

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



GESTIÓN DE INVENTARIOS EN TIEMPOS TURBULENTOS



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



LOGISTEC
EDICIÓN

148

JUN/JUL 2025

SUPPLY CHAIN: ¿ES EL S&OP UN FACTOR DETERMINANTE EN EL ÉXITO EMPRESARIAL?
ECOMMERCE: CENTROS COMERCIALES, LOS NUEVOS HUBS PARA EL E-COMMERCE
TECNOLOGÍA: ¿QUÉ TAN "INTELIGENTE" ES LA LOGÍSTICA INTELIGENTE?
TRANSPORTE: TREN DE CARGA Y EFICIENCIA LOGÍSTICA: UN LARGO RECORRIDO



#revistalogistec





stgo

Southern Technology Group

ACELERA TU NEGOCIO CON SOLUCIONES

» **RFID**

VISIBILIDAD Y CONTROL **TOTAL**

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

Ventajas de implementar **RFID**

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

Un ecosistema completo que componen **y potencia la solución de RFID**

ZEBRA



VERTICALES DONDE APLICA:



PUNTO DE VENTA



CONTROL DE INGRESO Y SALIDA



PORTALES RFID



CONTROL DE INVENTARIO



ESPEJOS INTELIGENTES



TÚNEL RFID





Espacios industriales
que **impulsan tu negocio**

Compra o arrienda tu **bodega desde 117 m²**

VENTA



ARRIENDO



Ubicaciones estratégicas

Seguridad 24/7

Altura y estándar industrial

avanzapark.cl
comercial@avanzapark.cl
+56 2 2510 0000



UN NUEVO ESTÁNDAR PARA LA LOGÍSTICA

Cuando comenzamos a soñar con Logistec Show, en 2010, sabíamos que la industria logística necesitaba más que una feria: requería un punto de encuentro que uniera a los actores clave del sector con innovación, visión de futuro y oportunidades reales de negocio. Hoy, con orgullo y gratitud, podemos decir que Logistec Show 2025 superó todas las expectativas.

En esta su novena versión, la feria rompió récords históricos de asistencia y participación, consolidándose como el mayor evento logístico de Chile y uno de los más relevantes de Latinoamérica. Más de 5 mil visitantes recorrieron los pabellones del evento, explorando las soluciones de más de 90 expositores nacionales, en un ambiente marcado por la colaboración, la tecnología y la mirada estratégica.

Este logro no es casual. Es el resultado de un trabajo constante, del compromiso de nuestro equipo de producción, comercial y editorial, y de una comunidad logística que ha crecido junto a nosotros durante estos 24 años de historia. Una comunidad que hoy demanda más espacios para compartir buenas prácticas, de-

saños, nuevas herramientas y, sobre todo, una conversación que trascienda el corto plazo para mirar el futuro con ambición y responsabilidad.

Desde nuestra plataforma, seguiremos impulsando ese diálogo. La edición 148 de Logistec recoge no solo lo que fue la feria, sino también temáticas que nos hablan del momento del sector con problemáticas, oportunidades y la constante necesidad de trabajar en mejoras y acciones de dejen a la logística en el lugar que se merece.

Gracias a todos quienes han sido parte de este camino. A quienes confían en Logistec para informarse, visibilizar sus proyectos o conectar con otros líderes. Y especialmente a quienes participaron de Logistec Show 2025 y nos ayudan a seguir elevando el estándar de la logística. Nos emociona saber que somos parte de algo grande.

Nos vemos en la próxima edición, preparando el camino para nuestra celebración de los 25 años... y desde ya en Logistec Show 2026.

Equipo Logistec



4
ESTUDIO DE CONFIANZA 2025



10
PLANIFICAR PARA GANAR:
¿ES EL S&OP UN FACTOR DETERMINANTE EN EL ÉXITO EMPRESARIAL?



32
CENTROS COMERCIALES,
LOS NUEVOS HUBS PARA EL E-COMMERCE



54
QUÉ TAN "INTELIGENTE" ES LA LOGÍSTICA INTELIGENTE?

62 TREN DE CARGA Y EFICIENCIA LOGÍSTICA: UN LARGO RECORRIDO

72 COMERCIO INTERNACIONAL: CONFLICTO GLOBAL, ¿OPORTUNIDAD LOCAL?

80 LA REVOLUCIÓN LOGÍSTICA TUVO SU EPICENTRO EN LOGISTEC SHOW 2025



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Esta edición es auspiciada por:

 Southern Technology Group stglatam.com C1	 megacentro.cl C2	 jungheinrich.cl C3	 A member of the KWE Group apllogistics.com 13
 avanzapark.cl 1	 westorage.cl 5	 espaciobodegas.cl 9	 mindugar.cl 21
 bsf.cl 15	 kaufmann.cl 17	 Customized Global Logistics emotrans.com 19	 30 Años bodenorflexcenter.cl 31
 interborders.com 23	 scharfstein.cl 25	 A TRG COMPANY borealtch.com 27	 centralbodegas.cl 45
 ar-racking.com 35	 danco.cl 37	 danich.cl 39	 TDS AMERICA TECNOLOGIA, DESARROLLO, SERVICIOS tds.cl 59
 evolog.cl 47	 SOLUCIONES LOGISTICAS intersystems.cl 49	 patio.cl 57	 techfy.cl 73
 Racks SpA esnova.cl 61	 egakat.cl 65	 dercomaq.cl 69	 silos.cl 85
 friosan.cl 75	 calycochile.cl 77	 sigroup.cl 81	 tasalogistica.cl 95
 Transgamboa ahora es TG GO SECURITY CARGO & STORAGE tg-go.cl 87	 gpschile.com 91	 id-logistics.com/cl 93	 stacker.cl 96
 end to end solutions sympleglobal.com INSERTO			

AÑO 24 EDICION 148
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

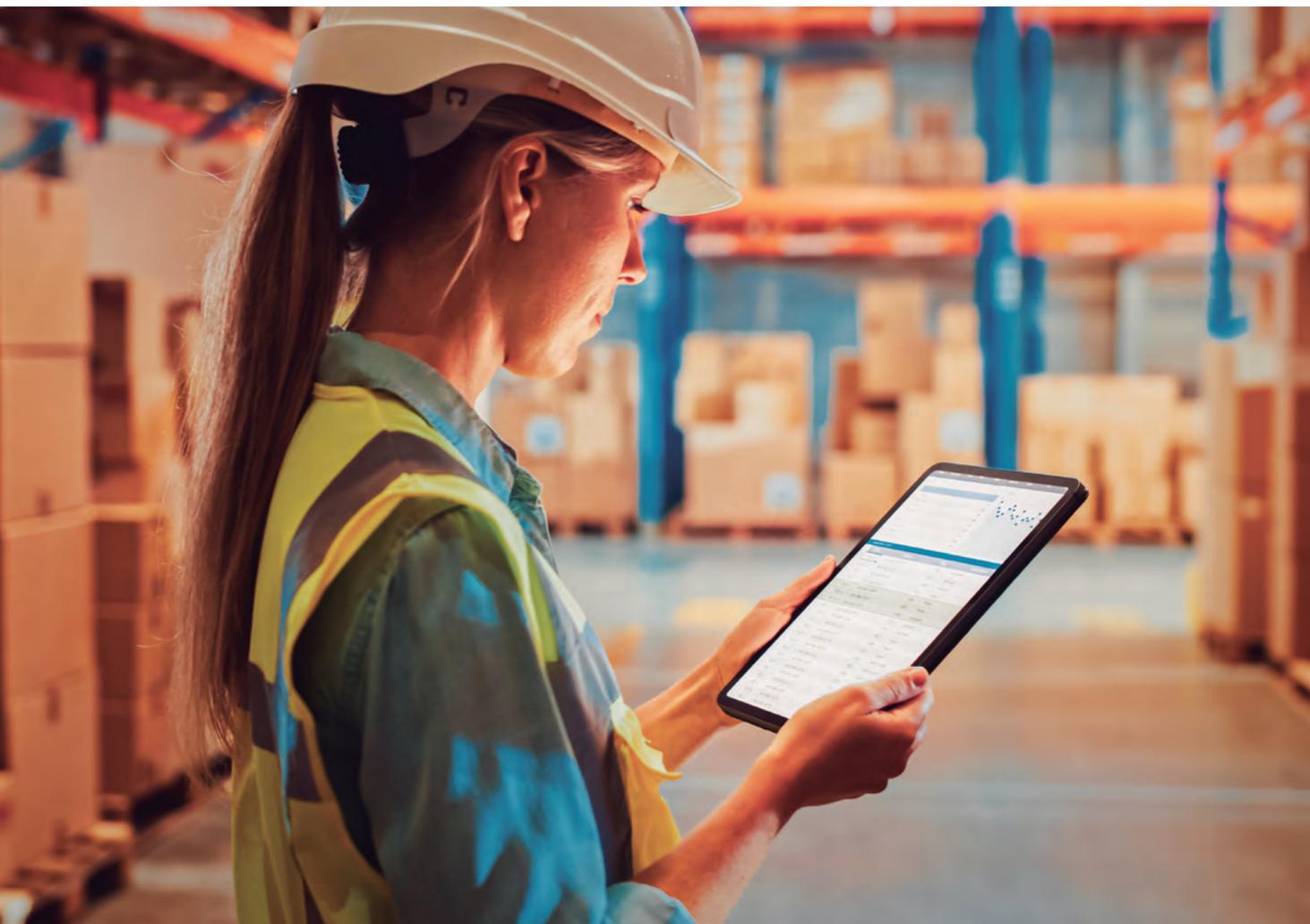
María Victoria Moya
mariavictoria.moya@revistalogistec.com

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.



ESTUDIO DE CONFIANZA 2025

6

EN UN ENTORNO CADA VEZ MÁS COMPLEJO, DONDE LA CONFIANZA YA NO ES UN VALOR INTANGIBLE, SINO UN ACTIVO ESTRATÉGICO, ES CLAVE QUE LAS EMPRESAS REDOBLÉN SUS ESFUERZOS PARA REDUCIR LAS BRECHAS QUE EXISTEN CON SUS PROPIOS CONSUMIDORES Y COLABORADORES. EN LA SEGUNDA VERSIÓN DE ESTE ESTUDIO DE PWC Y CON UNA MUESTRA DE 4.448 ENCUESTADOS, ANALIZAMOS EL PANORAMA DE CONFIANZA EMPRESARIAL EN CHILE, ASÍ COMO LAS BARRERAS Y OPORTUNIDADES QUE LOS DIRECTORES Y EJECUTIVOS DEBEN CONOCER PARA GESTIONARLA Y POTENCIARLA.

Autores: Fernando Orihuela, Socio Líder de Auditoría de PwC Chile; Paulina Calfucoy, Gerenta de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de la ACHs y Mauricio Villena, decano de la facultad de Administración y Economía de la UDP.

Una organización es confiable cuando demuestra consistencia, transparencia y cumplimiento de compromisos, generando seguridad y credibilidad.

Bajo esta definición, el Estudio de Confianza 2025 elaborado por PwC Chile y la Universidad Diego Portales, en colaboración con la Achs, revela importantes resultados que serán útiles para el ecosistema empresarial y su toma de decisiones frente a

la construcción de confianza con sus públicos internos y externos. Con una muestra de 4.448 encuestados, entre los cuales se distinguen a directores (5%), consumidores (64%) y colaboradores (31%), la segunda edición de este estudio evidencia que el primer grupo continúa sobreestimando los niveles de confianza de sus propios clientes y colaboradores respecto a sus empresas, con brechas de confianza en torno a 49 y 36 puntos porcentuales, respectivamente.



OPERADOR LOGÍSTICO **3PL**

Terceriza tu logística con nosotros



Recepción de inventario



Almacenamiento eficiente



Procesamiento de pedidos



Control de calidad



Envío rápido y seguro



La confianza es un activo estratégico para todas las empresas en la construcción de su reputación. Los resultados y datos que comparte este estudio buscan ayudar a los directivos y ejecutivos a las organizaciones en la elaboración de su propia hoja de ruta en esta materia tan relevante y que sean parte de un ecosistema empresarial que, idealmente, cuente con mejores índices de confianza hacia el futuro.

Los invitamos a revisar los principales resultados de este trabajo conjunto de PwC Chile, la Facultad de Administración y Economía de la UDP, y la Achs.

BRECHA DE CONFIANZA

Por segundo año, este estudio muestra una marcada brecha en los niveles de confianza hacia las empresas en Chile entre los distintos grupos de interés que las componen, como son los directivos/ejecutivos, colaboradores y consumidores.

En concreto, mientras que el 81% de los directores cree que los consumidores tienen un alto nivel de confianza en sus empresas, solo el 32% de los ellos comparte esa misma percepción, generando una diferencia de 49 puntos porcentuales. En el caso de los colaboradores, un 48% dice confiar en las empresas donde trabajan, mientras los directivos lo afirman en un 84%.

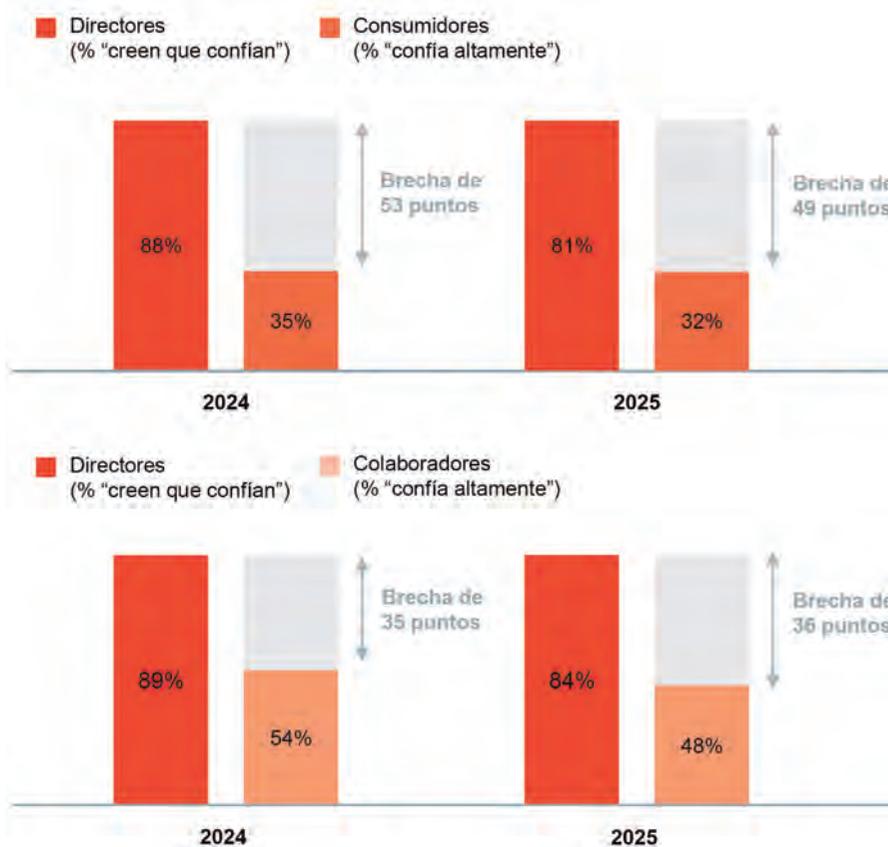
Estas brechas pueden reflejar un desacople de la imagen que proyecta la empresa hacia el exterior, en el caso de los consumidores, como una desconexión frente a la visión integral de los colaboradores.

PANORAMA POR SECTOR

Al profundizar en el panorama de confianza empresarial por sector, el estudio reveló que los colaboradores en el sector de Minería tienen un mayor grado de confianza hacia empresas del rubro, con una puntuación de 7,7 en una escala del 1 al 10, donde 1 es "no confía en absoluto" y 10 es "confía totalmente". A continuación, el sector de Servicios financieros obtiene un 7,6 y Consultoría y servicios

Continúa la brecha de confianza

Porcentaje de confianza empresarial alta entre consumidores y colaboradores, versus las expectativas de los directores.



profesionales un 7,5. Entre aquellos sectores con menor grado de confianza, se encuentra el de Telecomunicaciones con una puntuación de 5,8 y la variación más relevante entre el año pasado y el reporte 2025 es en el sector de energía, gas y agua, que pasaron de ser el rubro con mayor confianza a una baja de 0,8 que los ubica sextos.

Desde la perspectiva de los consumidores, el sector de Minería sigue en el primer lugar de mayor confianza, pero con una puntuación de 6,2.

El segundo y tercer lugar es ocupado por el sector de Comercio, alojamiento y turismo, junto a Manufactura, con puntuaciones de 6,1 y 5,9. Para los consumidores, uno de los sectores menos confiables es el de la Administración pública con un 4,5.

GESTIONAR LA CONFIANZA

Las empresas implementan diversas estrategias para construir, mantener y potenciar la confianza de sus consumidores y colaboradores. Aunque existen diferencias en cuanto a qué acciones se consideran más relevantes, hay un consenso claro entre directores, consumidores y colaboradores: las organizaciones tienen la responsabilidad de generar confianza (91%, 69% y 65%, respectivamente).

Considerando que las empresas y organizaciones tienen una relación directa con las personas y sus vidas cotidianas, sea a través de productos y/o servicios que ofrecen o del entorno laboral que crean, es coherente que los tres grupos de interés coincidan. Sobre todo, en un contexto donde la confianza es un activo de alta di-

ferenciación y que favorece la reputación. Además de este aspecto en común, hay otros que varían significativamente dependiendo del grupo de interés que se analice. Por ejemplo, entre los consumidores, un 57% señala estar totalmente de acuerdo con que es más probable que confíe en empresas cuyas acciones se alineen con sus valores. En tanto, también reconocen cuando una empresa hace un esfuerzo adicional para ganarse su confianza (56%).

Por otro lado, uno de los aspectos que tiene menor impacto es que a los consumidores les interesa más la intención detrás las acciones de una empresa que sus acciones concretas (23%).

Por el lado de los colaboradores, y al igual que en caso de los consumidores, acciones por parte de la empresa que se alineen con sus valores y un esfuerzo adicional para ganar su confianza como miembro de la empresa son las principales oportunidades a la vista que los harían confiar más en la empresa donde trabajan (con un 52% y 49%, respectivamente). Adicionalmente, un 46% afirma que, si su superior directo lo involucrara en las decisiones importantes, confiaría más en su empresa.

