Actualmente, despacha más de 10.500 contenedores al año, siendo uno de los forwarders más grandes en el continente americano.

Servicios aéreos: A través de su extensa red de agentes internacionales, la empresa ha establecido sólidas alianzas con

las compañías aéreas más importantes del mundo, lo que brinda acceso privilegiado a rutas prioritarias desde y hacia las principales ciudades en más de 150 países. "Desde envíos urgentes que requieren una entrega inmediata hasta cargamentos de alto valor que requieran un cuidado especial, estamos preparados para superar cualquier

desafío y llevar productos a su destino sin contratiempos", comentó.

Servicios Terrestres: Con las soluciones terrestres Less than truckload (LTL) y Full Truckload (FTL), Interborders gestiona traslados a los principales destinos de

Eduardo Becerra
Branch Manager
Interborders Chile





Latinoamérica, comprendiendo la importancia de una logística terrestre, eficiente y confiable. Desde la gestión aduanera hasta la coordinación de rutas y la optimización de tiempos de tránsito, la empresa administra y supervisa todos los detalles de cada traslado.

“Brindamos la tranquilidad que las organizaciones necesitan para superar obstáculos y cruzar nuevas fronteras con una logística que les permite marcar diferencias. Nuestro equipo de expertos está listo para brindar un asesoramiento personalizado y soluciones adaptadas a las necesidades específicas de nuestros clientes para, en conjunto, alcanzar grandes logros y superar cualquier desafío”, añadió Eduardo Becerra.

OPORTUNIDADES EN CHILE

“Si bien tenemos una mirada global con lineamientos desde nuestra casa matriz, en Buenos Aires, Chile es un mercado con características propias y respondemos a ellas”, afirmó el ejecutivo, quien además aseguró que el momento actual en el país es de posicionamiento como un operador

logístico competitivo, tanto en términos de oferta de servicio como de tarifas; cualidades que les permite abarcar distintos clientes y enfocarse en nichos específicos.



De la mano de la especialización y experiencia, Interborders Chile mira con seguridad los desafíos del mundo exportador e importador. “Estamos enfocados en ofrecer servicios integrales a nuestros clientes, ofreciendo además asesoría en aduana y comercio exterior.

Nuestros clientes pueden encontrar distintos servicios bajo un nivel de calidad, respaldado por nuestro conocimiento y experiencia en la industria logística regional. Nuestros servicios buscan dar vida a la logística de nuestros clientes”, enfatizó Becerra.

Eduardo enfatizó en que -ante un mercado competitivo— la clave está en diferenciarse y la compañía entiende que eso pasa por la atención a los clientes”. “La única forma de diferenciarnos es con la calidad de atención y que nuestros clientes sientan el apoyo constante en cada operación a desarrollar. Apuntamos a estar siempre que el cliente lo requiera”, comentó.

Con confianza la empresa enfrenta los desafíos futuros que la llevarán, sin dudas, a consolidarse como una alternativa confiable, segura y diferente ante los clientes.

“Tenemos un servicio renovado que busca revolucionar el mercado logístico a través de la atención al cliente. Somos una oficina que está, día a día, en crecimiento.

Queremos ser el número uno, aunque eso nos tome un tiempo. Somos un equipo joven con ganas y dispuestos a hacer las cosas bien y aportar diferencias a la logística de nuestros clientes”, concluyó el Branch Manager Chile de Interborders.



SCAN QR E INGRESA A
LOGISFASHION.COM

LOGISFASHION: CONSOLIDA SU LIDERAZGO EN CHILE FORTALECIENDO SU PROPUESTA DE VALOR

CON UNA VISIÓN CLARA Y UN ENFOQUE EN LA INNOVACIÓN Y LA DIVERSIFICACIÓN, LA COMPAÑÍA CONTINÚA SU EXPANSIÓN EN CHILE, ADAPTÁNDOSE A LAS NECESIDADES DEL MERCADO LOCAL Y POSICIONÁNDOSE COMO UN SOCIO ESTRATÉGICO PARA SUS CLIENTES. CON PLANES AMBICIOSOS PARA EL FUTURO, LOGISFASHION BUSCA SEGUIR LIDERANDO EL SECTOR LOGÍSTICO, NO SOLO EN CHILE, SINO EN TODOS LOS MERCADOS EN LOS QUE OPERA.

Durante casi tres décadas, Logisfashion ha acompañado al mercado del retail con una mirada logística robusta y con una clara capacidad de adaptación para evolucionar en los distintos escenarios logísticos globales que son cada vez más desafiantes y competitivos.

La propuesta de soluciones logísticas integrales -que respondan a las necesidades de sus clientes en diversos sectores- le ha permitido a la compañía posicionarse como un operador líder. Respaldo por el reconocimiento del mercado, por su capacidad de adaptación y su visión de futuro, Logisfashion busca seguir expandiendo sus soluciones a nivel Global, apuntando también a un crecimiento sostenido en el mercado chileno.

Los números globales hablan del buen momento de la compañía. En este sentido, el 2023 fue un año significativo para Logisfashion, consolidando su presencia internacional con una facturación total de 146 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 18% respecto al año anterior. Este éxito se enmarca en una tendencia de crecimiento sostenido, con aumentos de dos dígitos en sus ingresos desde el año 2020.

La mayor parte de la facturación proviene de Europa, que representa el 59% de las

ventas, seguido de Latinoamérica con un 36% y Asia con un 5%. En cuanto a los servicios, el e-Commerce y las soluciones relacionadas han sido claves, representando el 50% de la facturación total.

La empresa continúa expandiéndose en Europa Central y América Latina, con énfasis en países como México, Panamá y Chile. Asimismo, Logisfashion prevé que la distribución de ingresos experimente variaciones en el futuro, impulsada por la consolidación en los mercados existentes y el continuo crecimiento del comercio electrónico.

LOS OJOS EN CHILE

En Chile, Logisfashion ha logrado, sin duda, un crecimiento destacado, ampliando su infraestructura y servicios para satisfacer la creciente demanda del mercado. Como ejemplo de este desarrollo, la empresa incorporó, durante 2023, dos nuevos centros logísticos en Santiago (Lo Espejo y ENEA).

“Nuestra estrategia en Chile va más allá de la expansión física. Nos hemos enfocado en ampliar nuestra propuesta de valor, ofreciendo un portafolio integral de servicios logísticos que nos permite no solo ser más eficientes, sino también generar un valor real para nuestros clientes, adap-

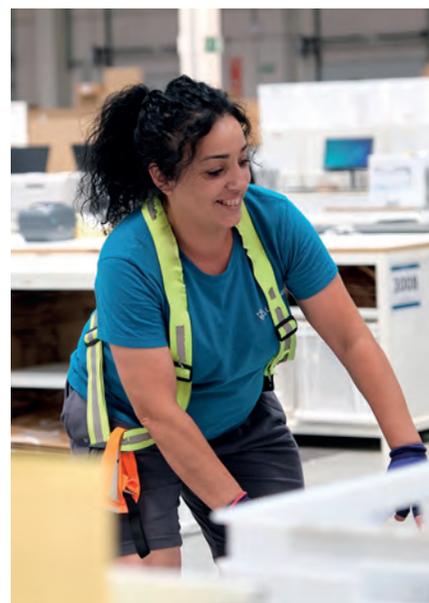
tándonos a las necesidades específicas de cada uno y de cada mercado en el que operamos”, asegura Felipe Miranda, Country Manager de Logisfashion Chile.

Las cifras anuales de facturación reflejan irrefutablemente el desarrollo constante de Logisfashion y su posicionamiento en Chile, llegando a triplicar los números en dos años, alcanzando una facturación en 2021 de 4 mil millones de pesos, al año siguiente, la cifra ya anotaba un fuerte aumento, empujándose sobre los 10 mil millones de pesos y en 2023 su crecimiento continuó llegando a la cifra de 16 mil 200 millones de pesos.

Las expectativas de desarrollo continúan y la compañía espera llegar a los 60 mil millones de pesos el 2028, convirtiéndose en el operador logístico en Chile líder a nivel de facturación, clientes y superficie operativa.

Sin duda, uno de los pilares del éxito de la compañía ha sido su capacidad para innovar y diversificar su oferta de servicios. La empresa comenzó atendiendo a la industria textil y de moda, y en 2011 dio un gran salto hacia el e-Commerce.

Esta expansión le permitió diversificar su cartera de clientes y sectores, incorporando áreas como alta joyería, accesorios, hogar, cosmética, deportes y electrodomésticos.



LIDERAZGO EN EL MERCADO CHILENO

El posicionamiento de la empresa en Chile está estrechamente ligado al reforzamiento que ha tenido el equipo directivo, donde la experiencia y el conocimiento han sido el eje central para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos, donde asoman, por ejemplo, la apertura de nuevas verticales de negocio como transporte y distribución, adaptadas a las necesidades específicas del mercado chileno.

Este nuevo equipo vino a reforzar la estructura y concretar objetivos y así ha quedado en evidencia con la vertical Transporte Última Milla (b2b y b2c) y Distribución (b2b) Retail que ha incorporado incluso soluciones para el transporte en frío.

El éxito que ha tenido este nuevo servicio de Transporte Dedicado, implementado en Chile y que da servicio a todos los sectores e industria, ha llevado a la compañía a tomar la decisión de implementarlo en otros mercados como el mexicano y proyectarlo además para el resto de las

filiales. “Estamos comprometidos con transformar la logística en una ventaja competitiva para los clientes, ofreciendo soluciones end-to-end que cubren toda la cadena de suministro. Esto incluye desde servicios en origen, logística internacional, e-Commerce fulfillment hasta la distribución de última milla”, recalcó.

DESAFÍOS Y FUTURO

El mercado logístico en Chile es altamente competitivo. Sin embargo, la empresa ve la competencia como una oportunidad para innovar y mejorar continuamente sus servicios.

A nivel global, la integración vertical de empresas como MercadoLibre, que están comprando centros de distribución, no es vista como una amenaza directa para Logisfashion.

En lugar de competir, la compañía se posiciona como un complemento estratégico para estas empresas, ofreciendo un nivel de especialización y personalización en la logística que es difícil de replicar interna-

mente. Mirando hacia el futuro, se asoman importantes y ambiciosos planes de expansión 2028-2029 en Chile, lo que involucra una inversión que fluctuará entre US\$30 millones y US\$40 millones, monto que dependerá de las oportunidades de crecimiento que se identifiquen en el mercado.

La empresa además está explorando la posibilidad de expandirse inorgánicamente en Latinoamérica y Norteamérica, lo que subraya su compromiso con el crecimiento y la innovación en el sector logístico.

“Estamos muy emocionados por lo que nos depara el futuro y confiamos en que nuestra estrategia nos permitirá seguir liderando la industria logística a nivel global”, concluye el Country Manager de Logisfashion Chile.





4 ATRIBUTOS DE UN LÍDER EN SUPPLY CHAIN. LOS TIEMPOS QUE HOY VIVIMOS HAN OBLIGADO A UNA CONSTANTE REVISIÓN Y ADAPTACIÓN EN COMO TENER UNA CADENA DE ABASTECIMIENTO QUE CUMPLA CON LOS REQUERIMIENTOS DEL NEGOCIO. DENTRO DE ESTAS ADAPTACIONES EL LIDERAZGO QUE SE DEBE TENER NO QUEDA AJENO.

Ya hace muchos años que el área de supply chain se convirtió en brazo estratégico del negocio, y no solamente por el desarrollo y consolidación de los canales digitales, sino también por los avances tecnológicos que nos permiten enfrentar un entorno cada vez más VUCA (Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad).

Entonces, ¿cómo debe plantearse hoy este nuevo liderazgo? A través de mis años de experiencia en diversas organizaciones y de conversaciones con expertos en recursos humanos, tanto de Head Hunting como consultores, he podido identificar cuatro atributos claves que deben poseer los líderes de Supply Chain para enfrentar los nuevos desafíos.

El primero de ellos, el cual considero la base con respecto a los tres atributos próximos a mencionar es el Liderazgo de personas adaptativo, donde el acompañamiento de equipo, el desafiarlo a nuevas herramientas y proyectos, la flexibilidad ante el entorno actual y abierto siempre a tener una mirada distinta de hacer las cosas, le permitirá avanzar con la organización para enfrentar de manera anticipada los desafíos en los tiempos que vivimos. Este liderazgo debe salir del micro-management, a veces es más efectivo dejar a otros tomar responsabilidades y brillar por sí solos, lo que les permitirá tener un equipo más sólido y comprometido.

El segundo de ellos es la visión de futuro en el entendido que hoy no basta con enfrentar los desafíos constantes y que son propio del mundo logístico en el corto plazo. El líder debe visionar los desafíos adicionales que son de mediano y largo como, por ejemplo, la alta exigencia en productividad, dado el enfrentamiento a altos costos y demanda moderada, lo que hace elegir los proyectos de innovación y tecnología claves que suavicen dichos costos.

Por otro lado, el entorno VUCA sigue presente, sin embargo, las prácticas que se deben adaptar para enfrentarlas son completamente distintas; hoy en día básicamente hay que aceptarlo y aprender de ellas. No solo basta con ser resilientes, sino que

volver la cadena de suministro bajo un concepto Anti-frágil, tal cual lo señala el estudio de Gartner “Chief Supply Chain Officer Leadership Visión 2024”.

Además, es crucial buscar maneras distintas de hacer las cosas. Debemos preguntarnos: ¿Cuáles son las mejores prácticas fuera de nuestro entorno? Visualizar tendencias y prácticas de otras industrias puede aportar beneficios a nuestra situación. En definitiva, debemos pensar fuera de la caja, atreviéndonos a innovar y desafiar las prácticas actuales de forma constante.

Lo tercer punto relevante y que viene conectado con el punto anterior, es el conocimiento y entendimiento a la implementación de Innovación y Transformación Digital. Aquí podemos abrirlo en dos líneas, la primera es el mayor conocimiento de las distintas herramientas de transformación digital disponibles en el mercado (como inteligencia artificial, blockchain, IoT) teniendo además la capacidad para implementar dichas soluciones digitales que mejoren la eficiencia y la visibilidad en la cadena de suministro.

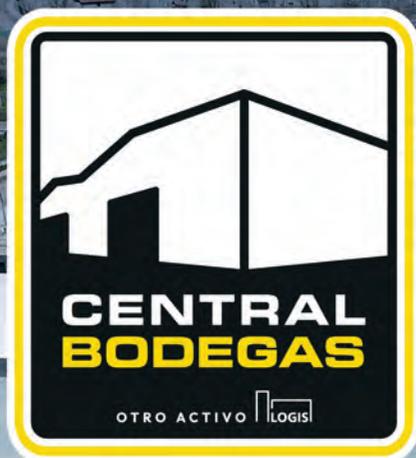
Lo segundo y muy relevante tiene relación con la selección adecuada de las herramientas y asegurar su correcta implementación, ya que sus inversiones no son menores y debieran tener un retorno rápido. Para lograr esto, es que se vuelve crucial el trabajar directamente con los equipos que se verán implicados, ya que son ellos quienes saben qué variables deben considerarse en sus modelos de decisión, ver si todas están incluidas y si los datos que representan esas variables son precisos.

Finalmente, como cuarto atributo de un buen liderazgo en supply chain -y que ha tomado una relevancia no menor en la gestión de los líderes- es operar y tomar decisiones considerando siempre una Mirada bajo criterios ESG (Environmental, Social & Governance).

Las decisiones que se tomen en Supply Chain impactan de manera directa en la gestión de riesgos ESG, donde ya se cuenta, por ejemplo, con soluciones eléctricas para servicios de última milla que reduce la huella de carbono, soluciones de energías renovables (paneles solares) para la construcción de nuevos centros de distribución, entre otros.

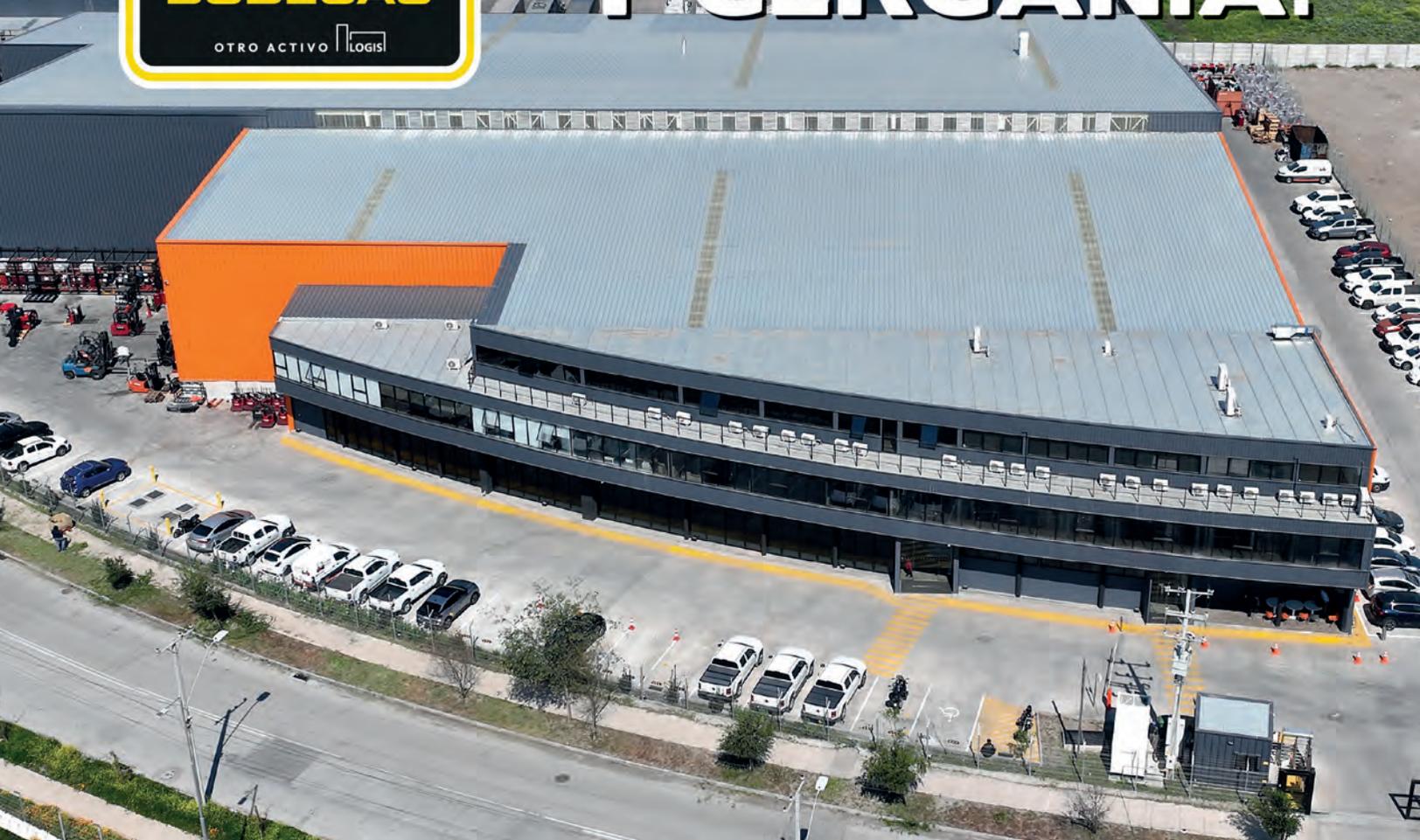
El desarrollar este atributo inclusive en estos tiempos ya no es un valor agregado, se está volviendo un requerimiento mínimo que deben tener los líderes para su gestión.

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



®

INNOVACIÓN,
EFICIENCIA
Y CERCANÍA.



ACOMPañANDO A LAS EMPRESAS
EN SU CAMINO Y CRECIMIENTO.

+225.000 m² | 8 CENTROS DE ALMACENAJE

Lampa • Maipú • Renca • Pudahuel • San Bernardo

+15
AÑOS

CERTIFICACIONES



www.centralodegas.cl



contacto@centralbodegas.cl



ALMACENES VERTICALES AUTOMATIZADOS: UN ALIADO PARA LA LOGÍSTICA EFICIENTE.

EN UN ENTORNO EMPRESARIAL CADA VEZ MÁS COMPETITIVO, LA GESTIÓN EFICIENTE DEL ESPACIO DE ALMACENAMIENTO SE HA CONVERTIDO EN UN FACTOR CLAVE PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y REDUCIR COSTOS.

Los almacenes verticales automatizados, comúnmente conocidos como VLM (por sus siglas en inglés de “Vertical Lifting Modules”), son una solución que está ganando popularidad por su capacidad para optimizar el uso del espacio y mejorar la accesibilidad a los productos. En esta ocasión quisiera compartir en profundidad qué son los almacenes verticales, cómo funcionan, sus beneficios y casos de aplicación en diversas industrias.

¿QUÉ SON? Los almacenes verticales automatizados son sistemas de almacenamiento que utilizan la altura disponible del espacio en lugar de ocupar grandes áreas de superficie. Estos almacenes están diseñados para gestionar productos de manera eficiente a través de sistemas automatizados de elevación, bandejas, y software avanzado. Los VLM permiten almacenar productos de manera compacta, minimizando el espacio desperdiciado y reduciendo la necesidad de grandes instalaciones horizontales. Los VLM constan de varios componentes principales que trabajan en conjunto para maximizar la eficiencia del almacenamiento: Estructura Vertical, Sistemas de Elevación, Software de Gestión e Interfaz de Usuario.

El principio de funcionamiento de los VLM se basa en el concepto de “producto a la persona”. A diferencia de los almacenes tradicionales, donde los operadores deben desplazarse por grandes áreas para buscar productos, en un almacén vertical es el producto el que se transporta automáticamente hasta el operario. Esto se traduce en una mayor eficiencia y velocidad en las operaciones.

BENEFICIOS DE LOS VLM

El principal beneficio es su capacidad para aprovechar al máximo el espacio vertical disponible. En entornos donde el costo del terreno es elevado o el espacio es limitado, estos almacenes permiten incrementar la capacidad de almacenamiento sin necesidad de ampliaciones físicas. De hecho, en comparación con los almacenes tradicionales, un sistema VLM puede ahorrar hasta un 80% de es-

pacio. También se reconoce una mejora en la productividad como otro de los beneficios de estas tecnologías, pues la automatización de las tareas de búsqueda y recolección de productos reduce considerablemente el tiempo que los empleados pasan desplazándose por el almacén. Los operarios pueden recibir productos directamente en su estación de trabajo, lo que aumenta la productividad y reduce el riesgo de errores.

La reducción de errores también es un beneficio, pues el software de gestión que acompaña a los VLM minimiza los errores humanos, ya que los productos se almacenan y extraen con precisión. Esto también ayuda a reducir las devoluciones o retrasos causados por errores en el procesamiento de pedidos. Otra ventaja clave de los VLM es su capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes de una empresa. A medida que la demanda de almacenamiento aumenta, se pueden agregar nuevas unidades de almacenamiento vertical sin necesidad de reconstruir o reorganizar todo el almacén.

TENDENCIAS FUTURAS

La tecnología de los almacenes verticales sigue evolucionando y se espera que nuevas innovaciones transformen aún más el panorama logístico. Algunas de las tendencias futuras incluyen:

Integración con la Inteligencia Artificial: La incorporación de inteligencia artificial (IA) en los sistemas VLM permitirá una gestión aún más eficiente del inventario. Los sistemas podrán predecir la demanda de productos y ajustar automáticamente las posiciones de las bandejas para optimizar el acceso.

Almacenamiento Modular: Se prevé el desarrollo de sistemas de almacenamiento modular que puedan ampliarse o reducirse según las necesidades de la empresa. Esto permitirá una mayor flexibilidad en la planificación del espacio y los costos.

Automatización Completa: La automatización completa, desde la entrada de productos hasta su envío, es una tendencia que está ganando terreno. Los almacenes completamente automatizados eliminan la intervención humana en las operaciones, lo que reduce los costos laborales y aumenta la precisión.

Es evidente que los almacenes verticales automatizados representan una solución innovadora para las empresas que buscan optimizar su espacio de almacenamiento y mejorar la eficiencia operativa.



+20 AÑOS APOYANDO LA **TRANSFORMACIÓN** DIGITAL DE TU OPERACIÓN

Soluciones IoT integradas para una **mayor seguridad y eficiencia** en la cadena de suministro.



Control y gestión en tiempo real



Información
Estratégica



Monitoreo y
control



Cámaras video
monitoreo



Fatiga y
Distracción



Tercer ojo
Mobileye



Servicio de
Calidad



CIBERSEGURIDAD: EL TALÓN DE AQUILES EN LA TRANSFORMACIÓN DE SUPPLY CHAIN

IMAGINA QUE TU CADENA DE SUMINISTRO ES UNA GRAN AVENTURA, DONDE CADA PAQUETE VIAJA POR UN LABERINTO GLOBAL DE ALMACENES, CAMIONES Y BARCOS, ENFRENTANDO DESAFÍOS Y OBSTÁCULOS EN SU CAMINO. PERO, AL IGUAL QUE EN TODA BUENA HISTORIA, HAY VILLANOS OCULTOS AL ACECHO: LOS CIBERATAQUES. ESTOS HACKERS Y AMENAZAS DIGITALES SON COMO LOS PIRATAS MODERNOS, BUSCANDO INFILTRARSE EN TUS SISTEMAS, ROBAR INFORMACIÓN Y CAUSAR CAOS. ¿EL HÉROE DE ESTA HISTORIA? LA CIBERSEGURIDAD.

A medida que la tecnología revoluciona el transporte y la logística, las amenazas también evolucionan. Los delincuentes no buscan solo interceptar un camión; ahora intentan capturar tus datos y sabotear tus operaciones desde la comodidad de su teclado. La ciberseguridad, entonces, se convierte en ese escudo invisible que protege cada eslabón de tu cadena de suministro. Ya no se trata solo de mover productos de un punto A a un punto B, sino de hacerlo de manera segura y blindada contra los piratas cibernéticos.

Ante esta realidad, que afecta a grandes, medianas y pequeñas compañías, la ciberseguridad es una disciplina que ha cobrado creciente relevancia en las últimas décadas, debido al aumento exponencial del uso de tecnologías digitales y la conectividad global. Su propósito es proteger los sistemas informáticos, redes, dispositivos y datos de ataques maliciosos, accesos no autorizados y otros riesgos

cibernéticos. Los inicios de la ciberseguridad están intrínsecamente ligados al desarrollo de la informática y la conectividad en red. El primer evento que podría considerarse un hito en la historia de la ciberseguridad ocurrió en los años 70, con la aparición de Creeper, el primer virus informático. Este malware fue creado como un experimento por Bob Thomas, quien trabajaba en BBN Technologies, para ver si un programa podía moverse entre computadoras conectadas por la red ARPANET, la precursora de Internet. Aunque Creeper no era malicioso, provocó que se desarrollara el primer antivirus, llamado Reaper.

Sin embargo, fue durante la década de los 80 cuando la preocupación por la seguridad informática comenzó a tomar forma. Uno de los casos más emblemáticos fue el gusano de Morris en 1988. Creado por Robert Tappan Morris, el gusano se extendió rápidamente por Internet, afectando alrededor del 10% de las computadoras conectadas en aquel entonces. Este incidente subrayó la vulnerabilidad de las redes y provocó que el gobierno estadounidense comenzara a desarrollar regulaciones más estrictas en torno a la seguridad en línea.

Por tanto, la ciberseguridad es una disciplina en evolución. Con la creciente interconexión de dispositivos en la era del Internet de las Cosas (IoT), las Smart city y la expansión del 5G, los retos de la seguridad cibernética se expanden hacia nuevos horizontes. Los ataques serán más complejos y dirigidos, lo que obliga a una colaboración más estrecha entre gobiernos, empresas y expertos en ciberseguridad para proteger los ecosistemas digitales globales.

COSTOS DE UN ATAQUE PREMEDITADO

La ciberseguridad se ha convertido en una prioridad estratégica para las empresas de todo el mundo, ya que el entorno

digital crece exponencialmente y, con él, las amenazas cibernéticas. Los ataques no solo comprometen la seguridad de los datos, sino que también generan graves impactos económicos.

Los costos relacionados con la ciberseguridad van más allá de la simple implementación de medidas de protección: involucran pérdidas por brechas de seguridad, daño reputacional, sanciones legales y la inversión en herramientas y personal especializado.

Cuando una empresa es víctima de un ciberataque, los efectos financieros pueden ser devastadores. Estos costos se dividen en varios componentes: pérdida de datos y recuperación, pérdida de ingresos por interrupciones operativas, costos legales y sanciones, daño reputacional y costos de mitigación post-ataque.

Si llevamos estas situaciones a la industria logística sus efectos pueden ser críticos, sobre todo, si afecta la continuidad de las operaciones. A la luz de estos riesgos, muchas empresas invierten en medidas preventivas para evitar ser víctimas de ciberataques. Sin embargo, estas inversiones también representan un costo considerable, tal como lo dejó en evidencia el reporte anual Costo f Data Breach de IBM que reveló que el costo promedio por filtraciones de datos en 2024 en Latinoamérica es de US 2,76 millones, a medida que las filtraciones se vuelven más disruptivas y aumentan aún más las demandas de los equipos de ciberseguridad.

Según el estudio, las empresas de los sectores industrial y financiero experimentaron las filtraciones más costosas de la región, con costos promedio de US 3,54 millones y US 3,22 millones, respectivamente. Los ataques de phishing fueron el vector inicial de ataque más común, representando el 16% de los incidentes y un costo promedio de US \$2,91 millones por filtración. El reporte también muestra que la IA juega un papel crucial en la reducción del impacto de las filtraciones de datos en las organizaciones de Latinoamérica. Los hallazgos evidencian que el 31%

de las empresas de la región ahora están usando ampliamente seguridad impulsada por IA y automatización para prevenir y hacer frente a las filtraciones, lo que ha llevado a una reducción en los ciclos de vida. De hecho, las organizaciones con un amplio uso de seguridad impulsada por IA y automatización experimentaron filtraciones que fueron 83 días más cortas en promedio, comparado con quienes no usan estas tecnologías.

"Con la evolución de los ciberataques, las organizaciones no pueden permitirse poner la seguridad en un segundo plano y menos aún, considerando las ventajas que las tecnologías con IA entregan a los equipos de seguridad", dijo Juan Carlos Zevallos, Gerente de IBM Security Software para Latinoamérica.

"La seguridad impulsada por IA y la automatización ayuda a ganar tiempo en el lado de los defensores, sin mencionar que el ahorro de tiempo reduce los costos de las filtraciones y, por ende, las disrupciones en los negocios. Las organizaciones de la región que invierten en seguridad impulsada por IA y automatización están mejor equipadas para detectar y recuperarse de las filtraciones", añadió el ejecutivo.

El reporte también llama la atención sobre la importancia del almacenamiento y la correcta gestión de los datos. En la región, el 43% de las filtraciones involucraron datos almacenados en múltiples entornos y 26% involucraron datos almacenados sólo en la nube pública.

Las filtraciones que involucran varios tipos de entornos también fueron las más costosas de remediar, con un promedio de US \$2,94 millones. Según el reporte de 2024, los tres principales factores que ayudan a reducir los costos de las filtraciones de datos en América Latina son los equipos de respuesta a incidentes, los planes/pruebas de respuesta a incidentes y el cifrado.

Otros hallazgos del reporte sobre las filtraciones de datos en 2024 incluyen:

Las credenciales siguen siendo un problema. En 14%, las credenciales robadas o comprometidas fueron el segundo vector inicial más común, llevando los costos de filtraciones a US 2,89 millones en América Latina. Además, debido a la complejidad de las investigaciones de las filtraciones, los costos de detección y escalada aumentaron un 10% en comparación con el año anterior.

El tiempo es un factor relevante en la región. El ciclo de vida promedio de una filtración es de 301 días. Sin embargo, las empresas que tardaron menos de 200 días en identificar y contener una filtración incurrieron en un costo promedio de US \$2,40 millones. Por el contrario, las filtraciones con ciclos de vida mayores a 200 días costaron US \$3,12 millones en promedio.



Ricardo Seguel
Director Académico
Magíster de Ciberseguridad
de la Facultad de Ingeniería
y Ciencia UAI.

La escasez de personal de seguridad incrementó los costos de las filtraciones. El principal factor que amplifica los costos de las filtraciones en América Latina fue la escasez de habilidades de seguridad (en US \$167.226), en un momento en que las organizaciones están compitiendo para adoptar tecnologías de IA Generativa, que traerán beneficios, pero también se espera que introduzcan nuevos riesgos para los equipos de seguridad.

Otros factores que contribuyeron al aumento en el costo de filtraciones fueron: no conformidad con la regulación (en US 163.450) y la complejidad de los sistemas de seguridad (en US \$146.760).

Los costos de las filtraciones pasaron a los consumidores. El 63% de las organizaciones en el mundo declararon que incrementarían el costo de bienes o servicios debido a una filtración este año (vs. 57% el año pasado). Esto marca el tercer año consecutivo en que las organizacio-

nes estudiadas declararon que tomarían esta acción.

MIRADA DE EXPERTOS

Las cadenas de suministro pueden ser especialmente propensas a las amenazas cibernéticas porque están compuestas por múltiples proveedores, fabricantes y otras organizaciones de terceros. Dado que cada organización suele tener acceso a los mismos datos y sistemas, determinar qué entidad es responsable de un incidente puede resultar difícil. La complejidad de la red de la cadena de suministro también puede dificultar la identificación de vulnerabilidades críticas.

Un ciberataque exitoso en una cadena de suministro puede afectar significativamente las operaciones de una organización. Esto genera contratiempos como interrupciones comerciales, pérdidas monetarias y daños a la reputación. Por eso es fundamental garantizar la seguridad, tal como lo recalcaron los expertos en esta materia, Juan Pablo Arias, gerente de ingeniería de Fortinet y Ricardo Seguel, director académico magíster de ciberseguridad de la Facultad de Ingeniería y Ciencia de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI).



Juan Pablo Arias
Gerente de ingeniería
de Fortinet

La ciberseguridad es un desafío clave en la logística y el transporte y así lo entienden los entrevistados. En los últimos años, la ciberseguridad ha pasado de ser un tema lejano, a convertirse en un aspecto central para todas las empresas, especialmente aquellas dentro de una cadena de distribución. Según Juan Pablo "todos somos blancos, independientemente del tamaño de la empresa".

"Esto es especialmente preocupante en industrias como la logística, donde la digi-

talización avanza a pasos agigantados, exponiendo nuevos riesgos", enfatizó el ejecutivo de Fortinet, quien enfatizó además que los cibercriminales han evolucionado. "Si antes eran exploradores que buscaban "botar páginas" para demostrar su habilidad, hoy los ataques tienen un claro objetivo económico. El ransomware es uno de los ejemplos más comunes de estos ciberataques, secuestrando información crítica y extorsionando a las empresas para liberar los datos. Mientras más digitalices, más vulnerable puedes ser, lo que nos recuerda que el proceso de digitalización debe ir de la mano con inversiones sólidas en ciberseguridad", señaló.

La ciberseguridad en la industria logística aún enfrenta barreras, principalmente por la falta de inversión y conciencia a nivel organizacional. Según Arias, muchas veces se comete el error de delegar la ciberseguridad solo al equipo de TI, cuando en realidad "es un problema de toda la organización. La 'ciberconciencia' debe instalarse en todos los niveles, desde el personal operativo hasta la alta dirección", agregó.

Para abordar estos desafíos, el gerente de ingeniería de Fortinet propone un enfoque basado en tres pilares: tecnología, procesos y personas. En cuanto a la tecnología, es fundamental contar con herramientas modernas como el EDR (Endpoint Detection and Response), que va más allá de los antiguos antivirus. El segundo pilar son los procesos. Las empresas deben tener un plan de continuidad de negocio que les permita reaccionar ante un ataque. "Aunque hagamos una mega inversión en tecnología, nos van a atacar igual", asegura Arias.

Por ello, es crucial que se practiquen simulaciones de ciberataques para estar preparados y saber cómo actuar. Finalmente, el pilar más importante son las personas. Juan Pablo destaca que "el 80% de los ataques de ransomware están asociados al phishing", una práctica que aprovecha la ingenuidad o descuido de los empleados. Todos, desde el personal de base hasta el gerente general, deben estar alineados con las medidas de seguridad, ya

que "si la gente no está en sintonía con esas medidas, no se saca nada". Por su parte, Ricardo Seguel apunta al desafío estratégico que implica la ciberseguridad para la continuidad operacional, por lo cual -aseguró- esta materia dejó de ser un tema exclusivo de sectores altamente regulados, como la banca o el retail, para convertirse en una prioridad transversal en la industria logística.

Seguel, destacó que las empresas de logística, tanto grandes como pequeñas, se enfrentan a crecientes demandas de seguridad para proteger la continuidad de sus operaciones. Esto es especialmente importante en el contexto de la nueva Ley Marco de Ciberseguridad, que obligará a todas las empresas a cumplir con estrictos requisitos normativos.