Sin embargo, una opción que merece un análisis más detenido es que una minoría cree que las empresas sí consideran la confianza como un activo de valor. Por ejemplo, sólo un 39% señala que la confianza es una de las principales prioridades de la organización en la que trabaja, lo que también se relaciona con que un 34% cree que su organización comprende el valor de la confianza de los colaboradores.

En esta línea, el menor nivel de acuerdo recae en que los líderes empresariales prestan la debida atención a aumentar o mantener la confianza dentro de la organización (28%), lo que, de no ser atendido a tiempo por los directores, podría traer consecuencias en el clima interno de sus empresas. Entre los directores, y en línea con las brechas de confianza menciona-

dos anteriormente, hay notorias diferencias de oportunidades en comparación a los consumidores y colaboradores.

Mientras que un 80% destaca que la confianza es una de las principales prioridades de la organización que lidera, contrasta fuertemente con el 39% de los colaboradores que afirma lo mismo, al igual que con la afirmación de que los líderes empresariales prestan la debida atención a aumentar o mantener la confianza dentro de la organización, donde un 57% señala estar de acuerdo en comparación al 28% de sus colaboradores.

Aunque se refleja un alza, otro factor de análisis es que sólo un 26% declara tener métricas formales para hacer un seguimiento del grado de confianza de sus grupos de interés, lo que concuerda con una mayor exigencia de estos mismos para que las empresas tomen mayor importancia a la gestión de confianza.

ACCIONES PARA CONSTRUIR CONFIANZA

El análisis de las percepciones entre colaboradores y directores respecto a las acciones que construyen confianza dentro de las organizaciones revela una importante brecha entre lo que los colaboradores consideran prioritario y lo que los directores creen estar haciendo bien.

Esta diferencia de percepción pone en evidencia una desconexión que puede afectar directamente la cultura organizacional y el compromiso de los equipos. Por ejemplo, mientras que el 76% de los colaboradores considera que las comunicaciones claras son muy importantes para generar confianza, solo el 34% de los directores cree que su empresa lo hace muy bien.

Una situación similar se observa en la percepción sobre el pago adecuado: mientras el 71% de los colaboradores lo considera muy importante, apenas el 46% de los directores cree que la empresa cumple bien con esta expectativa, lo que refleja una brecha de 25 puntos que podría estar incidiendo en la satisfacción y retención del talento.



*Los sectores sin comparación de 2024 no estuvieron contemplados en el análisis de la primera versión del estudio por lo que no fueron agregados.

Por el lado de los consumidores, la protección de datos personales es señalada como una prioridad por el 82% de los consumidores, mientras que el 68% de los directores considera que su empresa cumple adecuadamente con esta expectativa. Aunque esta es una de las brechas más estrechas del conjunto, sigue existiendo una diferencia que indica espacio para mejoras.

En cambio, cuando se trata de la claridad en las comunicaciones, la distancia se amplía considerablemente: el 80% de los consumidores lo considera muy importante, pero solo el 36% de los directores cree que su organización lo hace bien, lo que sugiere un espacio relevante para optimizar ese foco.

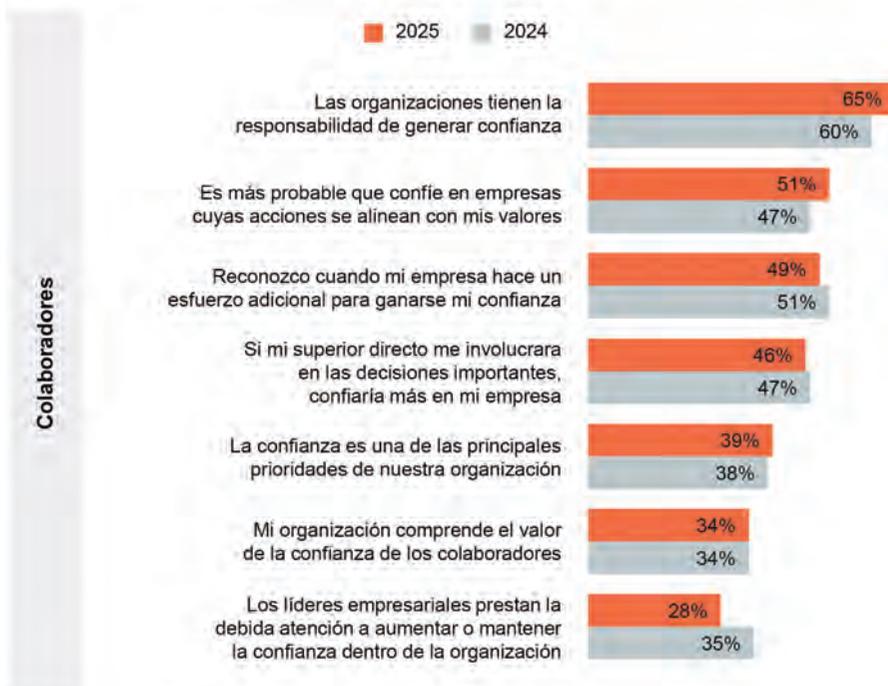
La capacidad de respuesta ante inquietudes también aparece como un punto sensible. Un 78% de los consumidores espera que las empresas respondan y resuelvan sus preocupaciones con rapidez, pero apenas el 46% de los directores cree que esto se logra de manera efectiva. Esta diferencia de más de 30 puntos porcentuales podría estar afectando directamente la percepción de confiabilidad y compromiso por parte de las organizaciones y marcas.

En línea con una mayor necesidad por parte de los consumidores de que sus datos sean protegidos, una de las informaciones más importantes señaladas por los encuestados que revelan las empresas son sus políticas de privacidad de datos, con un 78% de los consumidores y 57% de los colaboradores. Sin embargo, solo un 43% dice que revela esta información de manera efectiva, lo que podría derivar en desconfianza sobre el tratamiento de sus datos.

En tanto, los grupos de interés encuestados han tomado cada vez más el peso a los factores medioambientales, ya que un 71% de los consumidores considera importante que las empresas revelen su impacto medioambiental, junto con un 59% de los colaboradores. Pero nuevamente, las empresas se quedan atrás con un 46%.

Oportunidades para gestionar confianza: colaboradores

Porcentaje de encuestados que señala estar "totalmente de acuerdo" con lo siguiente:



Fuente: Estudio de Confianza de ProChile

Una diferencia notoria en los resultados fue que mientras los cambios de liderazgo dentro de las empresas es una de la información menos importante para consumidores y colaboradores (43% y 56%, respectivamente), es una de las mejor reveladas según directores (66%), siendo esta la cifra más alta.

ACCIONES QUE HAN EROSIONADO LA CONFIANZA

Así como existen acciones que construyen confianza, también hay acciones que la dañan, lo que es mucho más difícil, e incluso, casi imposible de revertir.

En el caso de los consumidores un 59% señala que tuvo alguna experiencia que erosionó su confianza y afectó la relación con la empresa en los últimos 12 meses, siendo una de las principales razones la calidad de los productos o servicios recibidos que no concuerdan con lo ofrecido (32%). Igualmente, los usuarios critican

el incumplimiento de compromisos posventa, sea por deficiencia o por tener una complejidad innecesaria (30%), y los cobros indebidos (21%).

Entre los colaboradores el panorama es similar, ya que un 50% también dice haber experimentado situaciones que dañaron su confianza. Entre las principales razones están los liderazgos que no concuerdan con sus valores (23%), condiciones laborales o contractuales (19%), y las desvinculaciones manejadas inapropiadamente (18%).

Otro punto importante para observar con atención por parte de las empresas es que otra parte importante de los colaboradores declara haber sufrido acoso o discriminación (18%), lo que sin duda puede ser un conflicto potencial considerando la implementación de la Ley N° 21.643 sobre prevención, investigación y sanción del acoso laboral, sexual o de violencia en el trabajo (Ley Karin). ■

ARRENDAMOS BODEGAS NUEVAS

DESDE 1.000 HASTA 5.000m²

espacio bodega

LOGÍSTICA - PUDAHUEL

espaciobodegas.cl



**ENTREGA
INMEDIATA**



Cotiza aquí

 Camino a Noviciado 3.707, Pudahuel, Santiago.

PLANIFICAR PARA GANAR: ¿ES EL S&OP UN FACTOR DETERMINANTE EN EL EXITO EMPRESARIAL?

ESTA HERRAMIENTA SE HA POSICIONADO COMO UNA DE LAS ESTRATEGIAS MÁS RELEVANTES PARA ENFRENTAR LA COMPLEJIDAD ACTUAL DE LOS NEGOCIOS. PERMITE ALINEAR VENTAS, OPERACIONES, FINANZAS Y LOGÍSTICA EN TORNO A UN PLAN COMÚN. SIN EMBARGO, SU IMPACTO REAL NO DEPENDE SOLO DE LA HERRAMIENTA O DEL SOFTWARE QUE SE UTILICE, SINO DE UNA CULTURA ORGANIZACIONAL COLABORATIVA Y DE UNA MIRADA ESTRATÉGICA COMPARTIDA. S&OP NO ES UNA RECETA MILAGROSA, PERO SÍ PUEDE SER UN FACTOR DETERMINANTE.



No es una moda ni una tendencia pasajera: el Sales and Operations Planning (S&OP) se ha convertido en una herramienta vital para la gestión moderna de la cadena de suministro. En un entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA, por sus siglas en inglés), donde las interrupciones son la nueva normalidad, planificar no solo permite reaccionar: permite sobrevivir y, mejor aún, anticiparse para ganar.

S&OP actúa como el sistema nervioso de la operación empresarial. Su misión es clara: alinear ventas, operaciones, finanzas y logística en torno a un único plan consensuado que mire al futuro. Pero su valor real está en otro lado: en su capacidad para adaptar la organización al cambio constante y minimizar los impactos que pueden afectar el rendimiento del negocio.

Tania Bustos, subgerente de S&OP en AquaChile, nos recuerda que, aunque el término comenzó a utilizarse en los años 80, la planificación ya era clave mucho antes para lograr un plan estratégico sólido. "Lo importante no es tener el mejor plan, sino aquel que realmente importa para la empresa", afirma la ejecutiva en su presentación en Logistec Show 2025.

Este proceso permite equilibrar inventarios, comprender el impacto financiero de nuestras decisiones y conocer a fondo el portafolio de productos desde una perspectiva de marketing.

Es, en esencia, una mirada multidisciplinaria de la compañía. Desde empresas globales hasta compañías locales en plena transformación digital, el S&OP ha dejado de ser una opción para convertirse en un factor estratégico.

Es fundamental, para seguir avanzando, conocer el impacto de esta estrategia, su evolución, los desafíos de su implementación y el papel que cumple como articulador entre áreas para dar forma a una cadena de suministro resiliente, flexible y preparada para enfrentar lo que vien

LENGUAJE COMÚN

Históricamente, ventas y operaciones han funcionado en compartimentos separados. Mientras los equipos comerciales buscan crecer en volumen y conquistar mercados, las operaciones luchan por cumplir con los compromisos sin reventar costos ni capacidades.

En medio de esta tensión, surge el S&OP como un puente indispensable. Su principal mérito: ofrecer un lenguaje común para alinear lo que se quiere vender con lo que realmente se puede producir, abastecer y entregar. Este proceso, cuando se implementa de forma madura, conecta también al área financiera, logística y de compras, estableciendo una visión compartida del futuro.

Desde Demafront lo expresan con claridad en el documento titulado "Planificación de Ventas y Operaciones: Cómo potenciar su impacto": "una de las grandes virtudes del proceso S&OP, y una de las principales razones de su éxito, es que ayuda a resolver los conflictos entre áreas". y añaden: "cuando este proceso se internaliza, desaparecen las fricciones innecesarias entre ventas, operaciones y finanzas, y se gana velocidad, coherencia y foco en los objetivos reales del negocio".

LA DIFERENCIA ENTRE REACCIONAR Y ANTICIPARSE

Diversos estudios y experiencias coinciden: un S&OP robusto puede mejorar los niveles de servicio, reducir el inventario excesivo, optimizar recursos y generar decisiones más ágiles y rentables. En otras palabras, permite pasar de un modelo reactivo a uno verdaderamente anticipativo. "Sin perjuicio de lo anterior, hay ciertas características que deberían tener la mayoría de las cadenas de abastecimiento para poder lograr los objetivos de la compañía: cadenas de abastecimiento ágiles y resilientes, procesos colaborativos con los

proveedores y clientes estratégicos, y no menos importante, tener un proceso de S&OP/IBP implementado”, subraya Gustavo Ríos. “El proceso periódico de S&OP/IBP es fundamental para tener a toda la organización alineada y enfocada en cumplir el plan de negocio definido por la compañía”, agrega.



Tania Bustos
Subgerente de S&OP
en AquaChile

Según plantea Demafront en su artículo: “hoy ya no basta con mirar el retrovisor. Las organizaciones más exitosas son las que han aprendido a operar en base a escenarios, con herramientas que permiten anticipar disrupciones, medir riesgos y re-planificar sobre la marcha”.

Implementar S&OP, sin embargo, no es solo cuestión de software. Se trata de un cambio cultural que implica liderazgo,

confianza, buenos datos y, sobre todo, una actitud colaborativa entre áreas.

“Organizaciones que no cuentan con un proceso de planificación integrado generalmente no tienen una colaboración robusta entre las áreas, estas trabajan en silos y ‘desconfían’ unas de otras, y donde cada una tiene su propio plan para cumplir los objetivos”, advierte Gustavo Ríos.

“Lo anterior genera altos inventarios, disrupciones en la cadena de abastecimiento, costos altos de suministro, bajo nivel de servicio, ineficiencias operativas, resultados financieros inesperados, y tiempos excesivos en el lanzamiento de nuevos productos, entre otras consecuencias”.

Los principales desafíos que enfrentan las empresas en este camino son:

- Falta de compromiso transversal
- Procesos burocráticos o simbólicos, sin decisiones reales
- Calidad deficiente de los datos
- Poca integración con los objetivos financieros y estratégicos.

El error más común es pensar que S&OP es una reunión mensual para revisar cifras. Su verdadero valor está en fomentar conversaciones difíciles, en tomar decisiones alineadas y anticiparse a los cambios del entorno.

“Nunca vamos a tener una bolita mágica ni el plan perfecto, por eso es clave contar con planes establecidos que nos den visibilidad, agilidad y colaboración para tomar decisiones en contextos inciertos”, sostiene Bustos.

“S&OP no es un proceso exclusivo de supply chain, como muchos piensan, sino de toda la empresa. Su valor radica en conectar las distintas áreas bajo un mismo lenguaje y propósito estratégico. Algunas compañías pueden tener procesos similares con otras siglas, pero la diferencia está en la profundidad e integración. Gartner define distintos niveles de madurez del proceso, desde un enfoque táctico hasta un nivel de “orquesta”, donde solo el 1% de las empresas ha logrado llegar”, añade la ejecutiva de AquaChile.



Gustavo Ríos
Ejecutivo Supply Chain

La ejecutiva definió en su presentación tres grandes aprendizajes tras implementar S&OP.

1 ALINEACIÓN GERENCIAL: El principal motor —y a veces freno— del proceso es la cultura organizacional. “Cuando los procesos fallan, no es por la herramienta, es por las personas”, asegura Bustos. Se necesita disciplina, comunicación y que todos comprendan el valor de alinearse a una estrategia común.

2 ENTENDER QUE ES UN PROCESO PERFECTIBLE: S&OP exige romper silos, y para eso es fundamental que las gerencias cuenten con un business plan claro y compartido, con foco en el destino estratégico y cómo lle-





A member of the **KWE** Group

PROVEEDOR LIDER EN SOLUCIONES LOGÍSTICAS Y DE TRANSPORTE

Nuestros procesos están diseñados para garantizar la entrega de sus productos de forma eficiente y segura, cumpliendo altos estándares de calidad y exactitud.

EL COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES ES:

- **Eficiencia y productividad:** estamos diseñados para mejorar la eficiencia y productividad de nuestros socios estratégicos.
- **Seguridad y cumplimiento:** nuestros procesos están creados para garantizar seguridad y cumplimiento a sus requerimientos.
- **Flexibilidad y adaptabilidad:** nuestras soluciones en distribución se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente.



Si está interesado en conocer más sobre nuestras soluciones y cómo podemos ayudarlo a crecer y desarrollarse, no dude en contactarse con: paola_ortuzar@aplogistics.com

gar a él. En un entorno de incertidumbre, la clave está en planificar con flexibilidad, colaborar activamente, medir los procesos y mejorar de forma continua.

3 EL ROL CLAVE DE FINANZAS: Lejos de ser un actor secundario, Finanzas es “el amigo más cercano” del proceso. Es quien traduce la planificación en impactos reales: mejoras en servicio, reducción de quiebres de stock, mayor efectividad en promociones y lanzamientos.

Estas mejoras se traducen en cifras concretas: **Crecimiento de ventas del 2 al 4%** • **Reducción del inventario de productos terminados entre un 20 y 30%** • **Disminución de stock de seguridad en materias primas** • **Reducción de costos asociados al movimiento de inventario y mejora en productividad.**

OTRAS METODOLOGÍAS QUE FORTALECEN LA PLANIFICACIÓN

Aunque el S&OP es una de las estrategias más completas, no está sola. Existen otras metodologías que complementan la planificación integrada y permiten una visión más precisa de la operación:

MRP (Material Requirements Planning): clave para la planificación de materiales y componentes en entornos productivos.

DRP (Distribution Requirements Planning): permite anticipar necesidades de reposición en toda la red logística.

Demand Planning: se basa en modelos predictivos para estimar la demanda futura. Es una entrada fundamental para S&OP.

IBP (Integrated Business Planning): evolución del S&OP que integra proyecciones financieras, riesgos y estrategia de negocio.

No importa cuál sea la metodología adoptada. Lo verdaderamente relevante es contar con una cultura de planificación arraigada que promueva la colaboración interdepartamental para maximizar la capacidad de respuesta y minimizar los riesgos.

Según Demafront: “Lo importante es construir una visión de futuro común. El valor del S&OP radica en su capacidad de articular las diferentes áreas de la organización en torno a una narrativa compartida, sustentada en datos y conversaciones significativas. La planificación no es una función, es una competencia organizacional clave”.