Empresas reguladas ya llevan años invirtiendo en ciberdefensa, pero el reto actual recae en las pequeñas y medianas empresas (pymes), que tradicionalmente han sido más lentas en adoptar estas

medidas. Sin embargo, proveedores de sectores críticos como la banca y el retail están exigiendo a sus socios comerciales cumplir con estándares de seguridad certificados, lo que ha acelerado la necesidad de que muchas pymes logísticas se pongan al día en términos de ciberseguridad. El director académico del magíster de Ciberseguridad de la UAI recalzó que la ciberseguridad no es solo una cuestión de tecnología, sino un asunto estratégico que involucra procesos, personas y cumplimiento normativo.

"Ciberseguridad es sinónimo de continuidad operacional", afirmó el académico de la UAI, y añadió que las empresas logísticas que no adopten estas medidas podrían enfrentar interrupciones en su operación, lo que afectaría su capacidad de cumplir con contratos, SLA, y en última instancia, podría llevar a la pérdida de clientes. La digitalización también ha incrementado la importancia de proteger las tecnologías operativas, como los sistemas de Internet de las Cosas (IoT) que están conectados

en centros de distribución, puertos y flotas de transporte. El riesgo ya no se limita a los sistemas de TI tradicionales, sino que también incluye los dispositivos y sensores en terreno.

Ricardo Seguel advirtió que el primer paso para avanzar en esta dirección es que las empresas, especialmente sus directorios, reconozcan la ciberseguridad como una prioridad estratégica. "Implementar un plan de gobernanza en ciberseguridad y cumplimiento normativo es esencial para garantizar la protección contra amenazas y mitigar los riesgos operacionales en un sector tan crítico como el logístico", recalzó.

Finalmente, es tiempo de que la ciberseguridad se convierta en una prioridad para todos en la industria. Así que, antes de enviar tu próximo cargamento, asegúrate de que tu cadena de suministro esté equipada con el mejor "superhéroe" digital que puedas tener: la ciberseguridad. ■

alutipo

INTEGRADORES OFICIALES

HYTROL

Contáctanos

www.alutipo.cl

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

EL PACKAGING REDEFINE SU ROL EN LA LOGÍSTICA

LOS NIÑOS SIEMPRE LO HAN SABIDO: LA CAJA QUE ENVUELVE UN REGALO PUEDE SER TANTO O MÁS ATRACTIVA QUE LO QUE HAY DENTRO. EN OTRAS PALABRAS, EL PACKAGING IMPORTA Y HOY MÁS QUE NUNCA. YA NO SE TRATA SOLO DE PROTEGER EL PRODUCTO, SINO DE DARLE UN VALOR AGREGADO Y MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA, A TRAVÉS DE UN EMBALAJE EFICIENTE, OPTIMIZADO Y, POR SUPUESTO, SUSTENTABLE.

El récord histórico alcanzado en el último Cyber Monday del 2024, con ventas que ascendieron a US\$ 447 millones, no solo reflejan el auge del comercio electrónico, sino también la relevancia del packaging en estos procesos. Dos de los rubros que más crecieron durante este evento fueron los supermercados y los bienes durables, incluyendo electrónica, tecnología y muebles. Es decir, compras que demandan una cantidad no menor de envases, embalajes y materiales de envío.

Este crecimiento reafirma el desafío de innovar en alternativas de embalajes más eficientes y sostenibles. En Chile, muchas organizaciones ya han avanzado en este camino y están explorando -por ejemplo- el uso de materiales reciclables o reutilizables, tanto para hacer más eficientes sus procesos como para cumplir con las nuevas normativas y las expectativas de los consumidores actuales.

58

“El rubro del packaging crece a tasas sobre el 4% anual y seguirá creciendo así los próximos años, ya que es imprescindible para proteger los alimentos, las mercaderías, las exportaciones y la seguridad alimentaria”, señaló Mariana Soto Urzúa, gerenta general del Centro de Envases y Embalajes de Chile (CENEM), durante CircleParck 2024, feria internacional del packaging efectuada en abril de este año, en nuestro país.

Pero además de ser indispensable para proteger y transportar productos, el rol del packaging ha evolucionado en los últi-

mos años -impulsado principalmente por el auge del comercio electrónico- convirtiéndose en un elemento muy relevante en la satisfacción del cliente y la diferenciación de marca.

En esa línea, la tendencia global apunta a invertir en embalajes inteligentes y personalizados, que mejoren la experiencia del usuario, pero que a su vez optimicen los costos logísticos y minimicen el impacto ambiental. Un reto que, definitivamente, demanda “pensar fuera de la caja”.

EXPERTISE EN PACKAGING

Con 31 acuerdos comerciales internacionales y más de 50 productos en los rankings de exportaciones mundiales, la industria chilena cuenta con bastante experiencia en el rubro del packaging. Además, su ubicación geográfica determina que los productos que exporta deban recorrer grandes distancias para llegar al destino final, por lo que el embalaje es clave en la protección a lo largo de toda la cadena logística. Asimismo, en Sudamérica lleva la delantera en iniciativas orientadas a una producción más limpia.

A pesar de estas fortalezas, también hay oportunidades de mejora y aspectos a los que se debe poner atención para poder seguir avanzando. Entre ellos, el ajuste a las nuevas regulaciones, la evolución de los modelos de negocios y las mayores exigencias de los consumidores en mercados altamente competitivos y donde la eficiencia de la cadena de suministro es

esencial. Además de trabajar en innovación y aplicación de nuevas tecnologías, se considera fundamental observar lo que está ocurriendo en países desarrollados, trabajar en redes de colaboración y adoptar un enfoque multidisciplinar que integre a las áreas relacionadas con el marketing, la innovación tecnológica y la sostenibilidad.

Paralelamente a las leyes ambientales más recientes, varias empresas y organizaciones del país han avanzado en acuerdos de carácter voluntario, destinados a contribuir con una economía circular. Uno de ellos es el Acuerdo de Producción Limpia (APL) para la sostenibilidad de los embalajes usados en comercio electrónico. Liderado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de Corfo, más de 40 empresas ya se han adherido a este acuerdo, que busca generar propuestas concretas para reducir el volumen, peso y facilitar el reciclaje de estos embalajes.

EL IMPACTO DE LA LEY REP EN EL PACKAGING

El packaging es un elemento fundamental para cumplir con las regulaciones medioambientales. En Chile, una de las normativas clave en este ámbito es la Ley 20.920, también conocida como “Ley REP” que establece un marco regulatorio para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y el fomento al reciclaje.



INTERBORDERS

LOGÍSTICA | COMERCIO EXTERIOR | ADUANA



¡Llegamos a Santiago!

Desde Chile hacia el mundo. Soluciones logísticas sin fronteras.

📍 Alonso de Córdova 5870, Las Condes 📞 +56 2 3343 6075 ✉ info@interborders.com



Respecto de las empresas, señala que estas deben hacerse cargo de la recolección y valorización de ciertos productos llamados "prioritarios", cuando se transforman en residuos. Entre estos productos se encuentran los Envases y Embalajes (EyE).

Asimismo, la normativa establece metas anuales y progresivas de recolección y valoración de residuos, según el material. Para el periodo que comenzó a regir el 2 de octubre de este año, los porcentajes son los siguientes: cartón para líquidos (60%), metal (55%), papel y cartón (70%), plásticos (45%) y vidrio (65%).

Adicionalmente, la ley contempla la figura de los Sistemas de Gestión Colectivos (GRANSIC), entidades financiadas por las empresas reguladas y que deben encargarse de que los residuos se gestionen tal como indica la ley. Actualmente, existen 4 GRANSIC para la gestión de envases y embalajes; Giro y ReSimple para Residuos Domiciliarios y No Domiciliarios. En tanto, ProREP y Campo Limpio están orientados a Residuos No Domiciliarios.

Según datos del Ministerio del Medioambiente, en Chile se recicla el 12,5% de los residuos de EyE domiciliarios y la meta es llegar al 60% en 12 años (2035), cifra similar al de los países desarrollados.

Se calcula que aproximadamente el 60% de los Envases y empaques (EyE) que se generan en el país son Domiciliarios, y el 40% restante, No Domiciliarios.

EMBALAJE "LIBRE DE FRUSTRACIONES"

El uso excesivo de embalaje en las compras online no solo molesta a los consumidores; también aumenta los costos asociados a packaging y transporte.

Según un estudio de la compañía española DS Smith, las cajas de cartón sobredimensionadas transportan un exceso de aire que equivale a 41 millones de metros cúbicos al año.

Algo así como 11.000 piscinas olímpicas. ¡Muy poco sustentable! A nivel global, una de las primeras empresas que tomó cartas en el asunto fue Amazon, donde incluso acuñaron el término Frustration free packaging (FFP), con el objetivo de crear una cultura de envíos optimizada, que no abusara de soluciones de embalaje y, a su vez, facilitara la apertura de los paquetes. Con esta premisa, desde el año 2015, Amazon ha reducido 33% la cantidad de embalaje necesario para hacer envíos, lo que equivale a 1.600 millones de cajas de envío.

Empresas como Fisher-Price también desarrollaron iniciativas para reducir el desperdicio y promover la sostenibilidad, al mismo tiempo que mejoraron la experiencia del usuario a través de empaques más amigables con el medio ambiente.

En los últimos años, algunas compañías han introducido innovaciones como los empaques a base de plantas, con materiales como la fibra de la caña de azúcar o los residuos del trigo y del maíz. Estos materiales son duraderos, compostables y ofrecen una alternativa al plástico, sin impacto ambiental negativo.

Otras soluciones innovadoras son los empaques comestibles, que se elaboran a partir de materiales como arroz, papa o algas; los empaques reutilizables, que los clientes pueden devolver, limpiar o reutilizar y los empaques minimalistas, que incluyen certificaciones ecológicas (reciclables o biodegradables).

En definitiva, incorporar herramientas de innovación en el mercado del packaging -nuevas tecnologías, nuevos materiales y mejoras de los procesos- es fundamental para responder a la creciente demanda de envases y embalajes y, al mismo tiempo, cumplir con las exigencias de sostenibilidad.

Hacerlo antes que la competencia, sin duda, permitirá convertirlo en un elemento diferenciador. ■

Clasificación de envases y embalajes Con el objetivo de establecer las bases para las estrategias de recolección, valorización y reciclaje de residuos, la ley REP define conceptos y clasificaciones vinculados al packaging. Entre ellos:

Envases y embalajes: se definen como aquellos productos hechos de cualquier material, de cualquier naturaleza, que sean usados para contener, proteger, manipular, facilitar el consumo, almacenar, conservar, transportar o para mejorar la presentación de un artículo. También se incluyen en esta categoría los elementos auxiliares integrados o adosados al producto original, cuando cumplen con la función de informar al consumidor o brindan alguna de las funciones ya señaladas.

ENVASES: PRIMARIOS, SECUNDARIOS Y TERCIARIOS

Envases Primarios: Son aquellos que entran en contacto directo con el producto, sirviendo como primera capa de protección y presentación. Pueden ser botellas de plástico, latas de metal, vidrio, entre otros. La clasificación de envases primarios es crucial ya que define el material más visible para los consumidores y, por ende, puede influir en las actitudes hacia el reciclaje.

Envases Secundarios: Pueden agrupar a varios envases primarios, con el propósito de facilitar su transporte y comercialización. Un ejemplo común son las cajas de cartón que contienen varias botellas de vidrio o latas. Los envases secundarios optimizan el espacio y son fundamentales en la cadena logística, pero también presentan desafíos particulares en términos de manejo de residuos, debido a su tamaño y peso.

Envases Terciarios: Incluyen embalajes como pallets y contenedores utilizados para el transporte y almacenamiento en gran escala. Aunque no están en contacto directo con el producto final, los envases terciarios son esenciales para una logística eficiente. Suelen estar hechos de materiales resistentes y duraderos que requieren procesos de reciclaje especializados.

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



TRANSPORTE: UN ESLABÓN CLAVE DE LA LOGÍSTICA A VECES OLVIDADO

El transporte muchas veces pasa desapercibido, pero ¿qué pasaría si lo convertimos en el protagonista? En este artículo te contamos cómo el transporte puede ser la clave secreta que las empresas necesitan para optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia del cliente y marcar la diferencia en el competitivo mundo de la logística.

62

El transporte es, sin lugar a duda, uno de los componentes más críticos de la cadena de suministro. Es el puente que conecta cada punto en la operación logística, desde la materia prima hasta la entrega final del producto. Sin embargo, a pesar de su relevancia, el transporte a menudo es percibido como un factor secundario en las discusiones estratégicas de la logística, opacado por otros aspectos como el almacenamiento o la tecnología. Este enfoque erróneo puede conllevar ineficiencias

y sobrecostos que impactan de manera directa en la competitividad y en la experiencia del cliente final.

La importancia de este eslabón radica en que no es solo el medio que permite mover mercancías de un lugar a otro, sino que desempeña un rol fundamental en el éxito de toda la cadena de suministro. Una gestión eficiente del transporte asegura que los productos lleguen a tiempo, en las condiciones adecuadas y al menor



costo posible; siendo fundamental para el cumplimiento de la premisa base de la logística: llegar en tiempo y forma donde se necesita con una clara mirada en la optimización de los costos. Por tanto, tiene un impacto directo en la productividad y en los márgenes de las empresas.

El transporte también es el responsable de conectar eslabones vitales como proveedores, fábricas, centros de distribución y minoristas, siendo el nexo entre la oferta y la demanda. Un fallo en este eslabón puede generar retrasos, pérdidas económicas y hasta la pérdida de clientes; cuando esto sucede las empresas toman conciencia del real valor que tiene el transporte en el éxito final de la cadena.

Pese a la importancia que tiene el Transporte es sorprendente que muchas empresas, grandes y pequeñas, no le presten la atención necesaria a la optimización y modernización de sus operaciones de transporte. A menudo, este eslabón operacional se percibe como un componente "operativo" o "táctico" que simplemente mueve mercancías de un lugar a otro, en lugar de ser visto como una función estratégica que puede optimizarse para generar valor competitivo. Este enfoque limitado hace que muchas organizaciones no exploren todo el potencial del transporte, centrándose en otros aspectos más visibles y atractivos, como las nuevas tecnologías.

¿Por qué es olvidado el transporte? Algunas razones por las que esta operación pasa desapercibido, en comparación con otras áreas de la logística, son:

Foco en lo visible y novedoso: el auge de la transformación digital en las últimas décadas ha centrado la atención de muchas empresas en tecnologías avanzadas. Estas innovaciones ofrecen soluciones impactantes, con grandes promesas de eficiencia, productividad y mejora de procesos. Por otro lado, el transporte, que es más tradicional y está asociado a procesos físicos, no suele tener el mismo brillo y atractivo que las tecnologías emergentes.

Percepción de ser un costo inevitable: el transporte muchas veces es visto como un "mal necesario", un costo fijo que simplemente se debe asumir. Esta visión hace que las empresas lo gestionen como una función operativa básica, en lugar de un área estratégica que puede optimizarse.

Enfoque en la última milla: Con el auge del comercio electrónico, muchas empresas han puesto su atención en la "última milla". Este eslabón recibe mucha atención debido a su impacto directo en la satisfacción del cliente.

Enfoque en resultados inmediatos: En un entorno empresarial donde los resultados a corto plazo y la rentabilidad inmediata son clave, muchas empresas priorizan in-

versiones que ofrezcan retornos rápidos y visibles. Las mejoras en el transporte, como la optimización de rutas o la gestión eficiente de flotas, tienden a generar beneficios a largo plazo, lo que no siempre es atractivo para empresas que buscan resultados inmediatos.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

El sector del transporte enfrenta múltiples desafíos, desde la congestión en las vías, las fluctuaciones de los costos de combustible, hasta la creciente demanda de entregas rápidas impulsada por el auge del comercio electrónico. Sin embargo, hay un factor que tiene a todo el sector en alerta: la seguridad; tema que se ha abordado en reiteradas ocasiones y que parece lejos de solucionarse.

A lo anterior, se suma el reto de la sostenibilidad, donde cada vez más empresas buscan reducir su huella de carbono, exigiendo que sus operaciones de transporte sean más limpias y eficientes y eso ha obligado a pequeños, medianos y grandes transportista a mirar hacia la sostenibilidad y abrir su operación a acciones de mejora que vayan en esta línea.

Hoy más que nunca, las empresas deben considerar el impacto ambiental de sus operaciones de transporte. Según un informe del World Economic Forum, el sector transporte es responsable de aproximadamente el 16% de las emisiones globales de CO₂, lo que lo convierte en un área crítica para la adopción de prácticas más sostenibles.

Iniciativas como la electrificación de flotas, el uso de combustibles alternativos y la optimización de rutas no solo contribuyen a la reducción de emisiones, sino que también pueden generar ahorros económicos a largo plazo.

Las empresas que logran alinear sus operaciones de transporte con objetivos de sostenibilidad no solo contribuyen al cuidado del medio ambiente, sino que también pueden mejorar su reputación y su

relación con clientes y socios comerciales que valoran la responsabilidad social corporativa.

Por otro lado, la transformación digital ofrece grandes oportunidades para superar estos desafíos. La incorporación de tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), el análisis de datos, la inteligencia artificial y los sistemas de gestión de transporte están revolucionando la forma en que las empresas gestionan sus operaciones.

EL PROTAGONISTA DE LA ESTRATEGIA

El transporte no solo conecta físicamente los eslabones de la cadena de suministro, sino que, cuando se gestiona de forma estratégica, puede ser un verdadero diferenciador competitivo. Las empresas que optimizan su gestión de transporte no solo logran reducir costos, sino también mejorar la experiencia del cliente, incrementar su flexibilidad y, en muchos casos, posicionarse como líderes en sostenibilidad.

Es por eso que es vital que dentro de la estrategia de las compañías esté el transporte. Este eslabón es fundamental para el éxito operacional y comercial; aunque algunos lo olviden. ¿Por qué poner al transporte en la estrategia de la compañía? Aquí algunas razones que nos recuerdan el rol que tiene el transporte y las oportunidades que una correcta gestión de este proceso genera.

En muchas ocasiones, el transporte representa una de las partidas más grandes dentro de los costos logísticos. Un manejo deficiente puede llevar a sobrecostos en combustibles, mantenimiento de vehículos, peajes y, sobre todo, en tiempos de espera. La falta de coordinación en las entregas puede causar retrasos en la producción o en la entrega al cliente, lo que afecta directamente la competitividad de la empresa.

Por el contrario, una estrategia de transporte optimizada puede marcar una gran diferencia. Empresas que implementan

soluciones eficientes logran reducir significativamente sus costos logísticos, mejorar la utilización de sus flotas y minimizar tiempos de entrega. Además, en un mercado globalizado donde las cadenas de suministro son cada vez más complejas, una buena gestión del transporte permite a las empresas reaccionar con mayor agilidad ante cambios repentinos en la demanda o interrupciones en el suministro.