AVANZANDO HACIA UNA INTELIGENCIA PREDICTIVA

Hoy, la evolución natural del S&OP es el Integrated Business Planning (IBP), una metodología más sofisticada que suma variables financieras, escenarios de riesgo y sostenibilidad. Paralelamente, tecnologías como la inteligencia artificial, el análisis predictivo y las plataformas colaborativas están transformando los modelos de planificación.

Tania reconoce que aunque ya se trabaja con inteligencia artificial y herramientas avanzadas, la tecnología no cambiará el proceso por sí sola. El cambio real vendrá de cuán clara esté la estrategia y cuán preparados esté como organización.

La tecnología será el medio para acelerar y optimizar: procesamiento de datos, machine learning, identificación de escenarios y mejora en los pronósticos de demanda.

“S&OP no es un proceso tallado en piedra. No hay un paso a paso universal. Es un mundo entero, que combina visión de largo plazo con decisiones del día a día”, agrega. El futuro está en sistemas capaces de modelar escenarios, identificar alertas tempranas y facilitar decisiones en tiempo real.

¿Es el S&OP determinante? Sí, pero no por sí solo. Lo determinante es la planificación en sí misma: el ejercicio disciplinado de proyectar, dialogar, consensuar y ajustar. No hay éxito sin planificación, y no hay planificación efectiva sin colaboración entre áreas.

En definitiva, las empresas que logran planificar de verdad -más allá del método que usen- son aquellas que estrechan lazos entre sus equipos, alinean visión y acción, y se preparan para lo único constante: el cambio.

En este camino, el liderazgo juega un rol crucial. Las compañías que han logrado consolidar un proceso de S&OP maduro coinciden en un factor común: líderes que promueven la colaboración, que facilitan la toma de decisiones basadas en datos y que fomentan una visión de futuro compartida.

No se trata solo de conducir reuniones, sino de orquestar conversaciones estratégicas donde cada área aporte su visión y se comprometa con el resultado. El verdadero éxito del S&OP ocurre cuando el proceso deja de percibirse como una obligación operativa y se convierte en una práctica natural de gestión empresarial.

Así, el S&OP no es un fin en sí mismo, sino un habilitador del propósito organizacional. A través de una planificación rigurosa, una cultura de colaboración y el uso inteligente de la tecnología, las empresas no solo logran enfrentar mejor la incertidumbre, sino que construyen una ventaja competitiva sostenible.

Planificar para ganar, en definitiva, es planificar para evolucionar, para conectar talento con estrategia, y para avanzar con sentido en un entorno donde la única constante es el cambio. ■

BDF BODEGAS SAN FRANCISCO

en Logistec Show 2025

El 14 y 15 de mayo fuimos parte de **Logistec Show**, compartiendo grandes momentos con clientes y profesionales del rubro, conversando sobre los desafíos y oportunidades del sector.

En nuestro stand conversamos sobre lo que nos define:

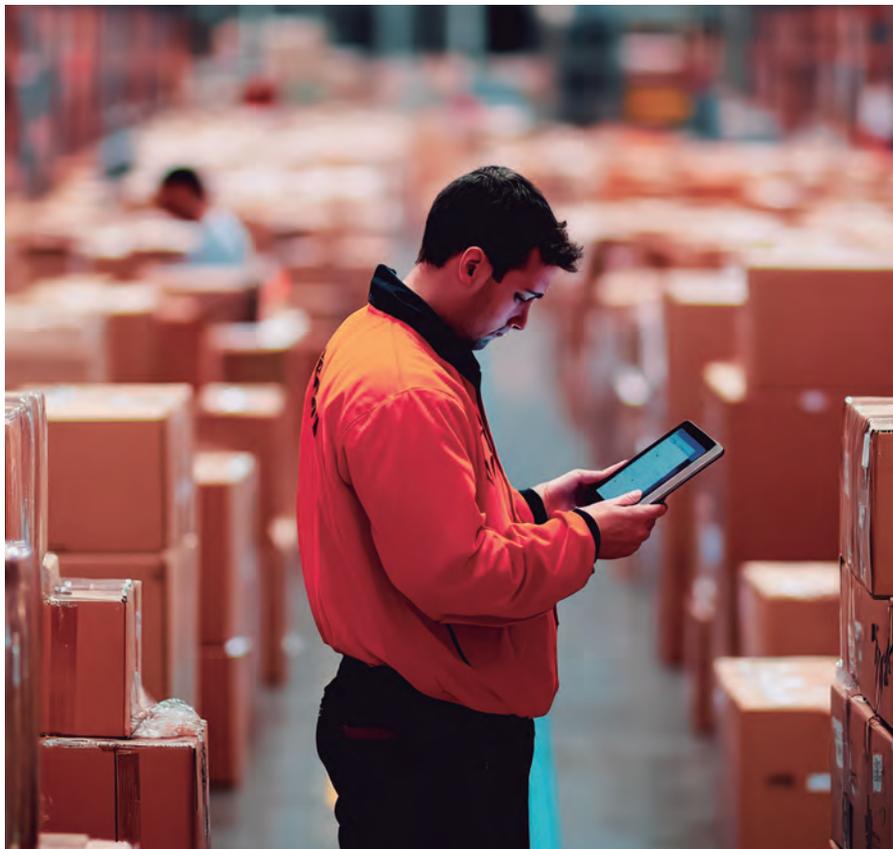
- Ubicación estratégica
- Flexibilidad en soluciones de bodegaje
- Servicios complementarios que suman valor
- Precios competitivos
- Compromiso con la sostenibilidad



**¡GRACIAS A TODOS,
SEGUIMOS CRECIENDO JUNTOS!**

Contáctanos +562 27470000 | Contacto@bsf.cl | bsf.cl
Antofagasta | Santiago | Chillán | Temuco | Puerto Montt | Perú

GESTIÓN DE INVENTARIOS EN TIEMPOS TURBULENTOS



Durante años, el inventario fue visto como un asunto netamente operativo, casi invisible a las decisiones estratégicas de las empresas. Hoy, en cambio, se ha convertido en una herramienta clave para resistir los vaivenes del mercado. ¿Qué factores se deben tener en cuenta para gestionarlo de manera eficaz, eficiente y lograr un equilibrio en el escenario actual?

18

Alguna vez relegado al fondo del almacén y a las planillas de control, el inventario ha emergido en la actualidad como un actor protagónico en la resiliencia empresarial. Su gestión se ha convertido en un asunto estratégico -de eso no hay duda- pero en escenarios globales complejos, donde las cadenas de suministro se tensionan y reconfiguran, hacerlo de manera eficiente es un tremendo desafío. Mientras que un exceso puede inmovilizar capital y ahogar la innovación, una escasez puede comprometer la expe-

riencia del cliente. ¿Cómo encontrar ese equilibrio clave? Conversamos con tres líderes del sector para conocer qué están haciendo las compañías para anticiparse, adaptarse y enfrentar los altos y bajos de la cadena de suministro.

“El inventario es el activo más importante de la compañía”, sostiene Belén Gatica, Warehouse and Transportation Lead de Johnson & Johnson, quien abordó el tema de la gestión de inventarios durante su presentación en Logistec Show 2025. Hoy, gestionar inventarios -precisó- exi-

ge mucho más que saber cuántos productos hay en bodega; requiere una mirada integral que incorpore tecnologías como inteligencia artificial, machine learning, gestión omnicanal en la nube, sensores IoT, radiofrecuencia y módulos verticales automatizados.

“La tecnología busca automatización, mayor precisión y eficiencia, reducir el error humano y, por supuesto, bajar costos. Pero, además, permite gestionar la cadena de suministro completa”, subrayó.

Entre las soluciones que destaca se encuentran los sensores del Internet de las Cosas (IoT), que permiten monitorear inventarios en tiempo real mediante variables como el peso, la humedad o la temperatura. También menciona el uso de gabinetes inteligentes y los Vertical Lift Modules (VLM), ascensores automatizados que optimizan el espacio y aceleran el picking: “En cosa de segundos, tu producto baja. Mejora el nivel de servicio porque reducimos el on time delivery y los errores humanos”, apuntó en el contexto de su exposición en Logistec Show.

Asimismo, recaló que la gestión de inventarios requiere una mirada transversal, donde todas las áreas de la compañía deben estar alineadas. “Es muy frecuente ver, por ejemplo, que el área de planificación quiera tener mucho inventario para obtener descuentos; que el área de manufactura también quiera producir en volumen y que marketing y ventas quieran stock disponible para no perder ventas, mientras que Finanzas y Almacenamiento no quieran exceso, porque encarece y paraliza capital”. Frente a esta disyuntiva, considera fundamental supervisar y controlar el flujo de productos en la compañía, desde la compra hasta la venta, siempre teniendo en cuenta que “el exceso de inventario inmoviliza capital, puede generar obsolescencia y problemas de flujo de caja. Lograr el equilibrio es clave para una adecuada gestión”.

Jeannette Falconi, gerente de Supply Chain de Empresas Pizarreño, refuerza esta visión estratégica: “El inventario no



CARGA VITO

Una entrega segura en cada trayecto



COTIZA AQUÍ

* Imágenes referenciales

Existe una Van para cada negocio



KAUFMANN

*(3) Términos y condiciones en kaufmann.cl/oportunidades-vans

es solo un tema operativo, es una decisión estratégica. Un exceso puede significar la quiebra". A su juicio, el stock mal gestionado no solo cuesta dinero, sino que también "ahoga la innovación", al inmovilizar recursos que podrían destinarse a nuevos desarrollos. "Menos stock, más inteligencia", resume, aludiendo a que la eficiencia no se basa en la abundancia, sino en la precisión de la planificación.

Falconi -quien también participó como relatora en Logistec Show 2025- cuestiona la visión tradicional del inventario como mero activo financiero, recalcando su rol en aspectos centrales del éxito empresarial, como la agilidad, la resiliencia y la experiencia de cliente.



Belén Gatica
Warehouse and
Transportation Lead
en Johnson & Johnson

"Un inventario inmovilizado es un potencial camino hacia el fracaso económico de la empresa, porque puede ser la punta del iceberg: solo veo el stock inmovilizado, pero debajo hay muchos costos ocultos deteriorando a la compañía", advierte.

La ejecutiva también enfatiza cómo la falta de planificación y depuración puede generar una dependencia de proveedores poco confiables, malas prácticas internas y sobrecarga de productos sin salida. "Cuando no se hace una limpieza periódica del inventario, terminamos almacenando productos obsoletos o irrelevantes, que ocupan espacio, consumen recursos y no aportan valor", apunta, precisando que esta situación impide ver con claridad las verdaderas necesidades del negocio, dificulta la toma de decisiones ágiles y debilita la relación con proveedores que sí podrían responder mejor, si se tuviera datos más actualizados y confiables.

Para avanzar hacia una gestión eficiente de inventarios, Nicolás Arbildúa, Warehouse Manager en Kimberly-Clark, propone comenzar implementando un mo-

delo básico de cuatro pasos: "primero se mide, luego se controla, después se gestiona y por último se mejora".

Durante su exposición en Logistec Show 2025 ("Almacenaje inteligente") Arbildúa precisó que a partir de esta secuencia, su equipo en Kimberly-Clark logró reducir el espacio ocupado en el centro de distribución de 25.000 a 15.000 metros cuadrados, lo que redundó en un ahorro anual proyectado de 1.400 millones de pesos.

Adicional a este método de cuatro pasos -comenta- implementaron metodologías de gestión como el análisis ABC (clasificación de productos según su valor), el sistema 5S (Lean, centrado en orden y eficiencia) y herramientas como Power BI para visualizar dinámicamente el comportamiento del inventario.

Otra práctica que en Kimberly-Clark incorporaron con mucho éxito para la planificación del inventario y que Arbildúa recomienda es la metodología S&OP (Sales and Operations Planning) y su complemento operativo S&OE (Sales and Operations Execution). Este último permite hacer ajustes semanales y cambiar rápidamente el rumbo ante cambios en la demanda o retrasos de proveedores, asegurando una ejecución más alineada con la realidad.



Nicolás Arbildúa
Warehouse Manager
en Kimberly-Clark

Así, mientras el S&OP se enfoca en la planificación a mediano y largo plazo, el S&OE se centra en la ejecución de corto plazo, permitiendo corregir desviaciones y tomar decisiones informadas en tiempo real.

"Este sistema no solo nos ayuda a reaccionar a los cambios, sino también nos permite aprender de ellos y entender mejor qué falló o qué puedo ajustar, por ejemplo. Ahí es donde se toman decisiones

informadas", explica. Finalmente, y como parte de una gestión estratégica, recalca la importancia de tomar decisiones en base a datos concretos. "Muchas veces, en la industria se toman decisiones por inercia, sin revisar si responden a lo que efectivamente está ocurriendo.



Jeannette Falconi
Gerente de Supply Chain
en Empresas Pizarreño

Por ejemplo, se planifica en enero y se sigue ese mismo plan para todo el año, cuando la realidad del consumo cambia semana a semana". Otro ejemplo en esa línea es reducir personal para bajar costos, sin un análisis previo. "No necesariamente sacar personas te hace más eficiente. A veces terminas haciendo el trabajo dos veces o perdiendo conocimiento clave", concluyó.

Los tres expertos coinciden en que la gestión de inventarios también enfrenta desafíos culturales y organizacionales. Esto ocurre, por ejemplo, cuando las metas de distintas áreas entran en conflicto, dificultando una visión alineada. Para avanzar hacia una gestión más estratégica, es esencial que las empresas promuevan una mirada transversal, capaz de superar los intereses individuales (o de áreas) y centrarse en aquello que permitirá el éxito para la organización en su conjunto.

5 TÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIOS

En entornos inestables, el inventario muestra qué tan preparada está la cadena de suministro para adaptarse a los cambios. Por ello, una gestión estratégica no solo debe considerar la cantidad disponible, sino también su función dentro del flujo logístico, su localización en los puntos de mayor demanda y la forma en que se administra, sin perder la agilidad operativa. A continuación, cinco tácticas

a tener en cuenta para una gestión inteligente:

1 DIVERSIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y LOCALIZACIONES.

Depender de un único proveedor o ubicación de almacenamiento aumenta el riesgo de interrupciones. Diversificar la cadena de suministro y trabajar con múltiples proveedores y ubicaciones puede garantizar un suministro continuo y reducir la dependencia de una sola fuente.

2 IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS.

El uso de tecnologías como Big Data, automatización, robótica e inteligencia artificial permite a las empresas anticiparse a problemas y responder rápidamente a imprevistos. Estas herramientas mejoran la visibilidad y trazabilidad en la cadena de suministro.

3 ADOPCIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN ÁGILES Y RESILIENTES.

Metodologías que combinan eficiencia, flexibilidad, resistencia y sostenibilidad permiten a las empresas adaptarse rápidamente a cambios en la demanda y condiciones del mercado.

4 OPTIMIZACIÓN DE INVENTARIOS MEDIANTE ANÁLISIS ABC.

El análisis ABC clasifica los productos según su importancia y valor, permitiendo enfocar los recursos en los artículos más críticos y optimizar los niveles de inventario.

5 REVISIÓN Y AJUSTE DE MODELOS JUSTO A TIEMPO (JIT).

En un contexto de interrupciones constantes, se vuelve necesario revisar de manera constante la aplicación de modelos Justo a Tiempo, especialmente en sectores con alta variabilidad en la demanda o exposición a riesgos logísticos. Si bien este enfoque busca reducir inventarios y costos al producir o abastecer solo cuando es necesario, su implementación estricta puede aumentar la vulnerabilidad ante interrupciones. Cobra relevancia considerar inventarios de seguridad y estrategias híbridas que equilibren eficiencia con resiliencia.

TENDENCIAS DESTACADAS EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS, SEGÚN GARTNER (2025)

Gartner es una reconocida consultora internacional especializada en investigación y análisis estratégico. En gestión de inventarios, esta consultora sostiene que las principales tendencias para el 2025 son:

PLANIFICACIÓN CENTRADA EN LA TOMA DE DECISIONES.

Gartner recalca que los líderes de planificación de la cadena de suministro deben evolucionar hacia "modeladores de decisiones". Esto implica influir y guiar las decisiones críticas del negocio, especialmente en entornos de incertidumbre y disrupciones constantes.

INTEGRACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y APRENDIZAJE AUTOMÁTICO.

Aunque estas tecnologías ofrecen muchas ventajas (anticipar la demanda, optimizar los niveles de inventario y mejorar la precisión en la planificación) Gartner advierte que muchas organizaciones aún enfrentan desafíos para implementarlas de manera efectiva y obtener un retorno de inversión significativo.

DESARROLLO DE CADENAS DE SUMINISTRO ANTIFRÁGILES.

Gartner introduce el concepto de "cadenas de suministro antifrágiles", que no solo resisten las disrupciones, sino que se fortalecen con ellas. Esto requiere una reevaluación de los procesos de toma de decisiones, el diseño de la red y la adopción de tecnologías que permitan una respuesta ágil y adaptativa ante cambios e incertidumbres.

ÉNFASIS EN LA CULTURA DE PLANIFICACIÓN Y EL TALENTO.

Gartner subraya la necesidad de fomentar una cultura organizacional que valore la planificación y la gestión de inventarios. Incluye invertir en el desarrollo de talento, promover la colaboración entre equipos y alinear la planificación con los objetivos estratégicos de la empresa. ■

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

En los últimos cinco años, las operaciones logísticas han experimentado cambios dramáticos, los que han sido impulsados – principalmente - por las expectativas más altas de los clientes y consumidores finales, más exigentes e informados, la fuerte incorporación de la transformación digital a nivel operativo (digitalización y automatización) y una transmutación de su objetivo cardinal:

La eficiencia, dado que las cadenas de abastecimiento han dejado de enfocarse únicamente en el costo y la eficacia, para priorizar ahora la resiliencia, la capacidad de adaptación rápida, y la sostenibilidad, como respuesta a crisis globales, disrupciones logísticas y presiones externas.