Para maximizar el valor del transporte, es crucial que las empresas cambien su percepción, viéndolo como una parte integral de su estrategia logística en lugar de un simple costo inevitable. La clave está en integrarlo con otras áreas operativas y aprovechar tanto la tecnología como la planificación eficiente para convertir el transporte en un verdadero diferenciador competitivo.

Cuando esta operación puede representar entre el 30% y el 50% de los costos logísticos totales, cualquier mejora en su eficiencia tiene un impacto directo en los márgenes de ganancia. Una gestión de transporte optimizada permite a las empresas reducir significativamente sus gastos operativos.

Otro factor que refleja la importancia de que este eslabón sea parte de la estrategia empresarial es que -en la economía actual- la rapidez y la confiabilidad en la entrega son factores clave en la satisfacción del cliente. Los consumidores exigen tiempos de entrega cada vez más cortos y precisión en la hora de llegada.

Un transporte gestionado estratégicamente puede cumplir con estas expectativas mediante la implementación de tecnologías de rastreo en tiempo real y optimización de rutas. Además, la flexibilidad en el transporte, como la capacidad de ofrecer entregas en franjas horarias específicas o con seguimiento en tiempo real, mejora significativamente la experiencia del cliente.

Por tanto, una gestión estratégica del transporte ayuda a reducir el tiempo total que tarda un producto en llegar desde el

proveedor hasta el cliente final. Esto no solo beneficia la satisfacción del cliente, sino que también optimiza los niveles de inventario. Al reducir los tiempos de ciclo, las empresas pueden implementar una estrategia de inventario justo a tiempo, disminuyendo los costos de almacenamiento y el capital inmovilizado.

Por otro lado, el entorno empresarial actual es altamente volátil, y las empresas necesitan adaptarse rápidamente a cambios en la demanda, interrupciones en la cadena de suministro o fluctuaciones en el mercado; y es ahí donde una estrategia de transporte ágil permite a las organizaciones reaccionar con rapidez y eficacia, ajustando rutas, horarios y capacidades según sea necesario.

El transporte estratégico también facilita la consolidación de redes logísticas. Empresas que manejan múltiples puntos de distribución o proveedores pueden encontrar grandes beneficios al coordinar y consolidar envíos. Esto no solo reduce costos por economías de escala, sino que también mejora la eficiencia operativa al reducir el número de movimientos y optimizar las cargas.

Queda en evidencia que el transporte, cuando se gestiona de manera estratégica, puede transformarse en un diferenciador clave para las empresas. No es solo un costo que se debe controlar, sino un área con un gran potencial para agregar valor. Para las empresas que buscan competir en un entorno global cada vez más exigente, la clave está en reconocer el papel estratégico del transporte y aprovechar las oportunidades que ofrece para innovar y diferenciarse del resto.

El llamado entonces es a escuchar y considerar a este eslabón -con sus luces y sombras- al momento de rediseñar estrategias y mirar el futuro operacional. Los desafíos logístico requieren de una operación bien aceptada y en ese escenario ningún área puede quedarse fuera. ■

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



LA PARALIZACIÓN DE PUERTOS QUE AFECTÓ A LA COSTA ESTE DE ESTADOS UNIDOS A PRINCIPIOS DE OCTUBRE NOS MOTIVÓ A EXPLORAR LAS POSIBLES CONSECUENCIAS DE UN EVENTO DE ESTE TIPO EN CHILE. PARA ELLO, CONVERSAMOS CON JAVIER OVALLE, EXECUTIVE MANAGER DE LHH RECRUITMENT SOLUTIONS EN CHILE Y RODRIGO SAN MARTÍN, REGIONAL CEO LATAM DE HILLEBRAND GORI, EMPRESA DE DHL COMPANY.

66

LECCIONES DEL CASO EE.UU: ¿CUÁL SERÍA EL IMPACTO DE UN PARO PORTUARIO EN CHILE?

En octubre de 2023, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, junto con el Ministerio de Obras Públicas y Carabineros, trabajó en el diseño y puesta en marcha del nuevo protocolo para el transporte de carga sobredimensionada en el país.

El pasado 1 de julio, entró en vigor para todo el territorio nacional, el nuevo protocolo de escolta vehicular para el transporte de carga sobredimensionada, cuya primera etapa inició en la Región de Antofagasta en octubre de 2023. Si bien la medida, que según muchos representa un avance significativo en la optimización

de la logística terrestre nacional; aún existe cierto desconocimiento respecto a la normativa, por lo cual resulta necesario refrescar en qué consiste la nueva normativa.

El sector portuario moviliza el 95% de las cargas de exportaciones e importaciones nacionales, por lo que -sin duda- una eventual paralización tendría un gran impacto. "Un escenario así significaría que nuestro comercio exterior se paralizaría en un porcentaje muy alto, en especial con Asia, Norte América y Europa. Solo quedaríamos con posibilidades de transportar al cono sur vía terrestre", señala Rodrigo San Martín.

Y para graficar el impacto de una eventual paralización de nuestros puertos menciona dos datos contundentes: "de acuerdo con las cifras de la Subsecretaría de relaciones económicas internacionales, el 88,5% del nuestro comercio exterior se hace vía marítima. Además, en el 2023, Chile exportó bienes por USD 95 mil millones e importó bienes por USD 85 mil millones, según datos de la OMC", precisa.

Javier Ovalle agrega que una paralización de puertos en Chile expondría a los exportadores a un gran problema en sus relaciones comerciales. "Perderíamos credibilidad y seriedad al momento de cerrar los acuerdos comerciales y abrimos la puerta a otros competidores, como Perú", apunta.

En el caso del mercado frutícola, ejemplifica, los gastos asociados podrían ser diversos: "van desde el costo de perder el producto, el margen castigado por la obligación de vender el producto para otro propósito distinto al original (fruta fresca v/s mermeladas o pulpas) hasta los costos de almacenaje en frío mientras termina el paro", indica. Asimismo, indica como potencial consecuencia que el precio de los productos podría aumentar o afectar la disponibilidad de otros.

Para Rodrigo San Martín, el punto crítico estaría en las cargas perecibles. "Estas

cargas debe ser movilizadas en el menor plazo luego de ser procesada. Por lo tanto, creo que las mayores pérdidas estarían en la exportación de salmón y fruta. Otras cargas como cobre o vino podrían esperar y solo se verían afectadas por costos adicionales relacionados a la congestión que se generaría después del paro”, subraya.

Y aunque puede ser útil hacer un análisis de cómo han evolucionado paralizaciones anteriores -ya sea en Estados Unidos o en Chile- estos profesionales sostienen que, para las empresas chilenas es difícil actuar de manera preventiva. “Chile ya ha tenido paros bastante largos con resultados desastrosos para la industria alimentaria nacional, así es que creo que los aprendizajes están. Sin embargo, más allá de gestionar de mejor manera las relaciones gremiales y sindicales, es bastante poco lo que se puede hacer. Puedes invertir en centros logísticos de almacenaje en frío, pero eso también propone una inversión cuantiosa que tendría una

potencial capacidad ociosa cuando no existan paros”, señala Ovalle.

En tanto, San Martín afirma que “para quienes hacen comercio exterior de importación o exportación, es difícil adoptar medidas previas, ya que estas negociaciones ocurren entre los puertos y sus trabajadores. La única forma de mitigar interrupciones en el transporte de cargas es manteniendo mayor inventario más cerca de los clientes”.

APRENDIZAJES PARA NUESTRO PAÍS

Cada día de huelga en los puertos de la costa este de Estados Unidos equivale a 540 millones de dólares para la economía de este país. Así lo estimó un análisis de The Conference Board, organización de investigación y membresía empresarial que reúne a entidades en más de 60 países. Por su parte, la Asociación Nacional de Manufacturas (NAM) estimó que esta paralización puso en riesgo 2.100

millones de dólares de comercio, por día. Una vez resuelto el conflicto, además, es probable que se produzcan cuellos de botella en los puertos que generen retrasos y aumento en los costos de transporte, tal como sucedió después de la pandemia. No es necesario vivir este enorme impacto para extraer lecciones, que pueden ser aplicadas no solo a Estados Unidos, sino también a Chile.

1 Diversificación de puertos y rutas. Contar con redes logísticas eficientes y diversificadas es una de las principales lecciones que se desprenden de estas paralizaciones. Para reducir el potencial impacto, es importante desarrollar infraestructura portuaria alternativa -otras rutas de transporte- o reforzar acuerdos comerciales que permitan el uso de otros puertos en caso de emergencia.

2 Fortalecer relaciones laborales. Mantener relaciones saludables con los trabajadores es gravitan-

TDS AMERICA

Programas inteligentes para **organizar** tu bodega y **optimizar** tu logística.

SCB es el sistema integral de TDS que optimiza el control total de tu bodega, con trazabilidad en tiempo real y gestión avanzada de inventarios.

SBL organiza y agiliza los movimientos en tu bodega, ofreciendo una plataforma práctica que reduce errores y mejora la eficiencia logística.

Invent facilita el levantamiento de inventarios con precisión y rapidez, detectando diferencias de stock y reduciendo costos operativos.

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



te, no solo en momentos de crisis. Por ello, es crucial invertir tiempo y recursos en el diálogo social y el desarrollo de estrategias efectivas de gestión de conflictos. Adicionalmente, este paro evidenció la necesidad de actualizar acuerdos en sectores donde la automatización y la modernización juegan un papel clave.

3 Aumento de inventarios estratégicos. Muchas empresas en Estados Unidos se vieron afectadas por no tener suficientes inventarios en tierra. Para evitar esta situación, los expertos sugieren mantener una mayor cantidad de inventarios de seguridad cerca de sus mercados finales para amortiguar los impactos de estas disrupciones.

4 Uso de tecnología y planificación logística. Invertir en tecnología para optimizar la logística es esencial en cualquier momento, pero especialmente en situaciones críticas. La utilización del Big Data y análisis predictivo, plataformas colaborativas e Inteligencia Artificial para procesar múltiples variables, sugerir rutas alternativas y optimizar las entregas en tiempo real pueden ser herramientas muy útiles en estas instancias.

5 Planificación de contingencias. Aunque no siempre es posible prever este tipo de escenarios, un plan B debiera considerar proveedores alternativos, planes para redirigir la carga y la reconfiguración de ciertas operaciones logísticas, entre otros aspectos.

¿LA AUTOMATIZACIÓN EN JAQUE?

Luego de tres días de paralización, la Asociación Internacional de Estibadores (ILA) logró llegar a un acuerdo con su contraparte, la Alianza Marítima de los EE.UU. (USMX), quienes accedieron a una de las principales demandas; el aumento salarial.

Existe un cierto consenso respecto a que, gracias al récord de ganancias obtenidas durante la pandemia, las empresas ma-

ritimas están en condiciones de pagar el aumento del 62% salarial considerado en el acuerdo.

Sin embargo, el segundo punto en conflicto -la automatización de los procesos- podría traer nuevos contratiempos.

Medios estadounidenses han señalado que el contrato actual de la ILA incluye una disposición que requiere el permiso del sindicato para que los puertos agreguen cualquier automatización.

“La ILA se opone firmemente a cualquier forma de automatización, total o parcial, que sustituya puestos de trabajo o fun-

“LA ILA SE OPONE FIRMEAMENTE A CUALQUIER FORMA DE AUTOMATIZACIÓN, TOTAL O PARCIAL, QUE SUSTITUYA PUESTOS DE TRABAJO O FUNCIONES LABORALES HISTÓRICAS. NO ACEPTAREMOS LA PÉRDIDA DE TRABAJO Y MEDIOS DE VIDA DE NUESTROS MIEMBROS DEBIDO A LA AUTOMATIZACIÓN”

ciones laborales históricas. No aceptaremos la pérdida de trabajo y medios de vida de nuestros miembros debido a la automatización”, señaló un comunicado del sindicato.

“Lo que quieren decir es que no quieren ningún avance tecnológico que haga que la carga y descarga de barcos sea más rápida, segura y eficiente, por ejemplo, grúas más inteligentes, puertas y camiones para mover contenedores que requieran menos trabajadores para operar”, criticó una editorial del Wall Street Journal, agregando que “en otras palabras, quieren salarios más altos sin ganancias de productividad, lo cual es insostenible en una economía global competitiva”. Para respaldar esta opinión, el medio de comunicación cita el Índice de

Desempeño de Puertos de Contenedores 2023 del Banco Mundial, que clasifica a los puertos según la cantidad de tiempo que un barco pasa en el puerto.

“Ningún puerto estadounidense se ubicó entre los 50 primeros y el mejor clasificado es Charleston, Carolina del Sur, que se encuentra en el puesto 53. Yangshan, en China, es el número uno y China está invirtiendo en puertos de toda América Latina”, apunta la editorial.

Según un informe de la Oficina de Responsabilidad Gubernamental, desde marzo pasado, los 10 puertos de contenedores más grandes de Estados Unidos utilizan algunas tecnologías de automati-



Rodrigo San Martín
Regional CEO Latam
en Hillebrand Gori

zación para procesar y manipular algunas cargas. Pero, en general, Estados Unidos está detrás de la automatización portuaria en comparación con los grandes puertos del mundo.

Si bien es cierto que la automatización puede usarse para aligerar la carga de trabajo y hacer más eficientes los procesos, es un hecho que -tarde o temprano- también reemplazará fuentes de trabajo en los puertos estadounidenses.

Por ello, se estima que con este acuerdo, los transportistas e importadores solo han postergado la resolución del problema hasta el 15 de enero. Habrá que seguir poniendo atención a cómo concluye este tema. ■



Javier Ovalle
Executive Manager de LHH
Recruitments Solutions

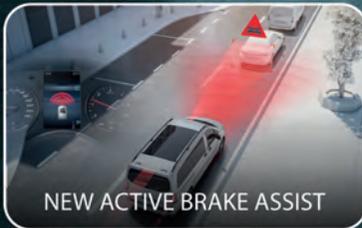


Superioridad en todos los sentidos.

Nueva Vito Carga
Siente la verdadera diferencia de Mercedes-Benz.



COTIZA AQUÍ



NEW ACTIVE BRAKE ASSIST

Frenado activo más seguro.



9G-TRONIC

Nueva transmisión
con más rendimiento.



6 M³ DE CARGA

Mayor capacidad para tu negocio.

KAUFMANN

Las imágenes que aquí aparecen son usadas como referencia, por lo cual pueden no estar disponibles ciertos modelos en el mercado local al momento de esta publicación. Consulte especificaciones de los vehículos en www.kaufmann.cl o en su Distribuidor Autorizado. Mercedes-Benz® es una marca de Mercedes-Benz Group AG.



**“SUPPLY CHAIN SE HA
CONVERTIDO EN UN
MOTOR DE INNOVACIÓN
Y CRECIMIENTO”**

CRISTIÁN MALUENDA ARELLANO
GERENTE SUPPLY CHAIN
POLPAICO SOLUCIONES

70

La experiencia y el conocimiento le permiten a Cristián realizar una radiografía del momento actual de supply chain, reconociendo los desafíos que enfrenta la industria y mirar el futuro del sector, marcado por la volatilidad del mercado, la digitalización y la sostenibilidad. Sin embargo, el ejecutivo advierte que el mayor reto es anticiparse a posibles disrupciones, apalancándose en tecnologías y en equipos altamente preparados.

Con más de 17 años de experiencia en logística y Supply Chain, Cristián Maluenda Arellano ha sido testigo de la evolución de los negocios y logística. Su trayectoria se caracteriza por una combinación de visión estratégica, habilidades de liderazgo y conocimiento técnico que lo ha posicionado como un referente en la optimización de operaciones y la gestión de equipos en diversas industrias.

Ingeniero Industrial de profesión ha complementado su formación con un Máster en Supply Chain Management de la Universidad Andrés Bello y una certificación como Master Black Belt en Lean Six Sigma en Argentina.

Actualmente, está ampliando sus conocimientos con un MicroMaster en Supply Chain Management del prestigioso MITx, demostrando su compromiso con la excelencia y la innovación en su campo.

A lo largo de su carrera, se incluyen roles de liderazgo en industrias de consumo masivo, operadores logísticos y construcción, en compañías como Polpaico Soluciones, Industrias de Alimentos Trendy S.A, PepsiCo International, Carozzi, entre otras. Ha liderado proyectos transformadores que han resultado en ahorros y mejoras significativos en indicadores clave como OTIF y Fill Rate en las distintas industrias.

Su enfoque en la implementación de tecnologías avanzadas y la optimización de redes logísticas ha sido fundamental para estos logros. Como miembro del Supply Chain Council Chile, el ejecutivo no solo mantiene activa la relación con sus pares y contribuye al desarrollo y difusión del sector Logístico en Chile.

Finalmente, su experiencia y conocimiento es lo que le permite analizar los cambios y desafíos de la industria global y mirar el futuro, tal como lo reflejan las siguientes reflexiones, donde destacó la importancia de la innovación y de los equipos altamente preparados.

¿CÓMO DEFINES LA “LOGÍSTICA” ACTUAL? La logística actual es estratégica para la competitividad de cualquier economía o compañía. No solo se trata de mover productos, sino de integrar tecnología y equipos altamente entrenados para optimizar cada eslabón de la cadena de suministro, con foco permanente en el cliente. El objetivo es ser eficientes, ágiles, sostenibles y asegurando la experiencia del cliente.

¿CUÁNTO HA CAMBIADO EL ROL DE SUPPLY CHAIN EN EL DESARROLLO DEL NEGOCIO B2B? Supply Chain ha dejado de ser una función puramente operativa y se ha convertido en un motor de innovación y crecimiento. Su capacidad para integrar tecnología, optimizar recursos y estar preparados ante posibles disrupciones, la convierte en una ventaja competitiva clave en un entorno tremendamente desafiante. Hoy, el éxito de las compañías depende en gran medida de una Supply Chain ágil y adaptable.

¿CUÁLES SON LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTA LA LOGÍSTICA B2B? Estamos en una nueva era donde los desafíos incluyen la volatilidad del mercado, la digitalización y la sostenibilidad. Pero el mayor reto es anticiparse a posibles disrupciones, apalancándose en tecnologías como la IA y el IoT, con un enfoque en la agilidad y en equipos altamente preparados para tomar decisiones en tiempo real, minimizando riesgos y maximizando el valor para el cliente.

¿CÓMO ENFRENTAR ESOS DESAFÍOS? La diferenciación se logra invirtiendo en tecnología, pero también en personas. Equipos ágiles y bien liderados son clave para anticiparse a cambios. Además, integrar prácticas sostenibles y una cultura centrada en el cliente, adelantándose y siendo capaces de satisfacer la demanda de estos, de manera segura, proactiva y eficiente.