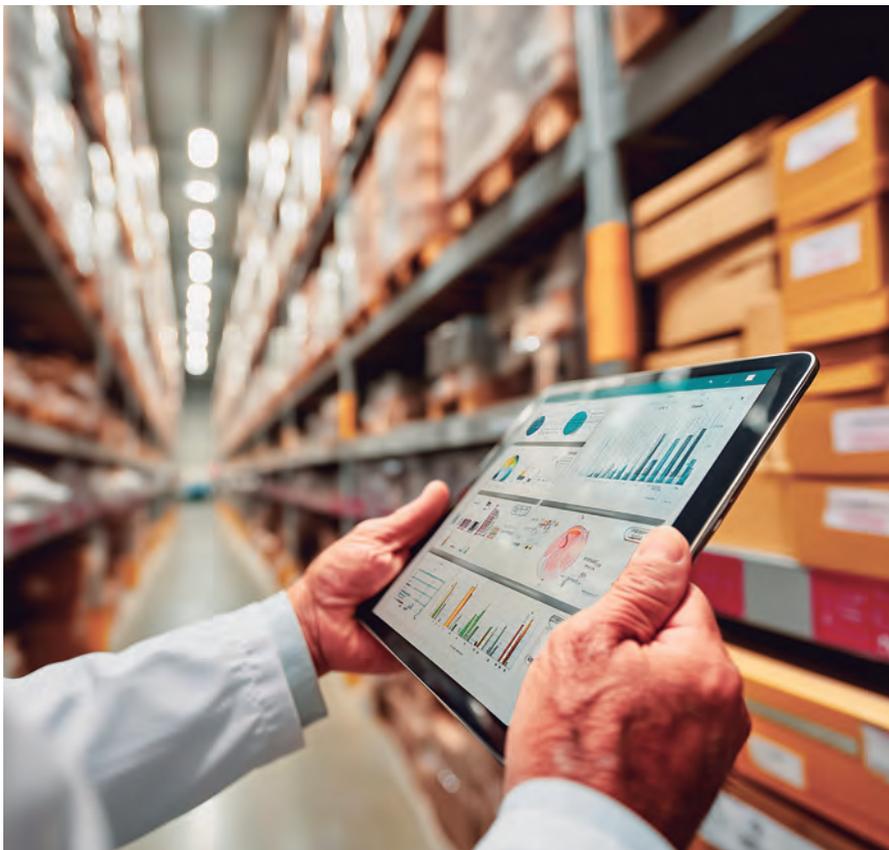
Por cierto, los factores mencionados no son los únicos que se instalan como impulsores de cambio en la actividad logística y la cadena de suministro como las conocíamos. De hecho, algunos de estos factores se instalan como disruptores porque durante el periodo indicado su implementación fue inusitadamente acelerada.

Este es el caso de la denominada transformación digital, fenómeno que se venía asentando robustamente en periodos pre-pandémicos, y que tras la alerta sanitaria mundial se disparó a niveles nunca vistos.

Para algunos expertos, la digitalización y automatización acelerada de los procesos ha revolucionado la logística interna y externa; destacando en este plano, integraciones tecnológicas tales como: Sistemas WMS con radiofrecuencia (RF); el uso de inteligencia artificial y analítica para estimar demanda y optimizar rutas; la implementación masiva de la robótica en centros de distribución o la trazabilidad en tiempo real mediante GPS e integración de plataformas con niveles de precisión de alto estándar.

Si hablamos del consumidor, en tanto protagonista indiscutido de la logística actual, tenemos que al establecer como axioma máximo que: “la experiencia del cliente es lo central”, los líderes y actores del ámbito

GERENTE SUPPLY CHAIN. ROL ESTRATÉGICO Y PRÁCTICAS INELUDIBLES EN EL ESQUEMA LOGÍSTICO ACTUAL



De operador táctico a líder transformador: el gerente de supply chain enfrenta hoy un escenario donde la eficiencia ya no basta. La digitalización, la presión por la sostenibilidad, los cambios en el consumidor y la gestión del talento lo obligan a integrar visión estratégica, tecnología, liderazgo colaborativo y capacidad de adaptación para garantizar cadenas de suministro resilientes, ágiles y centradas en el cliente. ¿Sabes cómo debe ser el líder logístico actual? averíguelo a continuación.

logístico han debido reformular su propuesta operativa, teniendo a la omnicanalidad como nueva norma, situación que exige una alta coordinación entre inventario, distribución y atención al cliente, para lograr una experiencia fluida y eficiente.

Hace 20 años atrás, durante los albores del comercio electrónico en Chile, hablábamos de un consumidor cada vez más informado, hace una década, ya se instalaba un perfil de consumidor informado y exigente. Hoy, en tanto, el consumidor

posee un perfil racional y estratégico, ya que planifica sus compras, compara precios, busca reseñas y espera fechas clave como el Cyber Monday o Black Friday para efectuar sus compras, sin actuaciones compulsivas. El cliente final actual exige valor por su dinero, sobre todo en contextos de inflación o incertidumbre económica como el que atravesamos. Igualmente, hablamos de un comprador altamente conectado y multicanal, que utiliza a múltiples dispositivos (smartphone, PC, tablet) y canales (apps, sitios web, RRSS) antes de tomar una decisión.

Al mismo tiempo, la impaciencia se instala como otro rasgo a considerar cuando analizamos al consumidor actual, dado que exige respuestas rápidas, tiempos de entrega cortos y seguimiento en tiempo real; requerimientos que de no ser satisfechos lo llevan a cambiar de proveedor sin pensarlo dos veces. Finalmente, otro de los rasgos que define el perfil del consumidor final actual es su conciencia medioam-

biental y responsabilidad social, dado que al momento de decidir su compra evalúa aspectos como la sostenibilidad, el origen del producto, el empaquetado ecológico o el impacto social de la marca; un factor que no se debe perder de vista.



Tomás Cox
Gerente General
en EIT Logística

Considerando los evidentes cambios que la actividad logística ha experimentado y las exigencias a las que debe hacer frente, los líderes del sector también han experimentado cambios y debido desarrollar capacidades imprescindibles para afrontar los retos. A fin de analizar este fenómeno, Revista Logistec convocó a Cristián Castro, Gerente Retail & Ecommerce de Artel, Ricardo Luna, Gerente de Operaciones de MK, Ricardo Jungk, Gerente Supply Chain

de Kúpfer Hnos, y Tomás Cox, Gerente General de EIT Logística, cuatro destacados ejecutivos del medio logístico nacional, a fin de conocer cuáles son estas cualidades y a qué retos responden en el orden inmediato.

UN ROL ESTRATÉGICO...

En un entorno logístico cada vez más dinámico, globalizado y tecnológicamente avanzado, el rol del gerente de supply chain ha dejado de ser una función meramente operativa para transformarse en un eje estratégico dentro de las organizaciones. Así, hoy se espera que estos líderes sean capaces de integrar visión de negocio, habilidades técnicas y competencias humanas para garantizar no solo la eficiencia de la cadena de suministro, sino también su resiliencia y capacidad de adaptación frente a escenarios complejos e impredecibles.

  
mindugar.cl

 **mindugar**

CON MÁS DE **55 AÑOS** DE EXPERIENCIA
LIDERAMOS SOLUCIONES DE

**ALMACENAJE,
AUTOMATIZACIÓN
Y ROBÓTICA**

SOLICITA TU COTIZACIÓN AHORA



PARA MÁS INFORMACIÓN
ESCANEA

En concordancia con lo anterior, Ricardo Jungk expuso que “el rol de supply chain paso de ser táctico a uno estratégico, cuya importancia varía según la industria, pero me atrevo a decir que en la mayoría de las empresas se han dado cuenta de la relevancia del rol. Por ello, el gerente de supply chain no puede solo limitarse a las operaciones y abastecimiento, tiene que entender a cabalidad el negocio y ser capaz de agregar valor concreto al mismo, complementando su estrategia comercial”.



Ricardo Jungk
Gerente Supply Chain
en Kúpfer Hnos.

Igual reflexión expresó al respecto, Ricardo Luna, indicando que este líder “debe combinar habilidades técnicas, estratégicas y humanas y estar muy orientado a la estrategia digital. Al mismo tiempo, debe ser resiliente, orientado al cliente y comprometido con la sostenibilidad, al tiempo que debe ser capaz de tomar decisiones rápidas y basadas en datos en un entorno cambiante y complejo”.

De lo expuesto por los ejecutivos, se infiere que el nuevo gerente logístico o supply chain debe pensar como un estratega, actuar como un integrador y liderar como un transformador. En esta línea, Cristián Castro indagó aún más en este rol, manifestando que entre las muchas habilidades valiosas que debe tener este ejecutivo, hay tres competencias fundamentales que destacan por su impacto directo en el éxito de la gestión de la cadena y el negocio: Visión estratégica y pensamiento sistémico, el dominio de tecnologías y analítica y capacidad de liderazgo y gestión colaborativa.

“En torno a la primera competencia indicada (visión estratégica y pensamiento analítico), este ejecutivo debe tener la capacidad para comprender la cadena de suministro como un sistema integral, que va desde los proveedores hasta el cliente

final; poseer la habilidad para alinear las decisiones logísticas y operativas con los objetivos estratégicos del negocio y tener la visión para anticipar riesgos, identificar oportunidades de mejora e innovar en procesos, modelos y alianzas. En cuanto al dominio de tecnologías y analítica, este profesional debe conocer y tener experiencia en el uso efectivo de herramientas como ERP, TMS, WMS, analítica avanzada, IoT, inteligencia artificial y automatización, al tiempo que debe tener la capacidad para analizar datos y tomar decisiones basadas en evidencia. Además, debe comprender cómo la tecnología puede mejorar la eficiencia, la trazabilidad y la experiencia del cliente”.

En torno a la tercera competencia identificada: Capacidad de liderazgo y gestión colaborativa, Castro sostuvo que este profesional debe tener la habilidad para liderar equipos multidisciplinarios y promover una cultura de mejora continua. “Este ejecutivo debe tener la capacidad de trabajar en colaboración con proveedores, socios logísticos, otras áreas del negocio y clientes. Por tanto, entre las competencias esenciales a su haber se encuentran: la comunicación efectiva, gestión del cambio y enfoque en el desarrollo de talento en entornos diversos y a menudo remotos o distribuidos”.



Cristian Castro
Gerente Retail &
e-Commerce en Artel

En resumen, este profesional debe entender profundamente las expectativas del cliente final, anticiparse a los riesgos y alinear cada decisión logística con los objetivos comerciales, financieros y sostenibles de la empresa. Así, lo expuso Tomás Cox, gerente general de EIT y actual Presidente del Supply Chain Council Chile, puntualizando que, en definitiva, se trata de un perfil integral, preparado para liderar el flujo completo de la mercadería; lo que termina por darle un rol protagónico en la propuesta de valor de la compañía.

“Para cumplir con estas expectativas, este profesional debe poseer capacidad de negociación, tanto para el entorno externo, con proveedores y otros stakeholders, como en el interno, logrando hacer que las otras gerencias de la compañía se alineen y trabajen coordinadamente. Además, debe poseer una alta capacidad analítica de los indicadores estratégicos y operativos del negocio, que le permita tomar decisiones oportunas y bien informadas, de manera de aprovechar las oportunidades o evitar los riesgos del entorno actual. Finalmente, un gerente de Supply Chain debe ser capaz de ver el negocio integralmente, entendiendo y participando desde la propuesta de valor desde un punto de vista comercial hasta ver y gestionar los impactos financieros que la gestión logística y de inventarios conllevan”, expuso Cox.

PRACTICAS ESENCIALES PARA LA LOGÍSTICA ACTUAL

Siempre en torno al perfil actual del gerente logístico / Supply Chain, los entrevistados identificaron las siguientes prácticas esenciales que todo líder del ámbito debe realizar de cara a la operación y al cliente final.

De acuerdo con lo expuesto por Ricardo Jungk, una práctica clave de este rol es “generar capacidades de control que permitan tener visibilidad de la cadena completa, a fin de activar acciones a tiempo sobre cualquier evento que este condicionando el cumplimiento de la propuesta de valor construida. Hoy hay muchas herramientas y servicios que facilitan este control y visibilidad y todas van de la mano de la digitalización de los procesos”.

En concordancia con Jungk, Cristián Castro indicó que, en el entorno actual, “las mejores prácticas de un gerente de operaciones logísticas se centran en: usar datos para mejorar, construir procesos adaptables y liderar personas con foco colaborativo. ■



INTERBORDERS

LOGISTICA | COMERCIO EXTERIOR | ADUANA

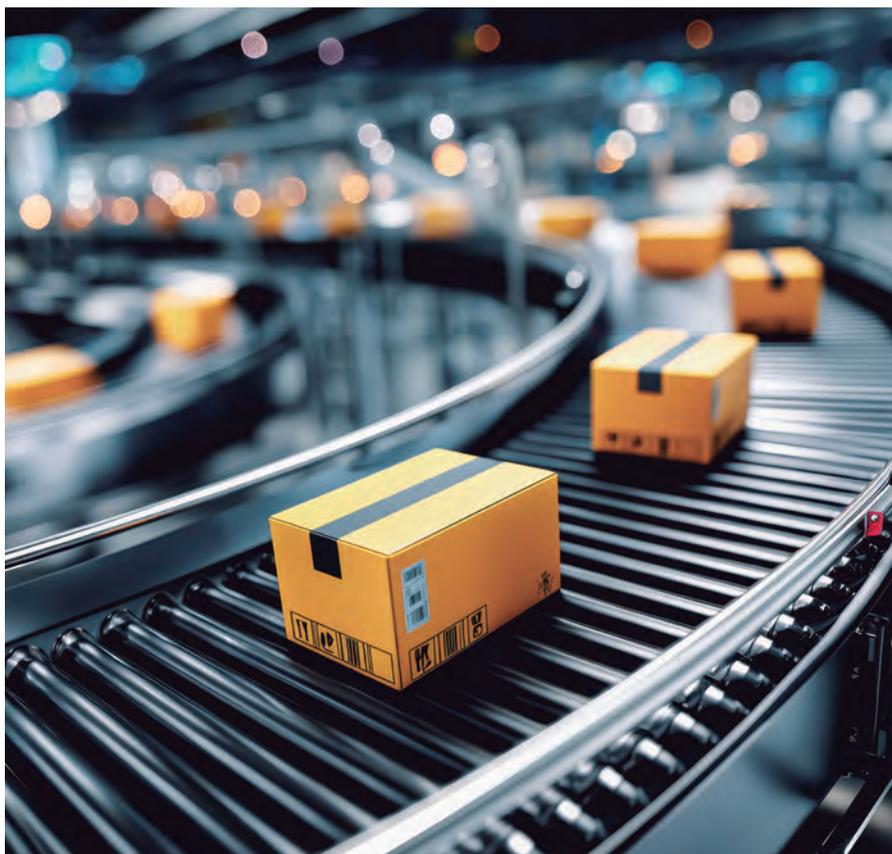
¡Llegamos a Santiago!

**Desde Chile hacia el
mundo. Soluciones
logísticas sin fronteras.**

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



LA LOGÍSTICA SE PONE A PRUEBA: FECHAS DE ALTA DEMANDA QUE TENSIONAN LA OPERACIÓN



26

En fechas clave como Navidad, el regreso a clases, el Día de la Madre o Fiestas Patrias, la logística se convierte en un factor crítico para el éxito comercial. La demanda se dispara, los tiempos se acortan y la presión sobre la operación crece exponencialmente. En este escenario, ¿Qué necesitan las empresas para superar con éxito estos periodos críticos y transformar el peak en una ventaja competitiva?

En logística hay momentos en que la operación se convierte en una carrera contra el tiempo. Son los llamados peaks estacionales, fechas marcadas en el calendario comercial -como el regreso a clases, Navidad, el Día de la Madre, Fiestas Patrias o el Día del Niño- que provocan un aumento explosivo de la demanda en periodos acotados. Estos eventos no solo

involucran categorías específicas y ventanas de tiempo reducidas, sino también una fuerte carga emocional por parte del cliente: hay fechas que lo cambian todo.

Las empresas que venden productos de alta rotación enfrentan una presión logística excepcional. La demanda se dispara en cuestión de días y no hay margen para el error. Lo que normalmente se despacha

en semanas, debe movilizarse en horas. En ese contexto, sólo una operación bien planificada puede sostener la promesa al cliente.

¿Qué se pone en juego en estos eventos? Mucho más que un incremento temporal de ventas. Las empresas deben demostrar su verdadera capacidad operativa: entregar a tiempo, sin errores, sin quiebres de stock y con una experiencia de compra impecable. Cumplir con esos estándares no solo determina los ingresos de la campaña, sino que impacta directamente en la reputación de la marca y la fidelización de sus clientes.

Un pedido atrasado o una rotura de stock puede significar no solo la pérdida de una venta, sino la de un cliente completo. Por eso, en temporadas altas, las áreas logísticas y de supply chain dejan de ser un área de soporte para convertirse en el corazón del negocio. Las empresas que lo entienden y se preparan adecuadamente logran una ventaja competitiva que trasciende la temporada.

EL DESAFÍO DE PLANIFICAR LO IMPREVISIBLE

Aunque las fechas claves se repiten año a año, cada peak tiene sus propias dinámicas. Cambian los productos estrella, evolucionan las expectativas del consumidor y, por supuesto, las condiciones externas como feriados, inflación, quiebres de stock, clima. En ese entorno, anticiparse se vuelve vital.

Siguiendo esta lógica, de acuerdo con lo expuesto por Rodrigo Ramírez, gerente Supply Chain Arcoprime, filial de las marcas Punto y Pronto Copec, hay ciertos factores críticos que se deben considerar para hacer frente a estos peaks de ventas estacionales para responder a los clientes y consumidores finales. “el primero, es la capacidad de anticipación, que permite proyectar con exactitud la demanda. En muchos casos, se trabaja con una anticipación de 3 a 4 meses, especialmente cuan-

do se requiere forecast colaborativo con proveedores. En segundo lugar, la agilidad logística, ya que el tamaño de las bodegas muchas veces no permite acumular grandes volúmenes, por lo que se requiere una reposición de alta frecuencia y baja latencia y, el tercer punto, la coordinación con proveedores, ya que durante estos periodos tienden a priorizar a grandes clientes, pudiendo afectar la frecuencia o el cumplimiento de entregas para otros canales, generando quiebres de stock”.