¿QUÉ TAN ÁGIL ES LA INDUSTRIA EN TÉRMINOS DE CAMBIOS LOGÍSTICOS? La industria ha acelerado su capacidad de respuesta gracias a la digitalización, pero la verdadera agilidad proviene de la capacidad de los equipos para adaptarse a nuevas tecnologías y procesos. Se apalanca fuertemente en el liderazgo, en la integración de datos en tiempo real y en una cultura de excelencia enfocada en el cliente.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ¿CÓMO ENTIENDES ESTE CONCEPTO? La planifica-

ción estratégica es un proceso de largo plazo que alinea los recursos, talento y tecnología para anticipar desafíos, optimizar operaciones, maximizar resultados, generando una ventaja competitiva sostenible en un mercado altamente cambiante.

La diferencia se genera teniendo una visión de largo plazo, un análisis de datos y variables de forma precisa, un constante desafío hacia la innovación y que el liderazgo empuje hacia la agilidad y foco en el cliente.

¿CUÁL ES LA BASE DE LAS PRÓXIMAS INICIATIVAS Y TRANSFORMACIÓN EN SUPPLY CHAIN? Si bien la transformación en Supply Chain estará impulsada por la automatización y el análisis predictivo, el verdadero motor será el talento humano. Una cultura de mejora continua, combinada con la capacidad de innovar rápidamente, será fundamental para que las empresas mantengan su competitividad y anticipen la evolución de las expectativas del cliente.

¿CÓMO HA CAMBIADO EL CLIENTE? ¿QUÉ DEMANDAN Y CÓMO ESTAR A LA ALTURA DE SUS EXIGENCIAS? El cliente es cada día más exigente, buscando transparencia, rapidez y servicios personalizados. Para cumplir con estas expectativas, es vital una Supply Chain ágil y eficiente, pero también utilizar tecnologías avanzadas, análisis predictivo y herramientas colaborativas, que les permitan anticiparse a las necesidades del cliente y adaptar sus operaciones en tiempo real.

¿CUÁLES SON LOS PILARES DE LA MODERNIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO? Los pilares son la digitalización, la sostenibilidad y la capacidad de adaptación. Las cadenas de suministro modernas deben ser tecnológicamente avanzadas, pero también construidas sobre la base de equipos de alto desempeño que puedan adaptarse rápidamente y garantizar tanto la eficiencia como la experiencia del cliente

¿CÓMO SERÁ EL FUTURO DE LAS INDUSTRIAS B2B? El futuro de Supply Chain será marcado por la conectividad con los clientes, la automatización y el uso avanzado de los datos.

Las empresas que lideren la adopción de estas tecnologías, la gestión y desarrollo del talento, además de la innovación y sostenibilidad, serán aquellas que marquen la diferencia en un entorno B2B cada vez más competitivo.

Es un hecho que, hoy en día, no solo los clientes, sino también los inversionistas, las comunidades y los mercados internacionales han elevado sus expectativas hacia las empresas, exigiendo prácticas responsables y transparentes. Este nuevo escenario ha empujado los límites de la responsabilidad social de las empresas, incorporando temas como la igualdad de género, la sostenibilidad ambiental y los derechos humanos en su ámbito de acción.

“La gente está cada vez más informada y las redes sociales están cada vez más agudas en estos temas. Los consumidores quieren saber cómo son los procesos de una empresa o quién participo en la elaboración de un producto que va a consumir”, señala Macarena Videla, directora de Legal & Compliance en Wins Chile, Asociación de Mujeres en Logística.

Por ello, sostiene esta abogada, no es un asunto que las organizaciones actuales puedan soslayar o ignorar. “Desde una mirada corporativa, es un riesgo para la empresa incumplir estas normativas. Y las consecuencias no solo son monetarias, sino que también tienen un impacto reputacional, que puede afectar en ventas y en posicionamiento de marca, porque nadie va a querer comprar productos de una empresa donde hay trata de personas o relación con el narcotráfico, por ejemplo”, precisa.

72

En los últimos años, las normativas internacionales -y algunas a nivel país- han incorporado el enfoque de derechos humanos en las empresas, impulsados por directrices globales y particularmente por los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Esta declaración, emitida en 2011, se fundamenta en tres pilares: el deber del Estado de proteger los derechos humanos; la responsabilidad de las empresas de respetarlos y el acceso a mecanismos de reparación, en casos de vulneración. El documento también exhorta a las empre-

MÁS QUE UNA DECLARACIÓN DE BUENAS INTENCIONES, EL CONCEPTO DE COMPLIANCE EN DERECHOS HUMANOS PUEDE TRADUCIRSE EN NORMAS Y ACCIONES CONCRETAS PARA PREVENIR SITUACIONES QUE IMPACTEN EN LA EMPRESA Y SUS STAKEHOLDERS. NO ES UN PROCESO FÁCIL NI RÁPIDO, PERO ES CADA VEZ MÁS NECESARIO.

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE DDHH EN LA EMPRESA?

sas a “llevar a cabo procesos de debida diligencia para identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas sobre sus impactos en los derechos humanos”, ampliando el enfoque del concepto de compliance, hasta entonces más restringido a lo legal y financiero.

“Hay varios países que ya tienen leyes en materia de debida diligencia en DDHH, como Alemania, Francia, Holanda, Noruega y Japón. Recientemente, la Unión Europea acaba de aprobar la ley de debida diligencia y eso quiere decir que, en el plazo de dos años, todos los países miembros deberán tener leyes de debida diligencia. Esto nos toca directamente, porque Europa es un tremendo mercado para nuestras exportaciones”, explica Carolina Rudnick, abogada y presidenta de Libera, fundación sin fines de lucro que busca combatir la trata de personas y el trabajo forzado.

Además de estas leyes, Carolina comenta que en la actualidad “hay todo un movimiento internacional vinculado a crear normativas que prohíban la importación de productos provenientes del trabajo forzado. En Estados Unidos existe una ley federal en esa línea, que establece montos bien altos para quienes la incumplan”.

Las sanciones a esta norma, precisa, se pueden activar a través de denuncias o reclamos que hacen los trabajadores afectados o la sociedad civil a la aduana norteamericana. “La prohibición también

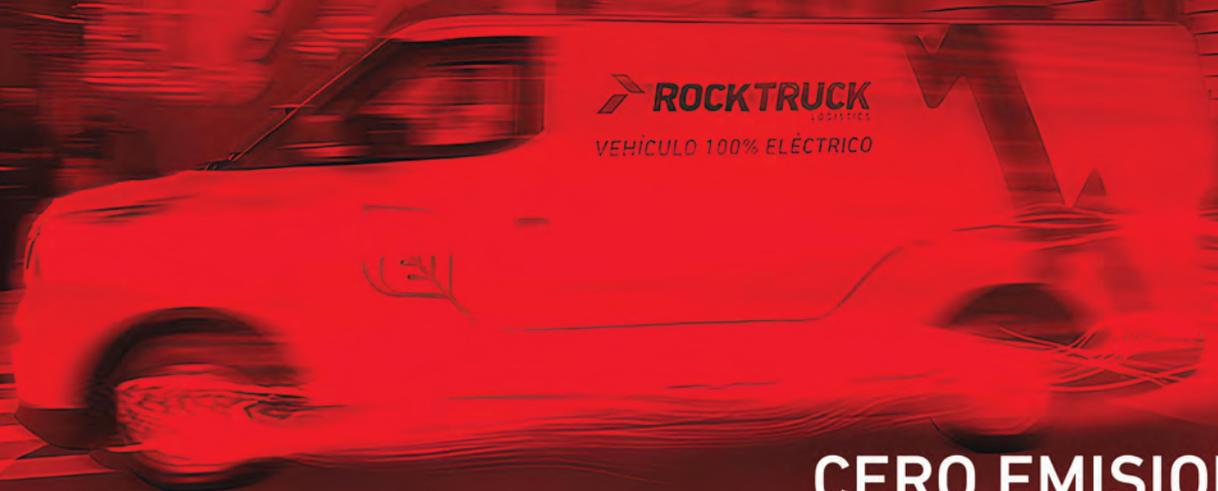
se materializa a través de la confiscación del material correspondiente. Esta situación ya ha afectado a varios países de Centro América, Brasil, Argentina y México”, comenta esta especialista.

Cada dos años, además, la Oficina de Asuntos Laborales Internacionales de Estados Unidos (ILAB) publica una nómina de productos elaborados en base a trabajo forzado o trabajo infantil. La última versión, publicada en septiembre, puede revisarse en el sitio web de ILAB. Si bien, este informe informa solo el país y el producto sancionado, pero no la empresa, este dato podría pesquisarse en la sección donde se publican las solicitudes de ingreso de productos a Estados Unidos.

México y Canadá, en el marco de sus tratados de libre comercio, también incluyeron la prohibición de importación de productos vinculados al trabajo forzado, agrega Carolina, en tanto que la Unión Europea ya está trabajando en directivas para prohibir este tipo de importaciones, a través de la creación de una central de aduanas que permita identificar estos productos.

“Nos encontramos entonces con normas vinculantes que van a significar mayor responsabilidad para las empresas y el uso de algunas herramientas como los informes de ILAB que, usando el poder del mercado, logran gatillar cambios. Porque obviamente, ninguna empresa va a querer estar en estas listas y, por lo tanto,

FLOTA ELÉCTRICA PARA ÚLTIMA MILLA CORPORATIVA



**CERO EMISIONES.
MÁXIMA EFICIENCIA.
VEHÍCULOS CON HASTA
1.500 KG DE CAPACIDAD Y
200 KM DE AUTONOMÍA.**

WWW.ROCKTRUCK.CL

van a tratar de resolver los temas que los afectan”, sostiene Carolina. Y aunque en Latinoamérica aún no existen normativas del mismo nivel o que sean vinculantes en el ámbito de los derechos humanos, Carolina señala que ya se están generando propuestas, impulsadas principalmente por la sociedad civil, para avanzar en proyectos en esa línea, en países como Colombia, Perú y México, además de Chile”.



Macarena Videla
Directora de Legal &
Compliance en Wins Chile

Macarena recalca que estos cambios de legislación a nivel global “van a influir directamente cómo vamos a relacionarnos con otros países. Por ejemplo, si mi producto pasa por Estados Unidos y no estoy cumpliendo con las normativas que ellos tienen, se va a parar la cadena, con el costo que eso tiene. Es decir, vamos a tener que operar con una mirada más internacional”.

LA REALIDAD CHILENA

En 2017, Chile lanzó el Plan de Acción Nacional de DDHH y Empresas, una política estatal elaborada en línea con los Principios Rectores de la ONU y orientada a “proteger a las personas y a la naturaleza de los posibles impactos que la actividad empresarial pudiese generar”. En el contexto de este Plan, se han desarrollado distintas iniciativas, entre ellas, un anteproyecto de ley de debida diligencia, que obligaría a las empresas a implementar mecanismos de diagnóstico sobre sus posibles impactos en las comunidades y hacer seguimiento para su mitigación.

Según informaciones oficiales, la propuesta debiera presentarse al Congreso Nacional antes que termine el actual gobierno. Adicional a este proyecto, en los últimos años se han dictado leyes que abordan ámbitos que pueden influir en

cómo las empresas operan y se relacionan con los derechos humanos. Entre ellas, la Ley 21687 o Ley Karin; la Ley 19.913 y sus modificaciones sobre lavado y blanqueo de activos y la Ley 20.393 que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas, modificada recientemente por la Ley 21.595, que sistematiza los delitos económicos y atentados contra el medio ambiente, además de ampliar en más de 200 los delitos contemplados en la Ley 20.393.

Esta dos últimas leyes hacen hincapié en que las empresas deben mitigar, a través del modelo de prevención de delitos, una serie de riesgos que pueden surgir de sus actividades. Estas demandas van muy de la mano con la implementación de sistemas de gestión de compliance más robustos, por su carácter preventivo.

CULTURA PREVENTIVA

Leonor Herrera, directora de compliance del Estudio Colombara y presidenta del capítulo chileno de la World Compliance Association señala que un buen compliance en DDHH puede impulsar procesos de mejora continua en la empresa y que, además de adelantarse a la agenda regulatoria, permite incorporar los DDHH en la matriz de riesgos.



Leonor Herrera
Directora de Compliance
del Estudio Colombara

“Lo que busca el compliance es prevenir el incumplimiento de las normas y eso es super importante en el ámbito de los DDHH, porque aquí lo que buscamos es que no se produzcan situaciones de vulneración de derechos. No queremos llegar a la etapa de tener que reparar o corregir, cuando ya ocurrieron las vulneraciones. Tenemos que actuar antes. Es decir, prevenir su ocurrencia, en lugar de reaccionar tarde o cuando ya existan leyes al respecto que nos sancionen”. En

este contexto, sostiene que el compliance brinda muchos elementos de tipo preventivo, que van más allá del mero cumplimiento de las normas y que apuntan a promover una cultura de responsabilidad y ética, que fomente la confianza entre las personas involucradas con la organización.



Carolina Rudnick
Abogada y Presidenta
de Libera

Esto incluye la creación de políticas y procedimientos, capacitaciones, designación personas responsables especialmente de este tema y contar con un canal de denuncias confidencial, entre otras estrategias, además de lograr un compromiso efectivo de los directivos. En definitiva, buscar integrar el enfoque de Derechos Humanos de manera transversal a los diversos procesos y políticas de cada empresa.

LAS COMPLEJIDADES DEL SUPPLY CHAIN

Leonor, junto a Macarena y Carolina fueron expositoras en el conservatorio “Logística responsable: Compliance y DDHH en Supply Chain”, organizado por Wins Chile y Estudio Colombara en septiembre. Durante el encuentro se abordó el desafío que implica para las empresas actuales identificar y prevenir riesgos relacionados con derechos humanos en las cadenas de suministro.

“La cadena de suministro es una muy red compleja. Si en cualquiera de sus niveles se incumplen los estándares de producción o se vulneran derechos humanos, la cadena en su totalidad se puede ver afectada. Puedes tener un buen modelo de cumplimiento como empresa, pero si no tienes la debida diligencia con todos los actores de tu cadena, todo lo que armaste con tanto cuidado, se puede desmoronar”, recalca Macarena Videla. ■



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



Sustainable
Supply Chain
is no longer an
option

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

EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS CONSCIENTE DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL DE LAS EMPRESAS, LAS PYMES TIENEN LA OPORTUNIDAD DE SOBRESALIR ADOPTANDO PRÁCTICAS SOSTENIBLES. MÁS ALLÁ DE SER UNA OBLIGACIÓN, LA SOSTENIBILIDAD SE HA CONVERTIDO EN UNA ESTRATEGIA CLAVE QUE NO SOLO REDUCE COSTOS, SINO QUE TAMBIÉN ABRE PUERTAS A NUEVOS MERCADOS, FINANCIAMIENTO E INNOVACIÓN.

SOSTENIBILIDAD: UNA OPORTUNIDAD DE DIFERENCIACIÓN PARA LAS PYMES



76

Hoy en día, las empresas se encuentran en un punto de inflexión crucial. La disrupción tecnológica, el cambio climático y las dinámicas sociales y políticas globales es-

tán redefiniendo el paisaje empresarial. En este contexto, aquellas organizaciones que desean prosperar a largo plazo deben adoptar un enfoque proactivo ante los desafíos actuales, desarrollando modelos de negocio que no solo busquen la

rentabilidad, sino que también generen un impacto positivo en todos sus grupos de interés.

Los stakeholders, que incluyen empleados, clientes, proveedores y comunidades, están cada vez más atentos a las prácticas empresariales. Las expectativas sobre la responsabilidad social y ambiental de las empresas están en aumento, impulsadas por un entorno normativo en evolución y una mayor conciencia social. Las empresas que ignoren estas demandas corren el riesgo de quedar rezagadas en un mercado competitivo y en constante cambio.

Para navegar por este complejo entorno, es esencial que las organizaciones formulen estrategias que incorporen principios de sostenibilidad. Este enfoque implica reconocer que el éxito empresarial no puede medirse únicamente en términos económicos; las dimensiones sociales y ambientales también son fundamentales. La sostenibilidad debe estar integrada en el ADN de la empresa, alineando sus objetivos financieros con un compromiso genuino hacia el bienestar de la sociedad y el medio ambiente.

Sin embargo, la implementación de una estrategia sostenible no está exenta de desafíos. A medida que las regulaciones y los estándares en torno a la sostenibilidad evolucionan, muchas empresas se encuentran navegando en un mar de incertidumbres y confusiones. Se asegura de que la sostenibilidad ya no es una opción; pero poco se habla del camino que se debe recorrer y de las oportunidades que una mirada sostenible y una estrategia de futuro puede significar para las pequeñas y medianas empresas y también para grandes compañías como una forma de marcar diferencias en un mercado competitivo y desafiante como el actual.

VENTAJA COMPETITIVA

En un entorno empresarial cada vez más desafiante, las pequeñas y medianas empresas buscan constantemente maneras

de diferenciarse y fortalecer su posición en el mercado. En este contexto, la sostenibilidad se ha convertido en una poderosa herramienta que puede proporcionar a las PYMEs una ventaja competitiva significativa. No solo se trata de cumplir con regulaciones o responder a la demanda del mercado; incorporar prácticas sostenibles puede abrir nuevas oportunidades de negocio, mejorar la reputación de la empresa y generar lealtad entre los clientes.

Adoptar este tipo de prácticas permite a este sector empresarial diferenciarse en un mercado saturado. Cada vez más consumidores están eligiendo productos y servicios de empresas que demuestran un compromiso genuino con el medio ambiente y la responsabilidad social. Al destacar sus iniciativas sostenibles, las PYMEs pueden atraer a un segmento de consumidores que valoran estos esfuerzos, lo que les permite posicionarse favorablemente frente a competidores menos comprometidos.

Además, la sostenibilidad no solo beneficia la imagen de la empresa; también puede traducirse en una mejora de la eficiencia operativa. La implementación de prácticas, como la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos y la optimización de la cadena de suministro, puede disminuir costos operativos. Por ejemplo, al reducir el consumo de energía y agua, las PYMEs pueden lograr ahorros significativos en sus facturas y mejorar su rentabilidad.

Sin embargo, otro de los puntos llamativos de estas iniciativas es que pueden ayudar a que las PYMEs que adoptan un enfoque sostenible puedan acceder a nuevos mercados y oportunidades de financiamiento.

Muchos inversionistas y organismos de crédito están cada vez más interesados en financiar empresas que demuestran un compromiso con la sostenibilidad. Además, participar en iniciativas y certificaciones sostenibles puede abrir puertas

a colaboraciones con otras organizaciones que priorizan la sostenibilidad en su cadena de valor.