Roberto Becerra
Gerente de Logística
en Head Chile

Ya en un plano empírico, Roberto Becerra, Gerente de Logística de Head, empresa que vive unos de sus mayores peaks al inicio del año escolar explicó que “para nosotros, por ejemplo, el regreso a clases

comienza en noviembre del año anterior. Hay que prever qué productos se van a demandar, qué formatos ofrecer y cómo organizar los turnos para cubrir todo en febrero. La temporada escolar es un tsunami en términos de movimiento”.

“Un error en el pronóstico puede desarmar todo el plan”, agrega el ejecutivo. En este tipo de campañas, el inventario se convierte en el eje de la estrategia. Se debe definir cuánto comprar, dónde almacenarlo y cómo moverlo al ritmo adecuado. “En nuestra empresa, donde el 100% de la mercadería es importada, planificamos a largo plazo con compras anticipadas. Nuestro principal foco es hacer una buena proyección de ventas y forecast de compras”, afirma Becerra.

Otro de los momentos más relevantes del año es la campaña de Navidad y Fiestas Patrias. En Dimerc, las tradicionales cajas de alimentos -ya un símbolo cultural chileno de gratitud y celebración- requieren

una planificación minuciosa. “Después de proyectar la demanda, definimos lo necesario para la operación: empresas outsourcing, asignación de m² en bodegas, insumos, capacidad de línea de producción, según fechas de entrega en Santiago y regiones”, señala Ignacio Calvo, gerente de Logística de Dimerc.

Para Becerra, uno de los puntos críticos es la correcta visibilidad del inventario. “Los stocks deben estar finamente reflejados en los sistemas”, especialmente en el canal e-Commerce, donde no hay espacio para errores. Ignacio coincide: “Es un periodo que se suma a la operación regular y que exige foco y compromiso total del equipo”.

TECNOLOGÍAS Y EQUIPOS

La tecnología es un habilitador clave en lo referido a los denominados peaks esta-



Máxima Seguridad en Control de Accesos

Tecnología y Flexibilidad en un sólo sistema

- Múltiples validaciones de seguridad
- Sistema industrial, encriptación y protección de datos
- Integraciones y adaptación a su negocio
- +250 sitios instalados
- Soporte de post-venta Scharfstein



ventas@scharfstein.cl

+56 2 2550 0000

www.scharfstein.cl



cionales de venta, explica, Rodrigo Ramírez, argumentando que “herramientas de reposición automática, forecast colaborativo y visibilidad en tiempo real de stock permiten tomar decisiones informadas y reaccionar rápidamente ante desvíos. En especial, el uso de modelos predictivos y plataformas colaborativas con proveedores marcan la diferencia en periodos donde cada hora cuenta”.



Ignacio Calvo
Gerente Logística
en Dimerc S.A.

De esta forma, “la tecnología permite centralizar stock estratégico, simular escenarios y ajustar la planificación sobre la marcha con menor riesgo”, puntualizó el ejecutivo de Arcoprime. Por su parte, tanto Becerra como Calvo coinciden en el valor de estas herramientas. “Hemos incorporado nuevas tecnologías en plataformas, automatización y capacitación del personal. En 2021 sumamos putt o light, put to wall y mejoras al WMS para optimizar nuestra intralogística”.

En Dimerc, en tanto, apostaron por una línea de producción semi automatizada, con tecnología de apoyo que aumentó su capacidad en un 40%. “Las tecnologías son claves, especialmente aquellas que incrementan la productividad y reducen errores”, sostiene Calvo. Pero junto a la tecnología, los equipos humanos son fundamentales. Tener colaboradores comprometidos, experimentados y bien capacitados puede marcar la diferencia. Ambos ejecutivos destacan el compromiso y permanencia de sus equipos como uno de los activos más valiosos para sortear estas temporadas con éxito.

LOS DESAFÍOS TÍPICOS DE LOS PEAK

Cuando el volumen se dispara y el margen de error se reduce a cero: Los períodos

de alta demanda tensionan todos los eslabones de la cadena logística. Aumenta el volumen, se reducen los tiempos y se multiplica la presión sobre los recursos humanos y tecnológicos. Identificar con claridad los desafíos más comunes es el primer paso para poder enfrentarlos.

Incremento de órdenes y despachos:

El número de pedidos puede duplicarse o triplicarse en cuestión de días. Esto exige una capacidad de procesamiento mucho mayor, tanto en el CD como en la última milla, y obliga a redefinir ritmos, horarios y prioridades.

Gestión de inventarios y reposición:

Tener stock no es suficiente: hay que tener el stock correcto, en el lugar y momento adecuados. El quiebre de inventario en estos días es especialmente crítico, porque no hay tiempo para reabastecer y se pierden ventas valiosas.

Refuerzo de personal:

Muchas empresas recurren a contrataciones temporales, turnos extendidos o redistribución interna de equipos. El desafío es capacitar rápidamente a los refuerzos y mantener la calidad operativa sin desbordes ni errores.

Capacidad de transporte:

El cuello de botella muchas veces no está dentro del CD, sino en la calle. La capacidad de transporte —propia o tercerizada— debe adaptarse al peak, con rutas optimizadas, seguimiento en tiempo real y coordinación precisa con los operadores.

Velocidad de respuesta y visibilidad del stock:

El cliente espera respuestas inmediatas: quiere saber si el producto está disponible, cuándo llegará y poder seguir su pedido. La visibilidad operativa se convierte en una ventaja competitiva, tanto hacia adentro (para tomar decisiones) como hacia el cliente final.

El error más común es prepararse tarde. Muchas empresas comienzan a planificar un mes antes, cuando ya deberían estar ejecutando. También se suele subestimar la importancia de la comunicación interna entre las áreas comercial, operaciones,

logística y servicio al cliente. “La máquina nunca para”, asegura Becerra. Terminada una campaña, las empresas ya están pensando en la siguiente. La temporada baja se utiliza para mejorar procesos, probar nuevas soluciones, cotizar servicios, analizar errores y capacitar al personal. Todo con el objetivo de estar mejor preparados para la próxima vez.

Ramírez advierte que “una mala decisión logística se multiplica en impacto. En ese contexto, evitar sobrestock en puntos de venta es tan importante como evitar quiebres. Tener un centro de distribución ágil, visibilidad clara y flujos bien definidos puede marcar la diferencia entre una operación eficiente y una saturada”. En temporada alta, la logística no solo mueve productos: sostiene promesas. Un regalo que no llega, un pedido incompleto o una entrega tardía en una fecha simbólica tiene un impacto emocional profundo en el consumidor.



Rodrigo Ramírez
Gerente Supply Chain
en Arcoprime

Gestionar con éxito una temporada alta no debería ser un esfuerzo aislado, sino parte de una estrategia continua de fortalecimiento logístico. Los peaks no son anomalías: son parte del ciclo natural del negocio y, como tales, deben estar integrados en la planificación estructural de la empresa.

Las compañías que logran responder con eficacia a estos desafíos suelen tener algo en común: han invertido en capacidades duraderas, no solo en respuestas puntuales. Han desarrollado modelos de operación flexibles, equipos resilientes, sistemas colaborativos y alianzas estratégicas con proveedores y transportistas. Entienden que la logística no solo entrega productos: entrega confianza, reputación y continuidad operativa. ■



Impulsando la logística en Logistec Chile

Nuestra participación en Logistec Chile 2025 fue un verdadero éxito. Presentamos nuestras soluciones en **robótica, automatización** y movilidad industrial, con gran interés por parte de empresas líderes del sector.



El stand de TRG Boreal recibió numerosas visitas y generó nuevas oportunidades comerciales en toda la región, consolidando nuestro posicionamiento.

Agradecemos a todos los que se acercaron y compartieron este momento con nosotros.

¡Seguimos avanzando en la transformación logística de Latinoamérica!

MEDCELL: EFICIENCIA LOGÍSTICA DESDE UN NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Con la apertura de un moderno Centro de Distribución, Medcell da un paso estratégico en la consolidación y modernización de su operación logística. La nueva instalación fue diseñada para responder con eficiencia, trazabilidad y proyección a los desafíos actuales y futuros del negocio. En este reportaje, conoceremos las claves de esta transformación, sus implicancias operativas, tecnológicas y humanas, y cómo este nuevo CD se convierte en una pieza central en el crecimiento de la compañía.

Después de años de operar desde diferentes bodegas y enfrentando los retos propios de una logística fragmentada, Farmacéutica Medcell decidió emprender un proceso de transformación profundo de su modelo logístico. El objetivo no era menor: centralizar toda su operación en una sola instalación, más eficiente, moderna, preparada para las exigencias regulatorias de la industria, y con capacidad suficiente para acompañar el crecimiento proyectado de la compañía a cinco años.

Así nació el proyecto del nuevo Centro de Distribución en el sector de Noviciado, en la comuna de Pudahuel, una zona estratégica desde el punto de vista logístico por su conectividad y cercanía con los principales ejes de distribución.

Con 7.000 m² construidos y capacidad para más de 10.000 posiciones de pallet, un 25% más que la operación anterior, esta nueva instalación no solo representa un cambio físico, sino también una nueva forma de entender la logística para Medcell, empresa del grupo Salcobrand especializada en insumos médicos, suplementos alimenticios y productos cosméticos. “La eficiencia y la rentabilidad fueron las principales motiva-

ciones detrás de este proyecto”, explica Patricio Vidal, gerente de Operaciones de la compañía. “Necesitábamos una operación centralizada que nos permitiera responder mejor a la demanda, optimizar los costos de arriendo, transporte y almacenamiento, y contar con una infraestructura a la altura de nuestros estándares de calidad y normativas del rubro”, sostiene.

Pero más allá de los números, el nuevo CD simboliza también una evolución organizacional: la integración de equipos que antes trabajaban de forma separada, una mayor trazabilidad de los procesos, mejor visibilidad sobre los inventarios, y la capacidad de responder de forma más ágil y colaborativa a los requerimientos del negocio. Todo esto enmarcado en un entorno físico de primer nivel, donde se combina tecnología, seguridad, regulaciones sanitarias y comodidad para los trabajadores.

UN PROYECTO DE CONSOLIDACIÓN

Durante años, Medcell operó en dos centros paralelos: una bodega principal en Co-

lina de 5.000 m² y otra instalación complementaria en Pudahuel. Esta configuración, aunque funcional, presentaba múltiples desafíos: duplicidad de procesos, mayores costos operativos, tiempos de respuesta más lentos y la necesidad de arrendar bodegas externas durante campañas de alta demanda.

“El principal objetivo fue consolidar nuestra operación en un solo lugar. Eso nos permitiría mejorar la eficiencia, reducir costos y tener una infraestructura que estuviera a la altura de nuestros planes de crecimiento”, comenta Vidal.

El nuevo CD fue concebido con una visión estratégica de al menos cinco años. Se buscó una ubicación con buena conectividad, en una zona industrial consolidada y con estándares de infraestructura de clase mundial. El lugar elegido fue el Centro de Bodegaje Pudahuel (CBP), donde la empresa ya operaba una bodega satélite y encontró la oportunidad de expandir su operación.

“Tenemos hoy una buena instalación y todo el equipo así lo entiende. Inauguramos los primeros días de abril y desde el primer momento evidenciamos las mejoras que



Patricio Vidal
Gerente de Operaciones
en Medcell



tenemos, en especial, en el transporte y despacho de nuestros productos, el costo de arriendo de los m² que utilizamos, entre otros”, comenta el ejecutivo.

Las cualidades comerciales de Medcell hacen de su operación logística un factor clave. “Nuestro principal canal de ventas son las empresas del Grupo, comercializando las líneas de negocio a través de Salco-brand y Preunic. “La estrategia de Medcell es atraer a nuestro consumidor a las tiendas, donde puedan encontrar el ecosistema de salud y belleza con marcas masivas y exclusivas”, enfatiza Vidal.

MÁS CAPACIDAD EN MENOS ESPACIO

Uno de los grandes logros del nuevo CD es la optimización del uso del espacio. Aunque la superficie arrendada es menor que la anterior (7.000 m² en comparación con 8.000 m² entre las dos bodegas previas), la capacidad de almacenamiento aumentó significativamente: de 8.000 a 10.000 posiciones de pallet, gracias a un diseño que permite operar con hasta siete niveles

de racks. “Nos propusimos hacer un uso inteligente del volumen, y hoy estamos almacenando más con menos superficie. Ese es un indicador claro de eficiencia”, detalla Patricio.

Este incremento de capacidad ha permitido eliminar por completo la necesidad de bodegas externas en temporada alta, como Navidad o promociones especiales, donde la rotación de productos y la necesidad de espacio aumentan considerablemente. La operación ahora se maneja con mayor planificación, control y eficiencia.

Estandarización, seguridad y cumplimiento normativo son pilares de este proyecto logístico. Aunque Medcell no comercializa medicamentos y, por lo tanto, no requiere resolución de droguería, sí cumple con exigentes normativas para el manejo de alimentos, cosméticos y dispositivos médicos, como test rápidos, gasas y equipos de presión. Todo esto, bajo las regulaciones del Instituto de Salud Pública (ISP).

“Esta ha sido una decisión estratégica del grupo: no tener productos farmacéuticos, pero sí operar bajo normas estrictas en nuestras otras líneas. Para nosotros, el cumplimiento normativo es parte esencial de

la cadena logística”, afirma el gerente de Operaciones.

El nuevo centro fue diseñado con altos estándares de seguridad, incluyendo sistemas de detección y control de incendios, layout limpio y controlado, y zonas de almacenamiento diferenciadas según categoría de producto. Además, el proceso de traslado se planificó cuidadosamente en etapas, a medida que se obtenían las resoluciones necesarias.

“Mover la operación sin interrumpir el servicio fue todo un desafío. Lo hicimos en etapas, comenzando por los productos con mayor inventario. Hubo una participación activa de muchas áreas”, recuerda Vidal.

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA OPERACIÓN

En el ámbito tecnológico, Medcell opera con Oracle como su sistema WMS, utilizando radiofrecuencia para la gestión de picking, trazabilidad y control de inventarios. Este sistema es clave para una operación que maneja un total de 2000 SKU.

Además, se realizó una renovación completa del equipamiento logístico: se amplió el sistema de racks, reutilizando estructuras en buen estado y agregando nuevas instalaciones en colaboración con la empresa SLI. Además, se renovó el contrato con el proveedor de grúas (Jungheinrich) para contar con equipos capaces de operar con mayor altura.

“No se trató solo de cambiarse de bodega, sino de repensar toda la operación. Hicimos eficiencia con lo que teníamos y sumamos tecnología donde era necesario para potenciar la operación”, señala el ejecutivo.

Este nuevo lugar da la posibilidad de almacenar más por m² al ganar altura, pasando a estructuras de rack de 7 niveles (uno más que la instalación anterior). Este número les permitió pasar de arrendar 8 mil m² a tener sólo 7 mil m² y en ellos almacenar 10 mil posiciones.

“Hoy somos mucho más eficientes en términos de almacenamiento, ocupando el volumen del CD. Buscábamos eficiencia y rentabilidad y desde este lugar lo estamos consiguiendo”, enfatiza Patricio.

UN EQUIPO ADAPTADO AL CAMBIO

El nuevo CD de Medcell funciona con un equipo mixto compuesto por colaboradores internos y personal externo. Actualmente, 100 personas trabajan en el centro, distribuidos en áreas de operaciones, calidad, acondicionamiento de productos y gestión.

“Tenemos un equipo muy valioso, con mucha experiencia, que ha sabido adaptarse al cambio. Son parte fundamental del éxito de esta transformación”, destaca Patricio Vidal. “Hemos trabajado para que se sientan parte del proceso y del futuro de la empresa”, añade.

Uno de los aspectos más valorados del nuevo centro es la cercanía física entre los distintos equipos, lo que ha mejorado la

comunicación, la toma de decisiones y el clima laboral. “Hoy estamos todos juntos en un mismo lugar, lo que permite resolver problemas más rápido, generar sinergias y apoyar al equipo. Eso se nota en los resultados”, agrega, refiriéndose a las áreas de calidad y operaciones.

El CD opera con una programación de despachos de lunes a viernes, e incluso los sábados cuando es necesario, gracias a una planificación mensual ajustada a la de-

UNA NUEVA CASA PARA CRECER

La inauguración del nuevo CD no solo representa un hito logístico para Medcell, sino también un símbolo de su proyección como empresa. La infraestructura, el diseño, los equipos y la cultura organizacional que se está construyendo en esta “nueva casa” apuntan a un futuro sostenible y escalable. El ejecutivo reconoce que la mirada del



manda. El hecho de tener toda la operación centralizada permite consolidar cargas, optimizar rutas y mejorar la experiencia de los clientes.

“Al consolidar los equipos y los procesos, logramos mayor exactitud en el trabajo. Eso se traduce en despachos más organizados, mayor trazabilidad y menores errores”, explica Vidal.

La cercanía con los centros de distribución de los clientes del grupo también representa una ventaja en tiempos de entrega y costos logísticos, reforzando el compromiso de Medcell con un servicio eficiente y confiable.

equipo está en “concretar las eficiencias que estábamos buscando en transporte, en arriendo y también en términos operacionales. Hoy somos más fuerte como equipo y eso nos permite hacer el trabajo mucho mejor y con exactitud.

“Estamos viviendo todos en una casa mucho mejor, más moderna y con instalaciones para todos. Es un orgullo ver cómo este proyecto, que comenzó como una necesidad operacional, se transformó en una oportunidad de crecimiento y desarrollo para toda la compañía”, concluye Patricio Vidal. ■

BODENOR FLEXCENTER

De clase Mundial

30 Años

SOMOS BODENOR FLEXCENTER, UNA EMPRESA DE CLASE MUNDIAL

Contamos con una planta solar fotovoltaica de 400 kWp, en 40.000m² de techos, que nos permite generar más de 600.000 kWh al año de energía limpia y renovable.



GRACIAS A ESTA GENERACIÓN, CONTRIBUIMOS ACTIVAMENTE A LA SOSTENIBILIDAD DEL PLANETA.



Diseño y construcción Leed



Paneles solares



Áreas verdes sustentables



100% energía limpia



Puntos de reciclaje

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

☎ + 56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL



CENTROS COMERCIALES, LOS NUEVOS HUBS PARA EL E-COMMERCE

Hasta hace pocos años, pensar que un centro comercial pudiera operar como una bodega urbana o un centro de despacho express era muy poco probable. Hoy, en cambio, es parte de una estrategia que gana terreno en el retail: integrar espacios físicos a la operación del e-commerce para ganar velocidad, reducir costos y mejorar la experiencia de compra. ¿Como opera este formato por dentro?