La sostenibilidad también puede mejorar la lealtad del cliente y eso es vital para las opciones de crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Los consumidores actuales, especialmente las generaciones más jóvenes, valoran las marcas que se alinean con sus principios y preocupaciones sociales. Al construir una reputación sólida como empresa responsable, las PYMEs pueden fomentar relaciones más estrechas con sus clientes, lo que se traduce en un aumento de la lealtad y la repetición de negocios.

La sostenibilidad ofrece a las pequeñas y medianas empresas una ventaja competitiva en múltiples frentes. Al integrar prácticas sostenibles en su modelo de negocio, las PYMEs posicionan a su empresa para un crecimiento y éxito sostenibles en el futuro. En un mundo donde la responsabilidad social y ambiental se

EXPLORA, CONECTA, REVOLUCIONA EN LOGISTEC SHOW 2025



1415 MAYO ESPACIO RIESCO

www.logistecshow.cl - revista@revistalogistec.com - [@logistecshow](https://www.instagram.com/logistecshow)

está convirtiendo en un requisito más que en una opción, las PYMEs que actúan ahora tendrán mucho que ganar en los años venideros.

ESTRATEGIAS INTEGRADAS DE SOSTENIBILIDAD

Las fuerzas que impulsan o ralentizan la transición hacia la sostenibilidad en compañías con operaciones en Chile; los principales enfoques mediante los cuales las empresas están abordando esta transición, y una guía práctica para las empresas que aspiran a incorporar la sostenibilidad como un pilar fundamental de su modelo de negocios, formó parte del contenido central del estudio “Hacia estrategias integradas de sostenibilidad empresarial”.

El reporte, realizado por el Centro Futuros Empresariales de la Escuela de Negocios Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) y AmCham Chile, es parte de la serie Integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocios y complementa la investigación realizada por ambas entidades en 2021. Este segundo estudio fue presentado en un encuentro efectuado en la sede Errázuriz de la UAI. El estudio buscó identificar y difundir los pilares centrales para transitar hacia la integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocios, sobre la base del conocimiento sistematizado de literatura académica y mejores prácticas empresariales.

En su primera parte, el reporte identifica los factores que impulsan (o ralentizan) una estrategia integrada de sostenibilidad. En este ámbito, resulta clave una visión de largo plazo; el compromiso e involucramiento de la alta dirección -en particular, el dueño-, y el “doble rol de los colaboradores”.

“Por un lado, la integración de la sostenibilidad influye en la capacidad de una compañía de atraer y retener talento, sobre todo quienes se sienten movilizados por un propósito, pero al mismo tiempo la

cultura organizacional influye en la capacidad de una organización de integrar la sostenibilidad transversalmente”, explicó la directora del Centro Futuros Empresariales de la Escuela de Negocios UAI, Magdalena Aninat.

“POR UN LADO, LA INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD INFLUYE EN LA CAPACIDAD DE UNA COMPAÑÍA DE ATRAER Y RETENER TALENTO, SOBRE TODO QUIENES SE SIENTEN MOVILIZADOS POR UN PROPÓSITO, PERO AL MISMO TIEMPO LA CULTURA ORGANIZACIONAL INFLUYE EN LA CAPACIDAD DE UNA ORGANIZACIÓN DE INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD TRANSVERSALMENTE”.

A los factores antes mencionados se suman las dinámicas de la cadena de valor (comunidades, clientes y proveedores) y las dinámicas externas (relacionadas con inversionistas, regulación y nuevos productos).

A continuación, el reporte describe cómo enfocan las empresas estas dinámicas movilizadoras. Aquí, identifica dos tendencias o dimensiones: “orientación de largo plazo” y “apertura al entorno”. El académico Esteban Koberg detalló que la primera tiene que ver con el involucramiento del directorio en materia de sostenibilidad; la compensación de ejecutivos asociada a metas socioambientales; la implementación de políticas de producción limpia, y la implementación de políticas de sostenibilidad en la cadena de suministro. La apertura al entorno, en tanto, se relaciona con la entrega consistente de información de sostenibilidad a stakeholders; procesos de vinculación con stakeholders externos, y participación en convenios y certificaciones voluntarias.

De acuerdo con cómo se combinan estas dos dimensiones, el estudio identifica cuatro tipos de enfoques de las empresas de estas dinámicas movilizadoras.

El enfoque normativo -20% de la muestra- tiene como prioridad el cumplimiento legal. La sostenibilidad se puede percibir como un costo a minimizar y, por tanto, no se impulsan transformaciones en el modelo de negocio. El enfoque prudente

-29% de la muestra- prioriza la gestión de riesgos asociados a la sostenibilidad y la eficiencia en la asignación de recursos. Su menor apertura al entorno limita la capacidad de capturar oportunidades de manera temprana y la integración de

la sostenibilidad avanza cuando se despejan las incertidumbres. El enfoque táctico -10%- tiene como prioridad mejorar la reputación y obtener “quick wins”. Hay un compromiso con mantener una comunicación clara y responsable con los stakeholders. A raíz de la orientación de corto plazo, las iniciativas de sostenibilidad no se acompañan con inversiones ni cambios culturales profundos. Finalmente, el enfoque estratégico -41%- prioriza mitigar riesgos y capturar oportunidades de sostenibilidad. Se asignan recursos con visión de largo plazo y se potencia la innovación. Además, se fortalece la capacidad de adaptación y aumenta la legitimidad social.

El estudio concluye que existen tres dimensiones clave para avanzar hacia una estrategia integrada de sostenibilidad: la alta dirección, la vinculación con el entorno y la transparencia.

“La alta dirección debe definir una estrategia de sostenibilidad integrada basada en una visión a largo plazo con objetivos a corto y mediano plazo, y una gobernanza adecuada para asegurar su implementación”, señaló Magdalena Aninat.

Asimismo, es fundamental impulsar estrategias para que la vinculación con clientes, colaboradores, proveedores y la comunidad “sea movilizadora de la integración de la sostenibilidad en la compañía” y, en términos de la transparencia, implementar sistemas de medición y reportabilidad. ■



RENTAL



ARRIENDA

TU MAQUINARIA PESADA



FULL RENTAL

FULL SERVICIO

TECNOLOGÍA

MIX DE MARCAS

PLAZOS FLEXIBLES

MAQUINARIAS MULTICATEGORÍAS



LA FLOTA MÁS MODERNA DE LA INDUSTRIA A LO LARGO DE CHILE

600 786 1000

dercomarental.cl

IMPACTOS DE LA SEQUÍA EN EL CANAL DE PAÑAMÁ Y LOS ATAQUES HOUTHÍ EN EL MAR ROJO: DESAFÍOS PARA EL COMERCIO GLOBAL

El comercio global está pasando por dos crisis que están desestabilizando sus principales rutas de transporte. El transporte de mercancías, particularmente entre Asia, Europa y América, está siendo gravemente afectado por la combinación de una severa sequía en el Canal de Panamá y los ataques de los rebeldes houthi en el Mar Rojo, que tienen un impacto directo en el Canal de Suez.

LA SEQUÍA EN EL CANAL DE PANAMÁ

El Canal de Panamá, una de las principales rutas para el comercio marítimo, está experimentando su peor sequía en décadas. Esta situación extrema está directamente relacionada con el cambio climático, que ha reducido drásticamente los niveles de agua en los lagos que alimentan el canal, cruciales para el funcionamiento de sus esclusas.

Como resultado, se ha impuesto una restricción significativa en la cantidad de embarcaciones que pueden transitar diariamente, además de limitar el peso máximo de los barcos permitidos. En 2024, el tráfico se redujo hasta en un 50%, impactando profundamente la logística global y el comercio entre América y Asia.

La escasez de agua obliga a las embarcaciones a optar por rutas alternativas, lo que aumenta el tiempo y los costos de los viajes. La dependencia de rutas más largas, como el Cabo de Buena Esperanza en el sur de África, añade días al transporte y eleva los costos del flete, lo que a su vez

presiona los precios de productos clave en el mercado global, como alimentos y combustibles.

ATAQUES HOUTHÍ EN EL MAR ROJO

Además, la economía panameña, que depende en gran medida de los ingresos generados por el tránsito en el canal, está sufriendo grandes pérdidas. El gobierno de Panamá ha implementado medidas para conservar agua, pero existe una creciente preocupación sobre la capacidad a largo plazo del canal para mantener su operación de manera eficiente.

Mientras el Canal de Panamá enfrenta las consecuencias del cambio climático, el Canal de Suez, vital para el comercio entre Asia y Europa, está siendo afectado por problemas geopolíticos. Los rebeldes houthi de Yemen, respaldados por Irán, han intensificado sus ataques a barcos en el Mar Rojo desde finales de 2023. Estos ataques se dirigen a embarcaciones comerciales, utilizando misiles y drones para interrumpir las operaciones en el canal, una de las rutas más transitadas del mundo.

Los ataques ya han dañado varias embarcaciones, lo que ha obligado a las empresas de transporte marítimo a buscar rutas alternativas. Como resultado, el tráfico en el Canal de Suez ha disminuido drásticamente, y Egipto, que depende en gran medida de los ingresos del canal, está perdiendo aproximadamente 3,1 mil millones de reales brasileños mensualmente.

La decisión de evitar el Mar Rojo y optar por rutas más largas tiene un impacto directo en los costos de transporte y las cadenas de suministro, agravando la crisis logística global. Además de las implicaciones financieras, los ataques en el Mar Rojo están alimentando la inestabilidad política en la región, con una escalada del conflicto en Yemen y un aumento de las tensiones entre los houthi y los países del Golfo, como Arabia Saudita.

CONSECUENCIAS GLOBALES Y SOLUCIONES PROPUESTAS

Estas crisis simultáneas en dos de los principales canales de comercio global están contribuyendo a un aumento significativo en los costos de transporte. Las tarifas de flete para contenedores de Shanghai a Europa se han triplicado desde principios de 2024. Además, hay una creciente presión inflacionaria, especialmente en productos alimenticios, como el trigo, que dependen de estas rutas marítimas para su transporte.

El impacto se siente más agudamente en los países en desarrollo, que son particularmente vulnerables a la volatilidad en los precios de los alimentos y la energía. El aumento de los costos de transporte también está afectando la estabilidad económica global, con crecientes riesgos de escasez de productos en varios mercados.

Expertos y organizaciones internacionales, como la UNCTAD, sugieren la necesidad urgente de una acción coordinada para mitigar los impactos. Esto incluye inversiones en infraestructuras marítimas resilientes, el desarrollo de nuevas tecnologías de navegación y la exploración de rutas alternativas para reducir la dependencia de los canales de Suez y Panamá. ■

Por: Víctor A. Tavares; Administrador, Especialización en Logística, Docencia en Educación Superior. Profesor Universitario (Administración y Logística)

Centro Industrial

San Bernardo

bodegas
cimenta 

50% dcto.
2 meses*

**BODEGAS CIMENTA,
ACOMPañAMOS TU
CRECIMIENTO.**

ACCESIBILIDAD • SEGURIDAD • FLEXIBILIDAD

Nuevos módulos con entrega inmediata.

Contáctanos +56 9 6909 9958



*Condiciones válidas hasta noviembre 2024 | Para arriendos sobre los 3 años.

Avda. Presidente Jorge Alessandri Rodríguez #19.116, San Bernardo.

www.bodegascimenta.cl

Este año, Logistec celebra con orgullo su 24° aniversario, consolidándose no solo como una revista líder en contenidos especializados sobre logística en Chile, sino también como un referente a nivel latinoamericano. A lo largo de casi un cuarto de siglo, hemos sido testigos y partícipes de la evolución de la industria logística, desde la optimización de procesos hasta la irrupción de tecnologías emergentes. Nuestro compromiso ha sido siempre el mismo: informar, educar y ofrecer soluciones que potencien el desarrollo logístico en la región.

En estos años, Logistec ha crecido más allá de sus páginas impresas, expandiéndose en nuevas líneas de negocio que han enriquecido nuestro rol en el sector. Hoy, más que una revista, somos un ecosistema integral que satisface las necesidades de información, networking y promoción de las empresas del sector logístico. Entre nuestras principales iniciativas se destacan la feria Logistec Show, la plataforma audiovisual Logistec TV, y una completa oferta de servicios de marketing digital, que han sido claves para afianzar nuestra presencia y valor en el mercado.

LOGISTEC SHOW: UN ESPACIO DE ENCUENTRO

Uno de nuestros mayores logros ha sido el desarrollo de Logistec Show, evento que este año tuvo octava versión, consolidándose en el encuentro insignia para el sector logístico en Chile. Con cada edición, Logistec Show ha crecido tanto en participación como en relevancia, atrayendo a las principales empresas del rubro, proveedores de servicios, tecnología y transporte, así como a expertos y académicos.

Este evento no solo permite la exposición de productos y servicios, sino que es un espacio de networking donde se generan alianzas, se discuten innovaciones y se define el futuro de la logística en la

REVISTA LOGISTEC ES EL REFERENTE EN CONTENIDOS ESPECIALIZADOS Y UN ACTOR CLAVE EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA. EN ESTAS MÁS DE DOS DÉCADAS DE HISTORIA, HEMOS CREADO NUEVAS LÍNEAS DE NEGOCIO COMO LOGISTEC SHOW, LOGISTEC TV Y SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL, QUE NOS HAN PERMITIDO FORMAR UN ECOSISTEMA INTEGRAL QUE RESPONDE A LAS NECESIDADES DEL SECTOR, APOYADO SIEMPRE POR UN EQUIPO COMPROMETIDO CON LA EXCELENCIA Y EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA EN LA REGIÓN.

LOGISTEC CELEBRA 24 AÑOS ACOMPAÑANDO LA TRANSFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA LATINOAMÉRICA

región. Logistec Show ha demostrado ser una vitrina esencial para las compañías que buscan destacarse en un mercado altamente competitivo. Las empresas pueden exhibir sus soluciones a un público especializado y establecer conexiones que impulsen su crecimiento y consolidación y es por eso ya preparamos la novena versión de Logistec Show que se llevará a cabo en mayo de 2025, en la ciudad de Santiago.

LOGISTEC TV: UN FORMATO A DESCUBRIR

En un mundo cada vez más visual y dinámico, la creación de Logistec TV ha sido un hito en nuestra transformación digital. Este canal audiovisual ofrece contenidos exclusivos, entrevistas a expertos, análisis de tendencias y coberturas en terreno de eventos claves del sector.

Logistec TV nos ha permitido llegar a un público más amplio y diverso, aprovechando la capacidad del video para transmitir información de manera ágil y atractiva. Hoy estamos preparando un nuevo

espacio de encuentro en este formato que sin duda será de tremendo valor para la industria.

MARKETING DIGITAL: UN SOCIO ESTRATÉGICO

Entendiendo la necesidad de las empresas de promoverse y destacar en un entorno digital en constante evolución, en Logistec también hemos ampliado nuestra oferta con servicios de marketing digital. A través de campañas estratégicas, producción de contenido especializado, y el uso de plataformas digitales, ayudamos a las empresas del sector logístico a potenciar su visibilidad, captar nuevos clientes y reforzar su posicionamiento de marca. Este servicio, es parte de nuestro ecosistema, y permite a las empresas acceder a una comunidad altamente segmentada y especializada. Nuestro equipo trabaja de la mano con los clientes para desarrollar campañas adaptadas a sus necesidades específicas, aprovechando las fortalezas de nuestros canales de comunicación, tanto digitales como tradicionales. ■



Estamos felices de acompañarlos en este cumpleaños número 24 y les deseamos que el fruto del trabajo de todo su equipo siga marcando tan bien como hasta ahora la huella de nuestra industria. Les agradecemos como equipo APL Logistics Chile ser esta ventana que evidencia nuestra pasión por servir y acompañar a todos los integrantes de esta cadena con una alta calidad en sus contenidos y su cercano profesionalismo.

APL Logistics Chile



Es un honor para Schneider Electric celebrar junto a ustedes más de dos décadas de contribuciones valiosas al sector. Su compromiso con la información y la innovación ha sido fundamental para el crecimiento y desarrollo de la industria logística.

Ricardo Pacheco M., Logistic Territory Manager Schneider Electric



Quiero expresarles mis más sinceras felicitaciones por el 25° aniversario de la revista. Estos años han sido un fiel reflejo del compromiso y de pasión de todo el equipo, el resultado es el reconocimiento de la industria que los identifica como una plataforma clave para la difusión de innovación, tendencias y buenas prácticas en logística. Les deseamos muchos éxitos futuros y esperamos seguir colaborando como sus clientes en esta emocionante travesía. ¡Felicidades por estos 24 años de logros!

Paula Aguilera, Directora de ventas y marketing de ID Logistics



¡Felices 24 años de Logistec! Ha sido un placer acompañarlos como lectores en este gran recorrido ¡Que sigan los éxitos!

Yadira Suárez, Desarrollador de Nuevos Negocios Movipack



Amigos de Logistec ¡24 años ya! Que gran camino han recorrido, siempre muy profesionales y cercanos a quienes somos parte de la logística nacional. Siéntanse orgullosos, porque el mercado los valora muchísimo. Un gran abrazo y muchas felicidades

Germán Flores, Director Comercial Latam AR-Racking



Hemos sido testigos del compromiso de Logistec con la excelencia en la difusión de información valiosa para la industria logística, contribuyendo de manera significativa al desarrollo del sector. Gracias a su plataforma hemos podido compartir nuestros avances y soluciones innovadoras, ayudando a mover la logística hacia un futuro más eficiente y sostenible. ¡Felices 24 años, y que sigan los éxitos!

Claudio Ibarra Osses Marketing Manager Jungheinrich Chile



Amigos de Logistec, quiero felicitarlos por los 24 años de vida de su prestigiosa publicación y expresarles mi gratitud por los 4 años de fructífera colaboración que hemos compartido. Es un honor para nosotros ser parte de su historia y esperamos seguir contribuyendo juntos al crecimiento del sector por muchos años más.

Nicolás Chelebifski, Gerente de Ventas Avanza Park



¡Muchas felicidades por este día tan especial! Queremos dar nuestras más sinceras felicitaciones por sus 24 años de aniversario. Estos años no solo muestran el esfuerzo y dedicación, sino también el compromiso de ustedes por entregar siempre lo mejor y ser un gran aporte en la logística.

Juan Pablo Hadwa, Director Comercial Chile LogisFashion



Estimados amigos de Logistec, con mucho cariño les deseo lo mejor en estos 24 años de ser líderes de opinión en el sector, marcando siempre la pauta en temas tan contingentes. ¡Que sean muchos años de éxito más! ¡Felicitaciones!