Concebidos tradicionalmente como espacios de vitrineo y entretenimiento, los centros comerciales o malls han adquirido un nuevo protagonismo como centros de distribución urbanos. Su cercanía con zonas residenciales, su infraestructura y su disponibilidad de espacios los posicionan como aliados naturales para la logística de última milla. Y el auge del comercio electrónico y las entregas express no hicieron más que acentuar este nuevo rol.

Ya son varios los centros comerciales del país y de la región que están trabajando con este modelo, implementando servicios como lockers inteligentes para el retiro autónomo de productos, zonas de retiro común y entregas directo al vehículo, entre otras. Esta diversidad de formatos permite responder a distintos perfiles de consumidores y a las nuevas necesidades de las marcas.

UNA EVOLUCIÓN NATURAL

Haciendo un repaso por la evolución del comercio electrónico durante los últimos años, Sebastián Schwerter, Director Omnicanal de Mallplaza, recuerda que “a medida

que el e-commerce adquiría mayor relevancia en el total de las ventas y la omnicanalidad se convertía en un pilar estratégico para las marcas, nos pareció de toda lógica ofrecer nuestros activos a los retailers que están ubicados en nuestros centros comerciales”.

Durante su presentación en Logistec Show 2025, Schwerter explicó que la ubicación estratégica de estos centros comerciales, en espacios urbanos y cerca de los clientes, además del gran flujo comercial que se genera en estos espacios, motivó a la compañía a poner a disposición de sus “tenant” (marcas que arriendan espacios dentro del mall) espacios habilitados como puntos de retiro para sus clientes.

Así surgieron Click & Collect, espacios donde los retailers pueden almacenar, preparar y despachar productos desde ubicaciones cercanas al cliente final. Solo en 2024, la compañía realizó más de 726 mil entregas bajo este modelo y para el 2027 proyectan alcanzar 2,7 millones.

Posteriormente ampliaron este servicio, ofreciendo a los retailers recolectar los productos desde sus tiendas para consolidarlas en un

solo punto logístico y agilizar la salida hacia la última milla. Adicionalmente, comenzaron a ofrecer el servicio de Click & Collect a empresas digitales que no tienen tienda física, para que sus clientes puedan retirar personalmente, si así lo desean.

“Una vez concluida la pandemia, no se acabaron las compras online, pero si algunos clientes están prefiriendo retirar sus compras en tienda, en lugar de recibirlo en sus casas. Y lo ideal es poder ofrecerla esa flexibilidad en la compra”, precisó.

ADAPTÁNDOSE A LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO

“Hoy en día, los centros comerciales juegan un rol muy importante, no solo en el e-commerce, sino en toda la logística urbana, confirma José Ignacio Calle, Managing Consultant de Blend Consulting. A diferencia de los centros de distribución, que en su mayoría están ubicados en la periferia o fuera de Santiago, este experto en e-commerce y omnicanalidad, destaca que los malls pueden operar como puntos de cross-docking estratég-



gicos, es decir, lugares donde la mercadería se recibe, se clasifica y se despacha rápidamente hacia distintos destinos. En esa línea, un centro comercial también despachar productos directamente a los hogares, ya sea por compras online o por ventas presenciales que luego se envían a domicilio.

Eso sí, para funcionar como nodos logísticos los malls deben ir mucho más allá de ofrecer bodegas, precisa: “necesitan operar en horarios a los que no estaban acostumbrados, ofrecer servicios como cross-docking, dark-stores o almacenamiento securitizado, y estar orientados a un negocio completamente distinto al tradicional arriendo de metros cuadrados. Ahora el desafío es facturar por paquete que transita, por almacenamiento o por servicio logístico, y eso implica también un cambio de paradigma en el modelo de negocio, en los sistemas de control y en la mentalidad de los operadores.”



José Ignacio Calle
Managing Consultant
en Blend Consulting

el mall se posiciona como un nodo central, capaz de agregar valor en todas las etapas del customer journey, desde la inspiración hasta la postventa y lealtad”, apunta.

Este nuevo enfoque también exige a los centros comerciales modificar su modelo de ingresos y su cultura organizacional.

“Antes se cobraba por metro cuadrado; ahora hay que pensar en facturar por paquete procesado, por almacenamiento o por servicios logísticos”, advierte José Ignacio Calle.

Esto implica desarrollar nuevos sistemas de control, invertir en tecnología como WMS u OMS y conformar equipos especializados que puedan gestionar esta nueva lógica operativa. Además, se requiere un cambio de mentalidad profundo, donde el mall deje de ser solo un arrendador de espacios y se transforme en una plataforma integral de servicios para sus marcas.

DESAFÍOS Y PROYECCIONES

Más allá de habilitar puntos de retiro, la nueva estrategia de los malls busca transformar su infraestructura en un nodo logístico urbano coordinado, con operaciones integradas, visibilidad de inventario en tiempo real y colaboración con marketplaces y operadores logísticos.

Según Calle, este modelo evoluciona hacia una mayor capilaridad en los despachos y una logística más centrada en la experiencia del cliente. “Ya no basta con tener centros de distribución periféricos. Las tiendas podrían dejar stock directamente en una bodega del mall y desde ahí abastecer sus locales o despachar productos de e-commerce. Esto no solo ahorra tiempo y recursos, sino que acerca el producto al cliente, permitiéndole retirarlo en lugares que

forman parte de su rutina diaria”, explica. Lo importante -recalca- es que el retail entienda que la omnicanalidad no es solo presencia en varios canales, sino una experiencia coherente y personalizada. “Y ahí, los centros comerciales tienen una oportunidad única de transformarse en hubs urbanos de última milla”.

Sandoval agrega que, hoy en día, más del 50% de los consumidores son compradores omnicanal, y los millennials lideran el gasto y la frecuencia en este tipo de experiencias, con casi el 60% utilizando múltiples canales para sus compras, lo que refuerza la importancia del nuevo rol de los centros comerciales “Los consumidores buscan la máxima integración entre canales: quieren poder buscar, comprar, retirar, devolver o interactuar con la marca en cualquier momento, personalización basada en datos y la posibilidad de moverse sin esfuerzo entre canales físicos y digitales”.

UNA FORMULA INTERNACIONAL

A nivel internacional, esta tendencia también ha cobrado fuerza. En países como México, Brasil y Perú, grandes operadores están habilitando espacios logísticos dentro de los centros comerciales. En Estados Unidos, Simon Property Group ha desarrollado alianzas con Amazon para utilizar tiendas cerradas como centros de distribución exprés. Esta estrategia permite aprovechar infraestructura existente, responder con agilidad a la demanda y reducir los tiempos de entrega de la última milla.

Los expertos coinciden en que Chile va en esa dirección, aunque aún enfrenta desafíos normativos y de integración tecnológica para consolidar este modelo. Asimismo, se observa un avance hacia la integración con aplicaciones móviles que unifican retiro, estacionamiento, promociones y atención en tiempo real.



Felipe Sandoval
Director de Supply Chain
en The Blue Commerce
Consulting

Asimismo, se observa un avance hacia la integración con aplicaciones móviles que unifican retiro, estacionamiento, promociones y atención en tiempo real. Incluso se proyectan alianzas más profundas con apps de última milla o marketplaces, que permitan consolidar pedidos multitienda y despacharlos en un solo viaje.



Sebastián Schwerter
Director Omnicanal
en Mallplaza

El desafío ahora es seguir profundizando estos modelos, con una mirada estratégica y sustentable, que responda tanto a las necesidades del comercio como a las expectativas del consumidor digital.

DARK STORES EN CENTROS COMERCIALES: ¿UNA TENDENCIA EN EXPANSIÓN?

Los dark stores se han consolidado como una solución logística clave para responder a la creciente demanda de entregas rápidas y eficientes. Se trata de espacios habilitados dentro o junto a centros comerciales, que funcionan exclusivamente para preparar y despachar pedidos online, sin atención al público.

Su objetivo principal es descongestionar las tiendas físicas, almacenar stock adicional en fechas de alta demanda y mejorar los tiempos de entrega en zonas urbanas.

En Chile, esta modalidad comenzó a implementarse hace unos cinco años por parte de retailers y operadores logísticos.

Sin embargo, su integración directa en centros comerciales representa un paso más hacia la consolidación del mall como nodo logístico urbano.

En el caso de Mallplaza, esta solución se ha convertido en un complemento clave para apoyar a los locatarios durante eventos como Navidad o el Día de la Madre, cuando la capacidad de las tiendas se ve sobrepasada.

En lugar de enviar todo el stock adicional a la tienda física, algunas marcas utilizan estos espacios habilitados dentro del mall para almacenar productos y gestionar el fulfillment de manera más eficiente.

Sebastián Schwerter explica que este tipo de espacios permite a las marcas enfrentar los picos de demanda sin saturar sus tiendas. "A veces las marcas no tienen el espacio necesario para fechas como el Día de la Madre o Navidad, donde el stock objetivo sube y los tiempos de reposición son tan altos que empiezan a quebrar y perder venta, entonces nosotros podemos salir a ayudar con darkstores", señala. ■



ENSAYOS REALIZADOS QUE CERTIFICAN EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA CHILENA DE RACKS

- ▶ **INGENIERÍA DE CLASE MUNDIAL
APLICADA EN CADA PROYECTO**
- ▶ **GRAN STOCK DISPONIBLE
PARA ENTREGA INMEDIATA**
- ▶ **CUMPLIMIENTO 100%
DE PLAZOS DE ENTREGA**

NCh3703

info@ar-racking.com

E-COMMERCE: DEL AUJE PANDEMICO A PILAR ESTRATEGICO DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Con ventas por \$2,5 billones en el primer cuatrimestre de 2025, el comercio electrónico chileno retoma niveles históricos, consolidando su rol como un canal esencial para el desarrollo, sostenibilidad y proyección de las empresas.

Ya no es un misterio. El canal online se ha consolidado como un actor protagónico en el ecosistema comercial chileno.

Lo que durante la pandemia fue una necesidad urgente, para sobrevivir a las restricciones de movilidad y el cierre físico de tiendas, hoy es una estrategia permanente y prioritaria para las empresas que buscan crecer, conectar con sus clientes y proyectarse a largo plazo en un entorno cada vez más digitalizado.

Los datos lo confirman. Según un reciente informe de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el comercio electrónico de bienes en Chile alcanzó ventas por \$2.540 miles de millones entre enero y abril de 2025, igualando los niveles históricos del boom vivido en 2021-2022, cuando el consumo digital se disparó producto de las restricciones sanitarias.

Dicha cifra representa un crecimiento promedio del 10% interanual, triplicando los niveles previos a la pandemia y marcando un nuevo piso para la industria digital. Esta expansión, más que un fenómeno aislado, refleja un cam-

bio estructural en los hábitos de consumo, la estrategia empresarial y el diseño de las cadenas de valor.

DE CANAL ALTERNATIVO A COLUMNA VERTEBRAL DEL NEGOCIO

El e-Commerce ya no es un complemento, sino una pieza estratégica del modelo de negocio. No solo ha demostrado ser una vía efectiva de venta directa, sino que también ha evolucionado como una herramienta financiera clave para muchas empresas, mejorando flujos de caja, abriendo nuevos mercados y reduciendo costos operativos.

Hoy, gran parte del crecimiento empresarial está directamente vinculado a la capacidad de competir, innovar y escalar en el canal online.

Esto incluye desde la adopción de plataformas de venta digital hasta la inversión en marketing digital, experiencia del usuario (UX), automatización de procesos logísticos, atención al cliente omnicanal

y análisis de datos para una toma de decisiones más informada y ágil.

Y esta necesidad ha llevado a muchas empresas a salir en busca de nuevas soluciones y nuevos partner tecnológicos que le permitan avanzar en este camino digital. Desde pymes que por primera vez abren una tienda virtual hasta grandes retailers que expanden sus operaciones hacia el fullcommerce, la transformación digital ya no es una opción, sino un mandato del mercado.

Para muchos, ha sido una aventura a ciegas; para otros, un avance seguro. Pero para nadie es una sorpresa el crecimiento de este canal y el rol que ha tomado al interior de las organizaciones, por las oportunidades que genera, los cambios que impulsa y los desafíos que plantea.

Asimismo, en el plano relacional, el comercio electrónico permite a las empresas generar una relación más directa, personalizada y continua con sus clientes.

Gracias al uso de datos, inteligencia artificial y plataformas omnicanal, las marcas pueden anticipar necesidades, mejorar la experi-

encia y fidelizar audiencias con una agilidad nunca antes vista. La experiencia digital ya no se trata solo de precios o velocidad, sino también de cercanía, consistencia y confianza.

RUBROS EN ALZA Y TENDENCIAS

Entre las categorías que lideran el dinamismo digital este 2025, según información de la Cámara de Comercio de Santiago, destacan repuestos y accesorios automotrices, materiales de construcción y mejoramiento del hogar, con expansiones por sobre el 25% nominal.

Se trata de sectores que tradicionalmente dependían del canal físico y que han logrado digitalizarse con éxito gracias a mejoras en logística, integración de catálogos y plataformas de atención técnica remota. También destacan los alimentos, bebidas, productos de higiene

personal, cosmética y farmacia con alzas cercanas al 20%; impulsadas por la consolidación de la compra recurrente, suscripciones y estrategias de fidelización basadas en recompensas.

En estas categorías, la conveniencia sigue siendo clave, pero se suma la preocupación por la trazabilidad, la sustentabilidad y la transparencia de la información.

El vestuario y calzado con un crecimiento del 15%, continúan su expansión apoyados en herramientas de personalización, visualizadores 3D y políticas de cambio y devolución más flexibles. La electrónica y tecnología, por su parte, exhiben un crecimiento del 10% promedio, consolidando su madurez y manteniendo un volumen relevante, sobre todo en temporadas como el regreso a clases o eventos promocionales.

Estos comportamientos reflejan una madurez del consumidor digital, que ya no

acude al e-Commerce solo por conveniencia, sino también por hábito, experiencia y confianza. La consolidación de los medios de pago, la mejora en la logística de última milla y el acceso a opciones de financiamiento han sido claves en este proceso.

PROYECCIONES: MÁS ALLÁ DEL 2025

La CCS estimó que las ventas totales del e-Commerce en 2024 bordearon los \$8.200 miles de millones (unos US \$8.700 millones), y se espera que 2025 supere los \$9 billones, consolidando una tasa de crecimiento de dos dígitos.

De cumplirse estas proyecciones, el canal online representaría cerca de un 16% del total del comercio, gracias a hitos clave como el CyberDay y al fortalecimiento de las plataformas digitales de grandes, medianas y pequeñas empresas.



ARRIENDO DE CENTROS LOGÍSTICOS DE CLASE MUNDIAL

DESARROLLO Y ARRIENDO DE CENTROS LOGÍSTICOS A LA MEDIDA DE LOS CLIENTES

UBICACIÓN ESTRATÉGICA



- GRANDES BODEGAS PARA ARRIENDO
- MÓDULOS LIBRES DE PILARES, CON 11 METROS DE ALTURA (al hombro)
- ANDENES CON NIVELADORES
- OFICINAS Y OTRAS INSTALACIONES SEGÚN REQUERIMIENTOS
- AMPLIOS PATIOS DE MANIOBRAS



Alto estándar
Seguridad



Desarrollo Proyectos
Build to Suit

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

Este crecimiento se ve favorecido por la diversificación de canales de venta, la adopción de tecnologías emergentes como el live commerce, la realidad aumentada y los asistentes virtuales, así como por la internacionalización de la oferta nacional, que comienza a explorar la exportación digital hacia nuevos mercados.

El termómetro más evidente del dinamismo del comercio electrónico sigue siendo el CyberDay, que en la versión 2025 recién pasada rompió nuevos récords. En solo tres días, el evento organizado por la CCS totalizó ventas por US \$520 millones, un 4,6% más que en 2024 y un 21% más que el último CyberMonday.

Más de 5,8 millones de transacciones se registraron en los 696 sitios participantes, lo que equivale a que uno de cada tres adultos del país realizó al menos una compra. El primer día se consolidó como el de mayor volumen de ventas en la historia del comercio electrónico chileno.

Las auditorías indicaron un promedio de 22% de descuento en bienes, lo que, junto con una oferta más madura y consumidores cada vez más informados, ha contribuido a la consolidación del evento como una plataforma confiable y atractiva tanto para empresas como para usuarios.

BAJA TASA DE RECLAMOS

40

Uno de los aspectos más destacados del CyberDay 2025 fue el históricamente bajo nivel de reclamos. Según el SERNAC, se recibieron 782 reclamos en total, lo que representa una tasa de 0,013% respecto al total de transacciones. En el caso de las empresas adheridas al evento oficial de la CCS, esta cifra se redujo aún más a 0,009%, es decir, menos de 1 reclamo por cada 10.000 compras.

Esto refleja no solo la mejora en los procesos operativos de las empresas, sino también una gestión activa de la post-

venta y la resolución de conflictos, como destacó la presidenta de la CCS, María Teresa Vial: “Durante el evento, todos los casos recibidos obtuvieron respuesta en un promedio de 13 horas desde que fueron ingresados por los clientes.

Esto nos llena de orgullo, ya que es un fiel reflejo de la motivación que nos une como sector: estar cada vez más cerca del consumidor y dar respuesta a todas sus necesidades”.

Este desempeño también habla de una creciente profesionalización del sector digital, donde ya no basta con estar online; se requiere cumplir promesas, construir reputación y entregar una experiencia que esté a la altura de lo que exigen consumidores cada vez más conectados y exigentes.

El comercio electrónico chileno ha madurado. Ya no es solo una respuesta a una crisis, sino una herramienta de crecimiento sostenible y de construcción de relaciones más sólidas con los clientes. A medida que las empresas entienden su valor estratégico, y que los consumidores exigen estándares cada vez más altos, el desafío estará en avanzar hacia un ecosistema digital más confiable, innovador y centrado en las personas.

Con proyecciones que apuntan a más de US \$9.500 millones en ventas de bienes online en 2025, el canal digital no solo volvió a sus mejores cifras: llegó para quedarse, liderar e impulsar el futuro del comercio en Chile.

En definitiva, en 2025, el e-Commerce chileno no solo vive un nuevo auge. Vive su consolidación definitiva como canal estratégico para el crecimiento, la sostenibilidad y la proyección de las empresas.

A medida que el ecosistema digital continúa sofisticándose, emergen nuevos desafíos que marcarán la agenda futura del e-Commerce en Chile. La ciberseguridad, la integración fluida entre canales físicos y digitales, la logística sustentable

y la personalización impulsada por inteligencia artificial serán ejes clave en esta nueva etapa.

Así, el comercio electrónico no solo será una vía de crecimiento, sino un reflejo del compromiso de las marcas con la innovación, la transparencia y la evolución constante. ■

LO QUE AÚN FALTA

Aunque las cifras son positivas, aún persisten desafíos para lograr una experiencia plenamente satisfactoria y sin fricciones.

LOS PRINCIPALES MOTIVOS DE RECLAMO SIGUEN SIENDO:

- Retrasos en la entrega
- Errores en el despacho
- Problemas con el stock
- Dificultades en devoluciones o reembolsos
- Información confusa o errónea en los sitios web

RECOMENDACIONES PARA SEGUIR MEJORANDO:

- Fortalecer la logística de última milla, con foco en cumplimiento de plazos y trazabilidad en tiempo real.
- Invertir en sistemas de inventario integrados, que eviten la sobreventa o promesas que no se pueden cumplir.
- Mejorar la calidad de la información de productos y condiciones, para evitar sorpresas al consumidor.
- Optimizar los procesos de devolución y postventa, ofreciendo experiencias claras, simples y rápidas.
- Capacitar al equipo de atención al cliente y escalar mecanismos como “Resolución en Línea”, que permiten actuar con agilidad ante cualquier incidente.

¿Tu almacén ya no da abasto?



En Danich, diseñamos soluciones de almacenaje personalizadas para maximizar el uso de tu espacio.



Nuestros sistemas se integran perfectamente con tu WMS, facilitando la trazabilidad y el control de inventario en tiempo real.



Sistemas de Almacenaje

- ✓ Almacenamiento de alta densidad (+200%)
- ✓ Hasta 1.600 ciclos dobles por hora automático
- ✓ Inteligencia artificial a bordo EXA integrada



¡DANICH impulsamos tu mundo!



DANICH

O'Higgins 155, Sarmiento, Curicó, Chile

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



www.danich.com





SCAN QR E INGRESA A
WWW.GPSCHILE.COM

GPS CHILE IMPULSA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA UNA MINERÍA MÁS SEGURA, EFICIENTE Y SOSTENIBLE

CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA, LA EMPRESA SE HA CONSOLIDADO COMO LÍDER EN LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS QUE ESTÁN TRANSFORMANDO LA EFICIENCIA Y SEGURIDAD DEL TRANSPORTE DE CARGA, IMPULSANDO MEJORAS SIGNIFICATIVAS EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS COMPAÑÍAS DEL SECTOR Y EN LA SEGURIDAD DE LAS PERSONAS.

La minería chilena, en particular la del cobre, enfrenta un escenario de alta volatilidad en el precio. Primero, porque se transformó en un mineral de refugio frente a la guerra comercial entre Estados Unidos y el mundo y, debido a que la industria ha sido puesta en jaque por la demanda derivada de la transición energética, la construcción de infraestructura, la inflación y políticas monetarias restrictivas.

En este contexto, la eficiencia operativa y la sostenibilidad se convierten en factores estratégicos para asegurar la continuidad y el éxito de las operaciones mineras. Las empresas proveedoras de tecnología, como GPS Chile, juegan un papel clave al ofrecer soluciones avanzadas que no solo mejoran la productividad y reducen costos, sino que también fortalecen la seguridad y la relación con las comunidades. "Somos un aliado estratégico de la industria minera en materia de innovación", señala su gerente general, Mario Yáñez.

PREVENIR Y REDUCIR ACCIDENTES

La seguridad minera es un compromiso prioritario para GPS Chile. La fatiga y la somnolencia son responsables de hasta un 30% de los accidentes de tráfico, según datos de CONASET.

Para enfrentarlo, dispone de tecnologías como los sensores de fatiga y distracción, asistencia al conductor, DashCam y corte de motor, que han tenido un impacto significativo en la reducción de accidentes al alertar sobre situaciones riesgosas.

Mario Yáñez
Gerente General
GPS Chile



"En la industria minera, esta tecnología se ha convertido en un estándar clave no solo por seguridad, sino también por su impacto en la eficiencia operativa y la reducción de costos.

Gestionamos más de 10 millones de movimientos diarios, y cada uno es una oportunidad para salvar vidas y proteger tanto al conductor como a peatones y comunidades cercanas", explica Yáñez.

El ejecutivo destaca que mientras más información se genera y procesa, más eficiencia y seguridad se pueden inyectar en las industrias.

"Sobre todo en la minería: mayor productividad significa menos camiones, menos congestión, menos combustible y una menor huella de carbono por traslados. Asimismo, se disminuye el costo social, lo

que repercute directamente en los desplazamientos diarios y en la seguridad de las comunidades", concluye.

TECNOLOGÍAS QUE SALVAN VIDAS

La experiencia de GPS Chile, respaldada por centros de monitoreo que procesan más de 20 millones de datos diarios y vehículos que recorren más de 18 millones de kilómetros al día, demuestra que la implementación de estos sistemas puede reducir en torno al 30% los accidentes y disminuir su gravedad hasta en un 50%.

El sensor de fatiga, por ejemplo, incluye un dispositivo que combina cámaras inteligentes y algoritmos con inteligencia artificial que permiten monitorear en tiempo real el interior de la cabina, alertando sobre comportamientos peligrosos como signos de somnolencia o distracción del conductor, generando una advertencia tanto en la cabina como en la plataforma de monitoreo central.

Otras tecnologías IoT complementarias son los llamados Sistema ADAS o de asistencia al conductor, que emiten alertas que, a través del GPS, son enviadas a los centros de monitoreo, generando alarmas en la plataforma ante

cualquier comportamiento que ponga en riesgo la seguridad del vehículo o del conductor.

INNOVACIÓN CONSTANTE

Para GPS Chile, la transformación digital de la minería y de la industria en general no es un reto que pueda abordarse de manera aislada: es necesario un trabajo coordinado entre operadores, transportistas, proveedores de tecnología y entidades regulatorias.

Y en este ecosistema, las empresas tecnológicas tienen un rol crucial, no solo como



proveedores de soluciones, sino como catalizadores de un cambio estructural.

En este sentido, GPS Chile está desarrollando Torres de Control basadas en inteligencia artificial, capaces de procesar grandes volúmenes de alertas y filtrar falsos positivos, lo que permite a los clientes concentrarse en las situaciones más relevantes y actuar de forma más efectiva.

Entre las posibilidades que ofrece la tecnología para hacer más eficiente la operación minera, el ejecutivo menciona la implementación de sensores IoT, que permiten monitorear en tiempo real los equipos y condiciones del terreno, facilitando la detección de problemas antes de que se conviertan en fallas mayores.

También habla de incorporar equipos autónomos para aumentar la productividad y reducir riesgos laborales en entornos peligrosos, sin poner en riesgo a los trabajadores; y el análisis avanzado de grandes volúmenes de datos para identificar patrones y optimizar procesos, desde la extracción hasta la logística.

Destaca que el verdadero valor de estos datos radica en su correcta integración y análisis, ya que “tanta información por sí sola no es útil; es esencial construir pro-

cesos para extraer, limpiar y disponibilizar la información relevante”. Esta conversión de datos en información valiosa permite identificar áreas de mejora, optimizar procesos, facilitar decisiones más informadas y lograr una logística más inteligente. De esta forma, GPS Chile apoya a las empresas en su transformación digital, impulsando la eficiencia operacional, la seguridad de los colaboradores y la sostenibilidad en la industria chilena.

TENDENCIAS Y RIESGOS EN LA MINERÍA

Entre las tendencias que están moldeando el futuro de la minería, GPS Chile destaca aquellas que permiten mejorar aspectos como la seguridad y la eficiencia al mismo tiempo, entre ellas los sistemas de monitoreo en tiempo real. Los costos y calidad de estos avances están mejorando exponencialmente de manera continua, incorporando por ejemplo la realidad aumentada.

Otro desafío es el uso de la analítica de sonidos para detectar cambios imperceptibles en los rodamientos de maquinarias, junto con el análisis predictivo con inteligencia artificial, que ayude a prever fallas en los equipos y optimizar procesos. La optimización de la gestión de la cadena de suministro y el análisis de datos

en tiempo real, optimizan la logística y la planificación. Esta cadena de procesos es una prioridad que se complementa con la automatización y la robótica de procesos bajo tierra a gran escala, que harán posible llegar más profundo con costos más competitivos, afirma el CEO de GPS Chile.

Desde su experiencia, Yáñez identifica tres prioridades del sector minero. Primero, la necesidad de involucrar a las comunidades desde el inicio de los proyectos. Segundo, maximizar el uso de la tecnología como herramienta de gestión y tercero, capacitar permanentemente a los trabajadores.

“No basta con tener la mejor tecnología; hay que saber usarla bien, integrarla a los procesos y generar una cultura preventiva en toda la organización”, concluye.

GPS Chile está comprometido con la seguridad, eficiencia y sostenibilidad de la minería. Con más de dos mil clientes —un tercio de ellos en el sector minero—, ofrece soluciones adaptadas a cada operación, sin importar su tamaño. “La pequeña y mediana minería enfrentan limitaciones de inversión. Nosotros ofrecemos tecnologías similares a una fracción del costo, democratizando el acceso a la innovación”, asegura Yáñez.



SCAN QR E INGRESA A
WWW.EVOLOG.CL

EVOLOG: UNA RESPUESTA INTELIGENTE A LA SEGURIDAD DE LOS CD

CON LA ENTRADA EN VIGENCIA DEL DECRETO SUPREMO 44, LA SEGURIDAD EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y PLANTAS INDUSTRIALES ENTRA EN UNA NUEVA ERA. EVOLOG, EN ALIANZA CON BOPLAN, LIDERA ESTA TRANSFORMACIÓN CON SOLUCIONES CERTIFICADAS QUE NO SOLO CUMPLEN LA NORMATIVA, SINO QUE PROTEGEN A LAS PERSONAS, GARANTIZAN LA CONTINUIDAD OPERATIVA Y PROMUEVEN ENTORNOS LABORALES MÁS SUSTENTABLES.

Desde el 1 de febrero de 2025, la seguridad laboral en Chile vive un nuevo capítulo. El Decreto Supremo 44, impulsado por el Ministerio del Trabajo, establece un marco más exigente y moderno para la gestión preventiva de riesgos laborales. ¿La gran novedad? El reglamento obliga a las empresas, entre otros aspectos, a implementar medidas de ingeniería certificada para separar de forma efectiva los flujos peatonales y vehiculares en espacios compartidos.

Esto, lejos de ser sólo una exigencia legal, se transforma en una oportunidad concreta para construir espacios laborales más seguros, productivos y sostenibles.

En este nuevo escenario, una empresa sobresale por experiencia, tecnología y visión: EVOLOG. A través de su alianza estratégica con Boplan, EVOLOG lleva más de 10 años implementando soluciones certificadas de protección perimetral y segregación peatonal segura, mucho antes de que las normativas lo exigieran.

“El Decreto 44 simplemente valida lo que Evolog ya venía haciendo hace más de una década: proteger personas con soluciones de ingeniería certificada, diseñadas para

resistir impactos reales y garantizar continuidad operacional”, explica Jorge Leiva Carvallo, Gerente General de EVOLOG.

EL ROL DE LAS BARRERAS EN LA NUEVA LOGÍSTICA

Los centros de distribución y plantas productivas modernas concentran una alta densidad de flujos operativos: grúas, apiladores, robots, personas, picking y packing, áreas de carga y zonas de tránsito constante. En este entorno, improvisar no es una opción.

Las barreras de impacto resistentes Boplan son mucho más que estructuras visibles. Son soluciones de ingeniería certificada diseñadas para absorber impactos sin deformarse, proteger vidas, evitar daños a infraestructuras críticas y, al mismo tiempo, asegurar la continuidad operacional, lo que es vital en términos de rentabilidad de las compañías, más aún en tiempos complejos.

“Hoy cuando se automatiza una operación erróneamente se cree que ya no habrá personas en el CD. Sin embargo, la gente sigue siendo parte esencial y nuestras barreras permiten que esa convivencia entre automatización y personas ocurra

de manera segura, reduciendo los riesgos de forma tangible”, agrega Leiva.

Estas barreras han sido desarrolladas para responder a las necesidades específicas de los espacios industriales modernos:

- Altamente visibles, para mejorar la percepción de riesgo de los operadores
- Modulares, lo que facilita su instalación, mantenimiento y adaptación a distintos espacios
- Certificadas, con ensayos de impacto en 90° y 45° que cumplen estándares internacionales en términos de resistencia (medidos en Joules)
- Fabricadas con materiales reciclables, lo que aporta a una operación más sustentable
- De bajo mantenimiento y vida útil prolongada, lo que se traduce en ahorro de costos a mediano y largo plazo.

“A diferencia de las barreras metálicas tradicionales o de caucho, que no tienen una resistencia comprobada, que se deforman con facilidad y requieren constantes reparaciones, las nuestras absorben el impacto sin ceder y sin generar nuevos riesgos. Esto permite mantener operativas tanto las estructuras como los procesos logísticos críticos”, afirma el ejecutivo.

CUMPLIR CON LA LEY Y MÁS ALLÁ DE ELLA

El Decreto Supremo 44 establece claramente que las medidas preventivas deben ser efectivas y certificadas. Ya no basta con pintar líneas en el piso o instalar conos plásticos para separar personas y equipos en movimiento. Lo que antes era una buena práctica, hoy es una obligación regulatoria.

“Muchas empresas aún segregan con conos o estructuras improvisadas. Pero hoy, eso no solo es ineficaz, sino que además las expone a sanciones, accidentes y paralizaciones.

Por eso estamos trabajando fuertemente para que las organizaciones entiendan que las barreras de impacto resistentes que tienen un desarrollo de ingeniería

Jorge Leiva C.
Gerente General
Evolog



certificada existen, están disponibles y son accesibles”, enfatiza el gerente general.

Además, EVOLOG acompaña a sus clientes más allá del producto. Su equipo de ingeniería asesora en terreno, diseña soluciones a medida para centros de distribución de todos los tamaños y rubros, e instala los sistemas de protección según los más altos estándares internacionales.

“Las empresas, sin importar su tamaño, han comprendido que la seguridad, continuidad y eficiencia no son opcionales, sino ejes estratégicos de toda operación moderna. Tenemos plena confianza en que se abre una etapa de innovación y crecimiento para quienes apuesten por soluciones inteligentes”, comenta el ejecutivo.

CLIENTES QUE LIDERAN CON SEGURIDAD

Empresas logísticas, retail, manufactura, minería, alimentos, farmacéutica e industrias de alto tráfico ya han confiado en EVOLOG. Muchas de ellas hoy no solo cumplen con el DS44, sino que también

están experimentando mejoras en productividad, clima laboral y eficiencia operativa gracias a una infraestructura segura y bien diseñada.

“Nuestros clientes más antiguos ya están completamente alineados con esta cultura preventiva. Han entendido que la seguridad certificada no es un gasto, sino una inversión en continuidad, reputación y sostenibilidad”, destaca Leiva.

Y no es casualidad que muchos de los principales centros de distribución del país ya cuenten con estas soluciones. En ambientes donde trabajan más de 100 personas, con flujos intensos y automatización en curso, el riesgo de accidentes no es teórico: es una amenaza real que debe gestionarse con herramientas adecuadas.

UNA PROPUESTA CON PROPÓSITO

EVOLOG se proyecta como el proveedor más competente en los segmentos donde participa, con una propuesta clara: proteger personas, activos e infraestructura

con soluciones innovadoras, sustentables y duraderas.

“Queremos crear confianza en todas nuestras relaciones, desde nuestros clientes hasta nuestros colaboradores y proveedores. Nuestro compromiso está en aportar valor real y sustentable, con soluciones que evolucionan junto al mercado y sus desafíos”, concluye Jorge Leiva.



El DS44 ya está en vigencia. La seguridad ya no puede esperar. Con EVOLOG y sus barreras Boplan, las empresas pueden cumplir la normativa, pero también pueden proteger lo más valioso: a su gente, su operación y su futuro.





PAULINA SOTO MÁRQUEZ
 MSC IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, UNIVERSITY OF NOTTINGHAM, INGLATERRA. ING. CONTROL DE PROYECTOS, BUREAU VERITAS/DIVISIÓN EL TENIENTE. DOCENTE INGENIERÍA EN GESTIÓN LOGÍSTICA EN IPCHILE Y SOCIA WINS

EQUIDAD DE GÉNERO EN LA CADENA DE SUMINISTRO: UNA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA. LA CADENA DE SUMINISTRO SE HA CONSOLIDADO COMO UNA DE LAS FUNCIONES MÁS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. ESTO SE HA HECHO AÚN MÁS EVIDENTE EN LA ÚLTIMA DÉCADA, MARCADA POR DESAFÍOS COMO DISRUPCIONES GLOBALES, EXIGENCIAS CRECIENTES EN SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN, Y UNA PANDEMIA DE ESCALA MUNDIAL.

Durante la crisis del COVID-19, la logística cobró un protagonismo inédito: se volvió esencial para garantizar el abastecimiento y responder a las nuevas demandas de los consumidores. Fue en ese contexto que esta área dejó de ser invisible para muchas organizaciones y pasó al centro del debate empresarial.

Sin embargo, a pesar de su rol fundamental, persisten brechas significativas en la representación de mujeres en el sector. De acuerdo con Gartner (2021), aunque las mujeres representan el 41% de la fuerza laboral en supply chain, solo un 15% ocupa cargos ejecutivos. Esta desigualdad es particularmente marcada en industrias tradicionalmente masculinizadas como la logística, el transporte y la manufactura pesada.

La falta de representación femenina en espacios estratégicos limita no solo la diversidad de pensamiento, sino también la capacidad de innovación y adaptación de las organizaciones. El Foro Económico Mundial (2022) advierte que, al ritmo actual, tomará más de 170 años alcanzar la igualdad de género a nivel global.

En el caso de la cadena de suministro, esta brecha se mantiene debido a factores estructurales como los sesgos en los procesos de reclutamiento, la escasez de políticas efectivas de conciliación laboral y la persistencia de estereotipos sobre roles técnicos y de liderazgo. La equidad de género no debe considerarse únicamente una meta ética: es también una estrategia competitiva.

Un estudio de McKinsey (2020) demostró que las empresas con mayor diversidad de género en sus equipos ejecutivos tienen un 25% más de probabilidades de superar la rentabilidad promedio de su industria. Además, la incorporación de la perspectiva femenina en los procesos operativos permite diseñar

soluciones más integradoras, seguras y sostenibles. Un ejemplo ilustrativo de la importancia de la perspectiva de género es en los maniqués utilizados en pruebas de seguridad en la fabricación de automóviles. Diversos estudios han demostrado que las mujeres tienen un 47% más de probabilidades de sufrir lesiones graves en un accidente de tránsito.

Pero ¿Por qué pasa esto? La respuesta está en que los maniqués de prueba suelen tener anatomía masculina. Hoy en día, la normativa europea exige el uso de maniqués femeninos pero muchas compañías para cumplir con esta norma utilizan versiones masculinas en tamaño reducido. Lo que podría ser una prueba de la falta de perspectiva femenina en este sector, donde apenas representan el 20% de la fuerza laboral.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021) ha advertido que, en sectores como la logística y el transporte, los estereotipos de género siguen condicionando la contratación, ascenso y permanencia de mujeres, especialmente en posiciones técnicas o de liderazgo. Frente a este panorama, algunas estrategias recomendadas para avanzar hacia una mayor equidad incluyen:

- 1. Procesos de selección inclusivos, aplicando mecanismos como la contratación ciega y métricas de diversidad.**
- 2. Programas de mentoría y redes de apoyo profesional, como los promovidos por WINS Chile.**
- 3. Planes de carrera con enfoque de género, que contemplen medidas de conciliación y reintegración laboral tras licencias parentales.**
- 4. Capacitación en sesgos inconscientes, dirigida tanto a mandos medios como a alta dirección.**

Organizaciones como SheWorks del Banco Mundial y la Red WIN en Latinoamérica han demostrado que estas prácticas pueden marcar una diferencia concreta en la inclusión femenina dentro de la cadena de suministro.

En un entorno globalizado y tecnológicamente acelerado, la sostenibilidad empresarial no depende solo de la adopción de nuevas tecnologías. Una cadena de suministro resiliente y eficiente también debe ser inclusiva y equitativa.

La transformación no se logra únicamente con buenas intenciones: requiere compromiso organizacional, métricas claras y liderazgo consciente. El futuro de la cadena de suministro será sostenible e innovador solo si también es diverso e inclusivo. ■

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



CENTRAL BODEGAS

OTRO ACTIVO LOGIS



+225.000 m²
SUPERFICIE DE
ALMACENAJE

+ CERCANÍA
+ EFICIENCIA
+ INNOVACIÓN



8

CENTROS
en Santiago

- LAMPA
- MAIPÚ
- PUDAHUEL
- RENCA
- SAN BERNARDO

(2) 2608 2800

www.centralodegas.cl

contacto@centralbodegas.cl



CERTIFICACIONES



+15
AÑOS



CLAUDIO SEPÚLVEDA G.
MASTER EN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DEL MIT
Y MIEMBRO DEL SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

LLEVAR LA SUPPLY CHAIN AL SIGUIENTE NIVEL. LA CADENA DE SUMINISTRO HA DEJADO DE SER UN ÁREA OPERATIVA AISLADA PARA CONVERTIRSE EN UN EJE ESTRATÉGICO DE COMPETITIVIDAD Y RESILIENCIA EMPRESARIAL. EN UN ENTORNO GLOBAL CARACTERIZADO POR TENSIONES GEOPOLÍTICAS, DISRUPCIONES TECNOLÓGICAS, TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO, LA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DE LAS CADENAS LOGÍSTICAS ES HOY UN FACTOR DECISIVO. NO SE TRATA SOLO DE RESISTIR LOS IMPACTOS: SE TRATA DE ANTICIPARLOS, ABSORBERLOS Y TRANSFORMARLOS EN OPORTUNIDADES.

Llevar la supply chain al siguiente nivel implica diseñar estructuras dinámicas, basadas en datos, con foco en la eficiencia, pero también en la resiliencia. La flexibilidad es el nuevo nombre del juego. Para lograrlo, es fundamental avanzar en tres frentes: establecer límites operativos claros, aprovechar oportunidades de elasticidad y anticipar riesgos de origen geopolítico.

Establecer Límites Operativos Claros

La flexibilidad no se logra sin estructura. Antes de modificar procesos o adoptar nuevas tecnologías, es indispensable comprender en profundidad las capacidades reales y las limitaciones actuales de la cadena de suministro. Este diagnóstico debe ser integral y sistémico. Implica mapear procesos, medir tiempos, identificar cuellos de botella, analizar la variabilidad de la demanda y evaluar la madurez digital de cada eslabón.

Flexibilizar no significa improvisar. A veces, el verdadero avance requiere una pausa estratégica: desmontar lo existente, repensar desde cero, construir de nuevo. La humildad operativa para revisar lo que parecía funcionar es un rasgo clave de las organizaciones resilientes.

Aprovechar las Oportunidades de Elasticidad

Una vez definidos los límites, el siguiente paso es incorporar elasticidad al sistema. Esto significa dotar a la cadena de mecanismos que le permitan adaptarse sin perder eficiencia. La elasticidad se traduce en

capacidad de respuesta, descentralización inteligente, colaboración y, sobre todo, tecnología.

Hoy, la oferta tecnológica para supply chain es tan amplia como diversa. El reto no es tener todas las herramientas, sino elegir las que verdaderamente aporten valor al negocio.

Tecnologías como los análisis predictivos, el IoT, el blockchain, o los sistemas de planificación avanzada (APS) permiten tomar decisiones basadas en datos en tiempo real, gestionar mejor los inventarios, anticipar picos de demanda o identificar patrones de quiebre.

Invertir en tecnología no es solo una decisión financiera, sino una decisión estratégica. Implica formar equipos, cambiar culturas internas y alinear las decisiones tecnológicas con los objetivos de negocio.

Anticipar y Mitigar Riesgos Geopolíticos

El tercer eje es el riesgo geopolítico. Desde la pandemia, las guerras comerciales, los conflictos armados en regiones clave y los cambios regulatorios repentinos han puesto en evidencia la fragilidad de las cadenas globales.

El modelo de eficiencia basado en la hiperconcentración de proveedores ha dado paso a un modelo más robusto, que prioriza la continuidad operativa.

Las empresas deben adoptar una mirada anticipatoria. Esto implica realizar análisis de escenarios, construir mapas de riesgo, implementar modelos de abastecimiento dual, diversificar proveedores y explorar nearshoring o friendshoring como alternativas al modelo tradicional.

La gestión de riesgos ya no es un área reactiva, sino parte del diseño estratégico de la cadena de suministro. Las empresas que logren integrar esta mirada en su ADN operativo estarán mejor preparadas para lo que viene.

Adoptar cadenas de suministro flexibles no es simplemente adaptarse: es liderar el cambio. Es asumir que la única constante es la transformación y que la ventaja competitiva ya no se basa solo en costos o volúmenes, sino en la capacidad de anticiparse, adaptarse y aprender más rápido que la competencia.

Hoy más que nunca, las empresas deben invertir en tecnología, en talento y en diseño estratégico de sus operaciones. No es un gasto, es una inversión en sostenibilidad, en crecimiento y en liderazgo. ■

Resistencia Certificada.



¿Sabías que el Decreto Supremo 44 exige soluciones de ingeniería certificada para proteger a las personas y separar flujos peatonales y vehiculares?

En EVOLOG, respondemos con lo mejor:



TB 400 Plus de BOPLAN, la barrera impacto resistente más confiable del mercado.

- ◆ Resistencia certificada: 28,4 KJ a 45°
- ◆ Diseñada para zonas críticas con alto tráfico
- ◆ Evita daños a estructuras, personas y activos
- ◆ Modular, visible, ecológica y de bajo mantenimiento
- ◆ Cumple y supera los requerimientos del DS44



CAMILA FURLAN
DIRECTORA DE E-COMMERCE EN DHL SUPPLY CHAIN LATAM

LA LOGÍSTICA DE REVERSA COMO UN DIFERENCIAL EN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR. LA LOGÍSTICA INVERSA HA DEJADO DE SER UNA TAREA SECUNDARIA Y SE HA CONVERTIDO EN UNA PARTE IMPORTANTE DE LA ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE LAS EMPRESAS. ESTE MOVIMIENTO ESTÁ IMPULSADO POR LA MAYOR MADUREZ DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LATINOAMÉRICA Y LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES POR MÁS CONVENIENCIA, SOSTENIBILIDAD Y TRANSPARENCIA.

De acuerdo con Statista, en las primeras semanas de la pandemia por Covid-19 en el año 2020, el comercio electrónico en Latinoamérica alcanzó un impactante crecimiento del 230% derivado naturalmente de la necesidad masiva de recibir productos a la puerta de nuestros hogares; en los últimos años el e-commerce sigue en crecimiento a doble dígito influido especialmente por una mayor penetración de la tecnología, así como por la transformación digital que ha sido impulsada por la Inteligencia Artificial y el análisis de datos, que permite una mayor y mejor segmentación de nuestros consumidores. Este escenario revela una adaptación de las empresas a un nuevo patrón de consumo, donde la experiencia de compra digital no solo se ve afectada por la entrega, sino también por la devolución de productos, que puede convertirse en un inconveniente.

La devolución de productos antes vista como un tema secundario en la etapa de lanzamiento y crecimiento de los canales digitales, ahora está integrada y es parte esencial en la experiencia de compra del consumidor. La combinación de alternativas para mejor conveniencia, prácticas sostenibles, buen servicio y eficiencia operativa está moldeando una nueva fase del sector, donde la devolución ya no es la excepción, sino una expectativa cotidiana, especialmente en los segmentos de ropa y calzado siendo las dos principales razones de devolución el envío de un artículo incorrecto y un producto diferente al esperado.

Sin embargo, implementar la logística inversa de manera efectiva no es sencillo. De acuerdo con estimaciones de Deloitte, el porcentaje de devoluciones en el comercio electrónico puede alcanzar hasta un 20% lo que hace que este modelo sea desafiante. Algunas alternativas que pueden contribuir desde el punto de vista de la conveniencia son: puntos de entrega para la devolución de productos o recolección a domicilio. Para enfrentar esta realidad, las empresas necesi-

tan revisar sus operaciones e invertir en tecnología para buscar eficiencias desde dos perspectivas: **1) la reducción del volumen de devoluciones** (por ejemplo, mejor registro y descripción de los productos con mayores índices de retorno basados en análisis de datos, herramientas de inteligencia artificial para realidad aumentada para una mejor visualización en el momento de la compra) y **2) establecer asociaciones con operadores logísticos**, optimizando costos y mejorando la eficiencia de los procesos para un rápido procesamiento una vez que se produzca la devolución, teniendo en cuenta que un gran factor de impacto en la experiencia del consumidor es que el crédito de la devolución es realizado por muchas empresas solo después de la confirmación de llegada y las condiciones del producto en su almacén. Además de contar con procesos robustos para proteger su operación contra posibles errores y fraudes en las devoluciones.

Otro factor importante es la sostenibilidad. El uso de empaques reutilizables, el reciclaje de productos y la reventa de artículos reacondicionados son prácticas efectivas para reducir desperdicios y minimizar impactos ambientales. Además, adoptar soluciones logísticas inteligentes, como la optimización de rutas y el uso de vehículos eléctricos cuando sea posible, contribuye a la reducción de las emisiones de carbono, reflejando las expectativas de los consumidores.

La innovación tecnológica ha impulsado la logística inversa, con plataformas como el Sistema de Gestión de Devoluciones (RMS) que hacen que el proceso de devoluciones sea más eficiente y ofrecen opciones convenientes para consumidores y empresas. La colaboración entre empresas y operadores logísticos también ha optimizado los costos.

El futuro de la logística inversa en Latinoamérica está ligado al acceso y evolución de la tecnología, así como a la conciencia ambiental de los consumidores, con herramientas como la inteligencia artificial y plataformas de venta secundaria (como las redes sociales), que hacen que las devoluciones sean aún más eficientes y contribuyen a la economía circular.

En otras palabras, el desarrollo de esta área dependerá de un equilibrio entre innovación, sostenibilidad y rentabilidad, y las empresas que sepan adaptarse a esto seguramente estarán un paso adelante. A pesar de la complejidad que el tema puede tener, la experiencia con la logística inversa puede ser el factor decisivo para el crecimiento del comercio electrónico: cuanto más fácil sea, más seguros se sentirán los consumidores para realizar nuevas compras. ■



CHILE

INTERSYSTEMS

Soluciones Logísticas

EXPERTOS EN SISTEMAS DE ALMACENAJE

PARA TU BODEGA



RACKS Y ESTANTERÍAS
METÁLICAS.



SISTEMAS DE
AUTOMATIZACIÓN.



PLANTA AUTOMATIZADA Y
GRAN CAPACIDAD
DE FABRICACIÓN.

TIENES ALGUN PROYECTO DE MEJORA O AMPLIACION
DEL SISTEMA DE ALMACENAJE.

NO DUDES EN CONTACTARNOS. TE ESPERAMOS.



CONTACTANOS

(569) 4281 6824 | (56) 2285 2409



WWW.INTERSYSTEMS.CL



CONTACTO@INTERSYSTEMS.CL



SCAN QR E INGRESA A
WWW.CAMPOS-CHILE.CL

GRUPO CAMPOS ACELERA SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL Y NUEVOS DESARROLLOS MARCAN UN MOMENTO CLAVE

CON UNA MIRADA PUESTA EN EL CRECIMIENTO SOSTENIDO Y LA CAPACIDAD DE ADAPTARSE A LAS NUEVAS DEMANDAS DEL MERCADO LOGÍSTICO-INDUSTRIAL, GRUPO CAMPOS VIVE UNO DE SUS MOMENTOS MÁS DINÁMICOS. NUEVOS PROYECTOS, EXPANSIÓN INTERNACIONAL Y UNA OFERTA INTEGRAL MARCAN EL CAMINO DE ESTA COMPAÑÍA QUE YA DEJÓ HUELLA EN CHILE Y AHORA PISA FUERTE EN COLOMBIA Y PERÚ.

El mercado inmobiliario industrial ha demostrado ser uno de los pocos sectores que no solo resistió los embates de la inestabilidad política y económica de los últimos años, sino que logró fortalecerse.

Así lo vive y lo proyecta Grupo Campos, empresa con presencia en Europa y Latinoamérica, que desde Chile -sede de la compañía en Latam- ha impulsado una propuesta de alto estándar, eficiente, flexible y con visión de largo plazo.

“El único rubro que ha funcionado durante el último tiempo ha sido principalmente el industrial. Crisis, tasas altas, estancamiento habitacional. Mientras todo eso se detuvo, el segmento logístico siguió avanzando, impulsado por el crecimiento del e-Commerce y la necesidad de eficiencia en la última milla”, comenta Rodrigo Núñez, Gerente de Expansión del grupo.

CHILE: UNA BASE SÓLIDA QUE NO DEJA DE CRECER

Con desarrollos inmobiliarios que van desde bodegas logísticas a medida para grandes empresas hasta condominios de bodegas con bodegas desde los 100 m² (a través de su marca Avanza Park), el grupo

ha logrado consolidar una propuesta versátil, adaptable y con alto estándar técnico. Entre los proyectos que hoy lideran la operación destacan Avanza Park Pudahuel 5, el primer centro logístico con certificación LEED Oro desde la construcción.

“Este proyecto lo cerramos con una empresa suiza-alemana que requería cumplir exigentes parámetros de sustentabilidad definidos por su casa matriz. Aquí combinamos eficiencia operativa con cuidado medioambiental, algo que ya es parte esencial de nuestra propuesta de valor”, explica Núñez.

Otro desarrollo emblemático es el nuevo Avanza Park Lo Espejo, ubicado en una de las zonas industriales más consolidadas de Santiago, con acceso directo a Auto-pista Central.

El parque considera más de 100.000 m² de bodegas logísticas de alto estándar, en un modelo multicliente altamente demandado. Agrosuper, y la tercera bodega de 70.000 m² será un centro multicliente el

cual tendrá la opción de que clientes que necesiten frío arrienden desde una operación pequeña hasta una gran bodega logística de frío, algo casi inexistente hoy en el mercado”, detalla Rodrigo.

Este último desarrollo es particularmente innovador, pues la actividad logística de frío tiene características que, en muchas ocasiones, obliga a las empresas a asumir contratos innecesarios en términos de espacio y de operación.

“La idea es flexibilizar la operación de frío. Si un cliente necesita arrendar 5.000 m² de congelado, se lo entregamos en cuatro meses. Pero si necesita solo 200 m² de refrigerado, también buscamos una solución. Queremos romper con el paradigma de que tener frío significa construir desde cero”, afirma el ejecutivo.

FLEXIBILIDAD, INTEGRACIÓN Y VISIÓN

Uno de los mayores diferenciales del grupo está en su modelo de integración vertical. Desde el diseño arquitectónico hasta la construcción, pasando por la asesoría operativa y la operación misma, Grupo Campos ofrece una solución end to end.

“Nosotros desarrollamos todo en casa: arquitectura, construcción, operación. Incluso contamos con nuestro propio operador logístico, WeStorage, que puede apoyar al cliente en el diseño y ejecución de su operación. Esa integración nos permite adaptar los

proyectos a medida y ser muy eficientes con los plazos”, afirma Núñez.

Esa capacidad de adaptación ha sido clave para enfrentar los desafíos del mercado actual. “Cuando cerramos con un cliente, comprometemos fechas firmes. Si eso implica mover recursos desde otros proyectos, lo hacemos. Ese dinamismo nos

Rodrigo Núñez
Gerente Expansión
Grupo Campos