Marcia Carrasco



¡Felicitaciones a Logistec por sus 24 años de trayectoria! A lo largo de este tiempo, han sido un referente clave en el mundo de la logística, brindando un gran servicio. Además, destacar su dedicación y compromiso con la excelencia, ya que han sido fundamentales para quienes somos partícipe de esta gran revista ¡Les deseamos muchos más años de éxito y liderazgo!

Equipo Danich



Durante este tiempo, no solo han sido una fuente imprescindible de contenidos de calidad para la industria logística en Chile, sino que también han sabido evolucionar y adaptarse a los retos del sector, con una mirada analítica, clave para la toma de decisiones.

Liliana Labarthe Couto
Directora de Marketing Corporativo
LogisFashion



¡Felicitaciones por los 24 años de Revista Logistec! Ha sido un honor conocerlos y acompañarlos durante 18 años en este camino de innovación y crecimiento en el mundo logístico.

Juan José Álvarez, Gerente de Ventas Esnova Chile



De parte de GPS Chile queremos hacer llegar un afectuoso saludo a Revista Logitec y a todos quienes conforman su equipo de trabajo por estos 24 años acompañando a los profesionales del sector logístico y empresarial. Su información, siempre actual y especializada en logística y gestión de la cadena de suministro, son un aporte para quienes nos desenvolvemos en esta área ¡Felicidades!”

Mario Yáñez, CEO&Partner GPS Chile



Queremos expresar nuestro más sinceros agradecimiento por el excelente servicio que nos han brindado. Su buena disposición y atención a nuestros requerimientos han hecho una gran diferencia. Valoramos mucho la relación que hemos construido y estamos entusiasmados por seguir trabajando con ustedes, ¡Gracias por su confianza y apoyo, sigamos creciendo juntos!

Felicitaciones por sus 24 años de trayectoria.

Equipo BSF



Estimados amigos de Logistec. En nombre de la Asociación Supply Chain Council Chile queremos felicitarlos por su trayectoria, aportando de manera continua y valiosa a la industria de la logística. Su dedicación a informar y educar ha sido un pilar fundamental para el desarrollo del sector y su compromiso con la calidad y la innovación es un verdadero ejemplo para todos. Esperamos seguir trabajando en conjunto para enfrentar los desafíos futuros y seguir fortaleciendo este sector clave para nuestra economía ¡Muchas felicidades y que sigan los éxitos!

Miguel Cataldo Adasme
Director Supply Chain Council Chile



¡Felicidades a Logistec por sus 24 años! Como cliente ha sido un placer contar con su valioso aporte en el sector logístico. Su contenido nos ha brindado herramientas clave para enfrentar los desafíos de la industria, y estamos agradecidos por su constante innovación ¡Por muchos más años de éxito y colaboración!

Sebastián Rojas
Marketing Manager STG



Saludamos con mucho afecto a Revista Logistec por sus 24 años siendo pioneros en lo que hacen y un medio fundamental en el desarrollo de la logística en Chile. FELICIDADES!

Sebastián García S.
Gerente General
Mindugar



Estimado Equipo Logistec, quiero enviarles un afectuoso saludo en esta Celebración de sus 24 años de vida de su prestigiosa Revista y destacar el gran aporte a nuestro rubro logístico que se beneficia con destacar los avances en todos los ámbitos del mismo y que contribuyen a que nosotros los profesionales del rubro, aportemos al crecimiento de las empresas con un juicio experto eficaz y asertivo aplicado a los ciclos económicos de la industria.

Vladimir Vergara
Calyco Chile

STOCK INMEDIATO

DE GRÚAS HORQUILLA Y TRANSPALETAS



STACKER

EQUIPAMIENTO QUE SIMPLIFICA TU LOGÍSTICA

ALOG CHILE JUNTO A SUS SOCIOS Y PARTNERS PROMUEVEN EL CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA



LO INVITAN AL DESAYUNO

BODEGAS, ALMACENAMIENTO Y OPERADORES LOGÍSTICOS

TEMAS A TRATAR

- 1) Ley 21.632: Modificación en materia de contrabando.
- 2) Responsabilidad en la gestión de carga peligrosa. Normas y casos de Estudio.
- 3) Operación de mercancías perecibles: Desafíos legales y documentación para un transporte seguro.
- 4) Casos fortuitos y fuerza mayor en la Logística.
- 5) Marco regulatorio y responsabilidad legal en la operación de bodegas.
- 6) Responsabilidad en el almacenamiento de carga peligrosa: Normas y casos de estudio.

Durante octubre y noviembre, ALOG Chile seguirá promoviendo las temáticas que importan a sus asociados y a los diversos actores de la industria logística nacional, a través del patrocinio de diversos eventos desarrollados por sus socios y partners estratégicos.

En el esfuerzo de dar a conocer temáticas que sean de interés para los diversos actores del sector logístico, a mediados de septiembre, la prestigiosa firma Legal Export Abogados junto a ALOG Chile desarrolló un desayuno corporativo enfocado, específicamente para los actores del rubro Freight Forwarder, instancia en la cual los expertos en seguros de carga para el comercio exterior brindaron a los ejecutivos asistentes una serie de charlas magistrales en las cuales se abordaron las siguientes temáticas clave:

- Estrategias legales para evitar cobros excesivos por demurrage & detención por parte de navieras.
- Impactos de la nueva Ley de Cabotaje en el mercado local.
- Reclamación de carga: Procedimientos y estrategias de mitigación.
- Gestión de riesgos y documentación legal en transporte internacional.
- Seguros en transporte de carga: Coberturas y cómo hacer reclamaciones efectivas.

Pero esto recién comienza, ya que el evento

organizado por Legal Export Abogados, junto a ALOG Chile forma parte de un ciclo de charlas en las cuales la compañía apunta a informar a diversos actores del medio logístico nacional respecto a las materias legales y de seguros propios de su actividad.

En esta línea, el día 05 de noviembre, Legal Export Abogados, junto a ALOG desarrollarán el Desayuno orientado a los actores del mundo del bodegaje y almacenamiento logístico (OPL). El evento se llevará a cabo en Alcántara 200, oficina 402, Las Condes y la inscripción es totalmente gratuita, tanto para empresas socias como empresas no socias de ALOG Chile.

Cabe destacar que, en esta oportunidad, el ciclo de charlas que se ofrecerá al público abordará temas atinentes al mundo del almacenamiento logístico y bodegaje en las siguientes temáticas:

- **Habilitación de recintos extra-portuarios: Normativa, requisitos y procedimientos ante Aduana.**
- **Reclamaciones por daños a la carga: Responsabilidad del almacenista.**
- **Mercancías rezagadas: Gestión en recintos de depósito aduanero.**

Desde ya, invitamos a todos los actores del sector, que deseen ser parte de estos eventos gratuitos, a inscribirse en nuestro sitio web: www.alog.cl

ALOG, TAMBIEN PRESENTE EN EL CONGRESO MUNDIAL FIATA - PANAMÁ 2024 Entre el 23 y el 27 de septiembre se llevó a cabo, en Ciudad de Panamá, Panamá, El Congreso Mundial FIATA 2024, evento en el cual ALOG Chile fue representado por su Presidente Neil Taylor Montgomery, actual Tesorero de la federación internacional.

El evento, marcó un éxito rotundo, ya que reunió a 878 líderes, expertos y partes interesadas de la industria global de logística y transporte de carga de 85 territorios.

El evento, organizado por la Asociación Panameña de Agencias de Carga (APAC) en la vibrante ciudad de Panamá, sirvió de plataforma para abordar los principales retos y oportunidades a los que se enfrenta el comercio mundial en la actualidad.

Durante los 5 días de congreso, los participantes se involucraron en discusiones perspicaces sobre diversas tendencias logísticas globales, con especial énfasis en la transformación digital, la sostenibilidad y la evolución del entorno regulatorio.

En el contexto de la actual agitación de la cadena de suministro y las incertidumbres en medio de las tensiones mundiales, el Congreso destacó la importancia de la innovación, la resiliencia y la colaboración para navegar por las perturbaciones actuales y futuras en la logística.

LOGÍSTICA EN ACCIÓN

TRANSPORTAMOS TU ÉXITO



TRANSPORTE ÚLTIMA MILLA B2C Y B2B.
DISTRIBUCIÓN B2B (RETAIL CONSOLIDADO)
PARA TODOS LOS SECTORES
(BELLEZA, ELECTRÓNICA, ALIMENTOS, ETC)
MODELO DE CONSOLIDACIÓN POR TIENDA/CANAL.
OPCIÓN VEHÍCULO ECOLÓGICO.

TECNOLOGÍA AVANZADA.
TRACKING PARA SEGUIMIENTO DE PEDIDOS Y VISIBILIDAD HASTA EL CLIENTE FINAL.
(INTEGRACIÓN EXPRESS)

 **Logisfashion**

Tu partner logístico internacional



VISITA
NUESTRA WEB

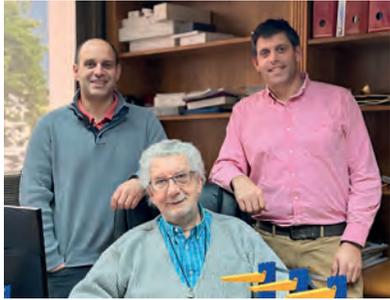


CHILE@LOGISFASHION.COM

MINDUGAR SIGUE CELEBRANDO Y SUMA 54 AÑOS DE HISTORIA

Llega octubre y Mindugar celebra su aniversario 54 años, siendo uno de los líderes en el mercado de la logística chilena.

A lo largo de los años, la compañía se ha enfocado en crecer y complementar la industria de la logística con la visión de transformar las soluciones de almacenaje y automatización de forma innovadora. Este proceso ha llevado a Mindugar a fortalecer su compromiso con la calidad y excelencia que ofrece a cada uno de sus clientes.



Hoy la planta productiva de la empresa cuenta con más de 55.000 m2, donde se da vida a grandes proyectos, gracias a un equipo de profesionales de primer nivel. La calidad de su servicio y de sus soluciones es un compromiso de Mindugar con sus clientes, el

cual se mantiene intacto desde sus inicios en 1970, gracias a José García, fundador de la compañía, quien se ha encargado de promover constantemente el desarrollo de la industrial.

En el marco de su celebración de los 54 años de historia, la empresa ha renovado su compromiso con la evolución de la logística en Chile.

TG-TRANSGAMBOA: “ANTICIPARSE A LA DELINCUENCIA Y MAXIMIZAR LA SEGURIDAD DE LA CARGA ES MÁS IMPORTANTE QUE NUNCA”

Durante la última década, los costos económicos asociados a la delincuencia aumentaron en un 46%, pasando del 1,5% al 2,1% del PIB (Producto Interno Bruto), según indica un estudio del Centro de Estudios Públicos (CEP). Por otra parte, de acuerdo a informes de la Cámara de Comercio de Santiago y la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile, los robos de carga han mostrado una tendencia al alza.

En 2024 se ha reportado un alza del 20%, concentrándose en la Región Metropolitana, seguida de Valparaíso, Coquimbo y Biobío. Alimentos, ropa, productos electrónicos y tecnológicos, así como materiales de construcción, son las especies más abordadas por su alto valor en el mercado negro.



Para prevenir la ocurrencia de estos robos, en TG-Transgamboa han especializado sus servicios, a través de una robusta arquitectura de seguridad, estudios de rutas críticas y la más alta tecnología en blindaje de camiones.

Asimismo, cuentan con sistemas de comunicación radial de última generación que operan en distintas bandas, vehículos de acompañamiento en ruta y seguimiento vía GPS, comandado por una experimentada Torre de Control. “Todas estas inversiones las hacemos con un solo objetivo: entregar una solución que brinde tranquilidad a nuestros clientes con un producto muy específico. Anticiparse al avance de la delincuencia y no minimizar la importancia de la seguridad del transporte de carga en carretera es clave”, explica David Miranda, gerente general de Transgamboa.

ID LOGISTICS ASEGURA CONECTIVIDAD CONTINUA PARA TODOS SUS SITES

ID Logistics, es el 1er proveedor logístico que opta por las soluciones Starlink para garantizar una conectividad de muy alta velocidad. La solución Starlink, proporciona conectividad a Internet por satélite, a través de una constelación de varios miles de satélites de telecomunicaciones desplegados en órbita baja.

Gracias a esta posición, los satélites ofrecen una velocidad 24 veces superior a la de los actuales servicios de Internet por satélite geoestacionario. El tiempo de conexión entre los sites y los satélites se reduce de 600 a 25 milisegundos.

Además, el proveedor logístico ha acoplado a la solución Starlink la tecnología SD-WAN (Software-Defined Wide Area Network), que optimiza la ruta de los datos transmitidos y conmuta fácilmente de una red a otra en caso de saturación o de posible interrupción.



A través de esta nueva iniciativa de conectividad de ID Logistics podemos contar con las siguientes ventajas: sin cortes recurrentes, seguridad informática máxima y permanente, disponibilidad óptima del ancho de banda y reducción de costos. La empresa espera que a finales de 2025, todos los centros de distribución del Grupo en el mundo estarán cubiertos por esta nueva tecnología.

EL AUGE DEL ARRIENDO DE MAQUINARIAS PESADAS EN EL SECTOR MINERO Y DE LA CONSTRUCCIÓN EN CHILE

A El arriendo de camiones tolva, aljibes y grúas en Chile ha crecido notablemente, especialmente en regiones con alta actividad minera. Estos vehículos, esenciales para transportar grandes volúmenes de materiales, son muy demandados en minería para todas las etapas del proceso, desde la exploración hasta la construcción de caminos y campamentos.

En Dercomaqa, los modelos más solicitados son el JAC Lander 3262 6x4 y Lander 3430 8x4, en versión tolva, aljibes y con equipamiento limpia fosas de 20 metros cúbicos, adaptándose perfectamente a las necesidades del mercado.

Sin embargo, obtener datos precisos sobre el aumento del arriendo es complicado, ya que muchos clientes prefieren adquirir los camiones en versión chasis-cabina y equiparlos ellos mismos, dificultando el seguimiento de las cifras.

En el sector minero, los camiones aljibe se utilizan, entre otras funciones, para regar los caminos, contribuyendo así a la reducción de la polución y el control del polvo, mejorando las condiciones ambientales y de seguridad en las operaciones.

Su capacidad para adaptarse a varias tareas los convierte en herramientas indispensables para el desarrollo industrial en Chile.



¿Eres Agente de Carga?
Somos tu partner para cada
desafío extraordinario.



"Sea desde un desconsolidado de carga de proyecto, almacenaje temporal en patio o bodega, transporte de contenedores pesados o servicios de cross docking, nuestro equipo podrá darte una solución"

José Undurraga - Gerente Operaciones Silo.

15
AÑOS
DE LOGÍSTICA INTEGRAL

Contáctanos para ayudarte

 sil-logistica.cl   [@silo_logistica](https://www.facebook.com/silo_logistica)

 +56 9 8505 9574

 contacto@sil-logistica.cl

 +56 2 243 21926

STACKER RECIBE NUEVO CARGAMENTO DE MÁQUINAS

Mejorar el nivel de las operaciones de logística es el principal compromiso de STACKER. Por ello se han orientado a trabajar con las mejores máquinas del mercado, tanto en precio como en calidad, además de contar con un portafolio que ofrece equipos diésel, a gas, eléctricos y litio.



En esa línea, a fines de septiembre recibieron el sexto embarque del año, con unidades para arriendo y venta que les permiten tener un stock inmediato para las necesidades de todo tipo de empresas. ¿Grúas horquilla o transpaletas? ¿Apiladores, order picker o reach? La máquina y la modalidad, la elige el cliente.

En Stacker entienden que una bodega o centro de distribución ordenado marca un antes y un después e, incluso, puede significar el éxito de un negocio. Por eso, no sólo ofrecen el equipamiento, sino que una experiencia de trabajo en conjunto, posicionándose como socios estratégicos, con soporte técnico y disponibilidad 24/7.

ESNOVA CHILE APORTA OPTIMIZACIÓN AL ALMACENAJE DE SUS CLIENTES

Esnova Chile, empresas de soluciones de almacenaje, sabe que en un mercado competitivo como el actual, la eficiencia no es solo una opción, sino que es una necesidad! y una de las clave para lograrlo está en la optimización de los sistemas de almacenaje.



Cada día, miles de empresas enfrentan el desafío de gestionar inventarios de manera eficaz. El espacio no es infinito, pero la creatividad para aprovecharlo al máximo sí lo es. Aquí es donde entra Esnova Chile que ofrecemos más que estanterías, apuntando a soluciones que transforman la operación, maximizando el rendimiento y reduciendo costos.

Las claves del éxito de Esnova Chile está en: la flexibilidad que va desde sistemas convencionales hasta instalaciones 100% automatizadas, diseños de soluciones personalizadas para cada operación; la calidad y durabilidad de los productos que son fabricados bajo normativa chilena con los más altos estándares; compromiso en cada proyecto, transformándose en un socio estratégico.

Se sabe que el éxito logístico de una empresa no se puede dejar al azar. Un sistema de almacenaje adecuado permite manejar mayores volúmenes, reducir errores, optimizar flujos de trabajo y, lo más importante, ahorrar costos operativos a largo plazo y Esnova Chile trabaja para ofrecer la solución adecuada a las necesidades operacional y ser parte del crecimiento de sus clientes.

BODENOR FLEXCENTER OBTUVO CERTIFICACIÓN LEED NIVEL GOLD

El complejo Bodenor Flexcenter dio otro importante paso en sostenibilidad: su parque logístico Lo Boza 422 Nave 2 obtuvo la certificación LEED con un total de 62 puntos, lo que lo sitúa en el nivel "Gold".

Esta acreditación, de carácter voluntario, se otorga a edificaciones que cumplen con los estándares ambientales más exigentes a nivel mundial. En la evaluación del proyecto se destacó su desempeño energético (71% de ahorro), el ahorro de agua interior (59.3%) y la reducción del potencial de calentamiento global de su estructura y envolvente.



Actualmente en proceso de certificación de la Nave 3, el objetivo de Bodenor Flexcenter es que todos sus parques logísticos cuenten con este sello LEED, incorporando criterios de sustentabilidad, eficiencia energética y calidad ambiental interior en sus diseños y construcciones.

WESTORAGE, SOCIO CLAVE PARA LA LOGÍSTICA DE SUPERMERCADOS ONLINE

La evolución del comercio en línea en Chile ha creado un entorno muy propicio para los supermercados digitales. Y el aumento constante de los pedidos a través del delivery ha tenido un impacto significativo en la logística, que llegó para quedarse.

Para afrontar estos retos, WeStorage ofrece un servicio de fulfillment que se centra en optimizar la gestión de la última milla. A través de una administración eficiente del inventario y almacenamiento, además de un sistema automatizado para el procesamiento de pedidos, la empresa asegura entregas en los tiempos acordados y en condiciones óptimas. Sus rutas de distribución, cuidadosamente planificadas, son esenciales para garantizar un servicio eficaz.



Gracias a este servicio, WeStorage busca consolidarse como un aliado estratégico para los supermercados online. "El éxito de estas tiendas no solo se basa en ofrecer precios competitivos, sino también en cómo manejan la última milla. Esto implica un contacto efectivo con el cliente final, asegurando que reciban exactamente lo que compraron, a tiempo y en perfectas condiciones. Delegar estos ser-

vicios en operadores como nosotros es la forma más eficiente de lograrlo", explica Patricio Toledo, gerente de Logística de WeStorage.

Toledo destaca que, al confiar en WeStorage para su logística, los supermercados online pueden concentrarse en atraer más clientes. "Nuestras ubicaciones estratégicas nos permiten tener una cobertura amplia, lo que facilita la entrega en cualquier rincón de Chile", concluye.

INNOVACIÓN Y COLABORACIÓN: LA ESENCIA DEL SCCC

El Supply Chain Council Chile (SCCC) es una asociación fundada hace 12 años por profesionales de la cadena de suministro de diversas empresas e industrias. Su misión principal es generar un espacio de encuentro para ejecutivos de alto nivel en el área de Supply Chain, promoviendo la colaboración, la discusión de temas de interés común y el desarrollo de investigaciones que beneficien a los profesionales, las industrias, el gobierno y la sociedad en general. A continuación, se describen los objetivos, pilares y contribuciones del SCCC:

OBJETIVOS

Conectar: El SCCC busca crear una red formal de networking entre ejecutivos de Supply Chain. Gracias a esta red, se han generado colaboraciones entre empresas que han optimizado sus procesos y mejorado la competitividad de sus cadenas de suministro.

Compartir: Promueve el intercambio de mejores prácticas en el ámbito de la cadena de suministro. Mediante la organización de eventos y conferencias, el SCCC fomenta el aprendizaje continuo. En un contexto globalizado, las mejores prácticas pueden marcar la diferencia entre el éxito y el estancamiento de una empresa, y el SCCC permite a sus miembros aprender de experiencias reales y aplicarlas en sus propias operaciones.

Conocer: Genera un espacio para profundizar el conocimiento en temas prácticos de Supply Chain. El SCCC organiza sesiones mensuales con sus asociados, donde se han discutido y presentado diferentes temáticas de interés como automatización, impacto de la inteligencia artificial en la cadena de suministro, estrategia y desafíos en Supply Chain, etc.

Construir: Impulsa la investigación, el desarrollo y la propuesta de soluciones que contribuyan a construir un mejor país. En colaboración con universidades y centros de estudio, el SCCC ha liderado proyectos de investigación que han identificado los principales desafíos logísticos en Chile y han propuesto soluciones innovadoras.

LOS PILARES EN QUE EL SCCC BASA SU ESTRATEGIA

Académico: Impulsa fortalecer relaciones con diferentes Universidades y casas de estudio que permitan participar en la creación y desarrollo de nuevas mallas



Directores: De izquierda a derecha Director de Finanzas, Tomax Cox; Director Pilar Académico, Alexander Cziscke; Presidente Council, Rodrigo Guallar; Directora Pilar Diversidad e Inclusión, Lía Vera; Director Pilar Innovación y Contenido, Ricardo Jungk; Director Fundador, Orlando Orellana; Director Pilar Personas y redes, Miguel Cataldo; Directora Pilar Comunicaciones Gisella Gillén

curriculares, clases, charlas y la formación de nuevos profesionales. A través de convenios con universidades, el SCCC ha influido en la creación de programas académicos especializados en logística y supply chain management.

Generación de Contenido: Desarrolla instancias para que proveedores, académicos, consultores y ONG's presenten las últimas tendencias en Supply Chain, incluyendo tecnologías, metodologías y análisis económicos. Los contenidos generados por el SCCC han permitido enfrentar con mayor preparación desafíos y adoptarnos a tecnologías emergentes lograron mantener las operaciones con mayor eficiencia.

Social y Diversidad: Promueve la inclusión de jóvenes, mujeres y social en la asociación, reconociendo la importancia de su perspectiva y experiencia en la industria. El SCCC ha trabajado activamente en promover la equidad de género en la logística.

Personas y Redes: Se enfoca en la incorporación de nuevos miembros, el apoyo en la transición laboral, conexión y networking entre los Asociados y creación de alianzas colaborativas. Se conecta con otras asociaciones e instituciones para generar un ecosistema de colaboración.

Finanzas y TI: Trabaja internamente para respaldar las acciones de la asociación, controlando el presupuesto y proporcionando plataformas de conectividad entre los asociados, con el fin de mejorar la gestión interna.

CONTRIBUCIONES AL CRECIMIENTO

DE LA LOGÍSTICA EN CHILE

Formación de profesionales: El SCCC se esfuerza por preparar a las futuras generaciones de profesionales de la logística a través de la colaboración con universidades e institutos. Mediante charlas, visitas a centros de distribución y la influencia en programas de carreras logísticas, buscan que los estudiantes se conecten con la realidad de la industria y adquieran la resiliencia necesaria para enfrentar los desafíos del sector.

Investigación e innovación: Reconocen la importancia del conocimiento para el progreso, por lo que llevan a cabo estudios e investigaciones para mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias en logística. Estos estudios han abarcado temas como la sostenibilidad en las cadenas de suministro, un área cada vez más importante para las empresas que buscan reducir su huella de carbono y adoptar prácticas más ecológicas.

Adaptación a los cambios: El SCCC reconoce la importancia de adaptarse a este nuevo escenario, donde la logística juega un rol protagónico como valor agregado para las empresas. La digitalización de los procesos logísticos y el uso de análisis predictivos son sólo algunos de los cambios que han acelerado la transformación del sector, y el SCCC ha sido un motor clave en esta transición.

En resumen, el Supply Chain Council Chile se ha convertido en un actor relevante en el mundo de la logística al proporcionar un espacio de encuentro, aprendizaje y colaboración para los profesionales del sector.

LA NUEVA APUESTA DE GPS CHILE EN PREVENCIÓN DE ACCIDENTES CON TECNOLOGÍA

Los accidentes de tránsito representan un desafío constante para cualquier empresa con flota. Para hacer frente a este reto, GPS Chile incorporó las DashCam a su portafolio de soluciones. Gracias a esta herramienta tecnológica es posible monitorear a conductores y vehículos de manera continua, 24/7.



La propuesta incluye dos modalidades principales. La básica cuenta con un dispositivo con dos cámaras que registran tanto el interior como el exterior del vehículo, permitiendo a los operadores de flotas obtener evidencia visual para resolver conflictos y reclamaciones de manera ágil y justa.

La opción avanzada incorpora además un sensor de

fatiga (DMS), que detecta comportamientos riesgosos al volante, como bostezos, uso de celular o distracciones, y emite alertas a los conductores para evitar situaciones de riesgo.

Dado que la velocidad excesiva y la pérdida de control del vehículo están entre las principales causas de accidentes, la adopción de tecnologías de seguridad como las DashCam, las cámaras de video vigilancia y los sensores de fatiga y distracción - soluciones que también incluye el portafolio de GPS Chile- se presentan como una opción muy atractiva para las empresas que buscan prevenir accidentes de tránsito en sus flotas y proteger a sus conductores.

AR RACKING TIENE NUEVO DIRECTOR COMERCIAL LATAM

En octubre, AR Racking, compañía de almacenaje industrial con presencia en más de 60 países, anunció el nombramiento de Germán Flores Miranda como el nuevo Director Comercial para Latinoamérica.

Germán -quien hasta entonces se desempeñaba como Gerente General de AR Racking Chile- es Ingeniero Civil en Mecánica y posee un MBA de la Universidad del Desarrollo, así como un máster en Dirección Comercial y Marketing de IEDE Business School. Además, realizó un Programa de Negocios Internacionales en Liderazgo y Gestión en la Universidad de JiaoTong, en Shanghai.

Con una sólida trayectoria en el sector logístico, Flores ha ocupado cargos de alta responsabilidad en empresas líderes del almacenaje industrial. Su experiencia le ha permitido desarrollar un profundo conocimiento del mercado y de las soluciones necesarias para impulsar el crecimiento en la región.

"Estoy muy contento de asumir este nuevo desafío en AR Racking a nivel Latinoamérica. Mi objetivo es aportar una

visión estratégica enfocada en la innovación y en las necesidades específicas de nuestros clientes en toda la región. Estoy convencido de que podemos continuar optimizando el desempeño logístico en la región, ofreciendo soluciones flexibles y de alto valor agregado que impulsen el crecimiento del sector," señala.

Desde agosto de este año, Germán también es socio del Supply Chain Council Chile, contribuyendo al fortalecimiento de las redes de colaboración y al intercambio de conocimientos en el sector logístico.

ALUTIPO DA LA BIENVENIDA A HYTROL EN EL MERCADO SUDAMERICANO

En el marco de su alianza estratégica, Alutipo participó en el primer seminario de capacitación en Sudamérica de Hytrol, su socio de integración.

Durante el seminario, Hytrol -líder internacional en el diseño y fabricación de sistemas de manipulación de materiales- compartió información clave que permitirá a Alutipo optimizar sus operaciones y ofrecer soluciones aún más

eficientes a sus clientes. "Como líderes en la industria, nos enorgullece ser integradores de Hytrol en Chile y agradecemos la oportunidad de colaborar con una empresa de renombre en el sector", señalan desde la empresa chilena.



La continua capacitación de Hytrol evidencia el compromiso de la compañía con sus integradores y su intención de fortalecer esta relación, contribuyendo así al desarrollo de soluciones innovadoras en logística y distribución.

"Este seminario no solo amplió nuestros conocimientos, sino que también facilitó la creación de conexiones valiosas con otros profesionales del sector. En Alutipo mantenemos un firme compromiso con la excelencia y la innovación y consideramos que eventos como este son fundamentales para nuestro crecimiento y éxito continuo", precisan.

SILO LOGÍSTICA FORTALECE SUS SOLUCIONES PARA AGENTES DE CARGA

En respuesta a los crecientes desafíos logísticos que enfrentan los agentes de carga, Silo ha registrado un aumento en las solicitudes para resolver necesidades operativas extraordinarias. La empresa ha fortalecido su oferta de servicios, apoyándose en un equipo especializado en comercio exterior y en una sólida capacidad técnica, lo que le permite ofrecer soluciones ágiles y personalizadas, adaptadas a las demandas específicas de cada cliente.

Con 15 años de trayectoria, Silo destaca la importancia de mantener alineados a los diversos equipos con un propósito común. "Ya sea un desconsolidado de carga, un almacenaje temporal en patio o bodega, el transporte de contenedores pesados o servicios de cross docking, sabemos que nuestros equipos están preparados para dar una solución", indica José Undurraga, Gerente de Operaciones.

Con su centro logístico ubicado estratégicamente en Casablanca y una propuesta comercial diversa en equipos para distintos cargamentos o necesidades de almacenaje, la empresa confía en continuar siendo un aliado clave para los agentes de carga, importadores y exportadores.

"La escucha activa y mejora constante de nuestras capacidades nos posiciona como un socio confiable", agrega Guillermo Undurraga, Gerente Comercial.





SIN Transgamboa

Nunca tendrás certeza de que tu carga no será víctima de la delincuencia en carreteras

CON Transgamboa

- ✓ Camiones blindados
- ✓ Alta tecnología
- ✓ Seguros contratados
- ✓ Profesionales especializados a tu servicio



Te ofrecemos la **tranquilidad** de que tu carga llegará a destino.

 transgamboa.cl

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

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

ÁGUA SISTEMAS ANUNCIA IMPORTANTE INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA

Água Sistemas, empresa líder a nivel latinoamericano en sistemas de almacenamiento e integradora de sistemas de almacenamiento, movimiento y automatización para intralógica, anunció que invertirá en los próximos 2 años más de USD 12,0 millones en tecnologías avanzadas de automatización y procesos productivos que incluyen robótica, Inteligencia Artificial (IA) y sistemas de automatización de próxima generación.

Esta inversión no sólo modernizará los procesos existentes, sino que también permitirá el desarrollo de nuevas soluciones innovadoras. La inversión se destinará a investigación y desarrollo (I+D) para crear sistemas más eficientes y adaptables, fabricados en su planta automatizada de 85.000 m2 en Brasil.



La idea es integrar estructuras de almacenaje, automatización y tecnología de

sistemas, ofreciendo proyectos completos y personalizables según las necesidades de cada cliente para garantizar la optimización de procesos y eficiencia operativa.

En Chile la compañía es representada por Intersystems Chile, quienes ya están incorporando en su oferta los nuevos desarrollos de ingeniería de Água Sistemas, generando grandes eficiencias en los procesos de sus clientes.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: LA PROTAGONISTA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

La IA sigue tomando el mando de los procesos y es hoy la mejor aliada para predecir el futuro de las temporadas altas. La inteligencia artificial (IA) no es un término nuevo, sin embargo, los expertos trabajan en la innovación constante de esta herramienta, la cual se ha convertido en la protagonista de la evolución digital en distintos sectores, como la industria manufacturera. De acuerdo con el estudio "Manufactura Inteligente" de Zebra Technologies Group, al menos un 38% de los fabricantes tienen pensado implementar la IA en 2025, mientras que un 86% esperan incorporarla.

"La IA se está incorporando en el sector logístico para inyectar capacidades significativas dentro de los almacenes. Urge mejoras de trazabilidad, predicción y control para simplificar la labor de las personas y ubicarlos en tareas de mayor valor", precisa Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.



En relación al comercio electrónico, el ejecutivo hizo hincapié en los beneficios de la IA para el sector, ya que puede brindar una predicción más precisa en fechas de temporada alta. "El futuro ya es el presente. Actualmente, con las

herramientas tecnológicas adecuadas e integradas, las compañías ya pueden saber el volumen de entregas que realizarán en fechas importantes".

Recordó que en el reciente Cyber Monday se registró un récord en ventas de 447 millones de dólares, lo que significó un incremento del 6,9% en comparación a 2023. Además, superó la mayor marca que se mantenía desde el año 2021, cuando se reportó un total de 433 millones de dólares.

BSF IMPULSA EL CRECIMIENTO DE LAS OPERACIONES LOGÍSTICAS

Bodegas San Francisco (BSF) ha expandido y diversificado su capacidad de almacenamiento, alcanzando un total de dos millones de metros cuadrados en 14 centros en Chile y 3 en Perú, para satisfacer de manera más eficiente las necesidades de sus clientes.

Su enfoque en la flexibilidad le permite adaptarse a las exigencias de más de mil clientes, que van desde emprendedores con bodegas de 25 m² hasta grandes empresas. Gracias a esta capacidad, la compañía puede ofrecer soluciones personalizadas y ajustar sus operaciones de acuerdo al rendimiento económico y las fluctuaciones del mercado, lo que brinda mayor estabilidad a sus clientes.



En tanto, para garantizar la seguridad, cuenta con monitoreo 24/7, guardias y acceso controlado, liderado por el equipo de seguridad "CECOP". Sus centros logísticos, ubicados en puntos estratégicos, permiten optimizar los tiempos de transporte, contribuyendo a mejorar las operaciones logísticas del país.

Además, como parte del compromiso con su entorno, Bodegas San Francisco está desarrollando iniciativas enfocadas en educación, bienestar social e innovación local, apoyando así el desarrollo de las comunidades vecinas.

ROCKTRUCK IMPULSA LA SOSTENIBILIDAD CON LA EXPANSIÓN DE SU FLOTA ELÉCTRICA

Rocktruck continúa consolidándose como líder en la industria de transporte con una estrategia clara: crecer de manera responsable y apostar por la sostenibilidad. Desde su fundación en 2018, la compañía ha trabajado para optimizar sus procesos a través de la digitalización y la eficiencia operativa. De cara al 2025, Rocktruck ha fijado su mirada en la expansión de su flota eléctrica, consolidando su compromiso con el medio ambiente.



Uno de los pilares clave de su crecimiento ha sido la adopción de tecnologías de automatización. Al digitalizar procesos logísticos, Rocktruck no solo ha optimizado tiempos y costos, sino que ha mejorado la precisión en la gestión de rutas y cargas, adaptándose de manera ágil a las demandas del mercado. Gracias a esta eficiencia digital, la compañía

asegura un servicio rápido y confiable, mejorando tanto la satisfacción del cliente como la gestión de los transportistas independientes que forman parte de su ecosistema colaborativo.

En cuanto a su compromiso ambiental, Rocktruck ha colaborado estrechamente con Voltera, pionera en electromovilidad en Chile, para la incorporación de vehículos eléctricos en su flota. Actualmente, la empresa cuenta con 30 unidades de transporte eléctrico y tiene como objetivo sumar 10 más para 2025. Estos vehículos, diseñados para el transporte urbano y de última milla, permiten reducir considerablemente las emisiones de CO₂, lo que refuerza el compromiso de la empresa con un transporte más limpio y responsable.

De cara al futuro, Rocktruck seguirá apostando por la innovación tecnológica y la sostenibilidad con lo que no solo busca liderar la industria del transporte, sino también ser un referente en la transición hacia una logística más sostenible y eficiente.



Somos un Grupo Logístico Líder en Soluciones Integrales, con una trayectoria de más de 85 años en el mercado logístico. Diseñamos soluciones Logísticas a medida de cada negocio en Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay.



Warehousing



Transporte & Distribución



Desarrollo de Parques Logísticos



tasalogistica



@tasalogistica



www.tasalogistica.com



comercial@tasalogistica.com.cl

**Nos expandimos...
Y llevamos la innovación
en automatización y
robótica con nosotros.**



BOREAL4.0
A TRG COMPANY

REEFER
CARGO
SOLUTIONS



FRESCO EN CUALQUIER CONDICIÓN

Para el cuidado de tus mercancías delicadas y perecederas, MSC ofrece una red global de expertos altamente calificados en carga refrigerada. Garantizamos un servicio flexible y a medida, que preserve el estado de tu mercancía desde el momento en que se carga hasta que llega a su destino.

MOVING THE WORLD, TOGETHER.



[msc.com/reefer](https://www.msc.com/reefer)





Eficiencia en movimiento

EKS 215a almacena de forma autónoma

Aplicación versátil, funcionamiento sostenible, integración perfecta: Optimice sus procesos logísticos con nuestro nuevo EKS 215a, el vehículo de guiado automático para aplicaciones automatizadas de gran altura.

 **JUNGHEINRICH**

Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl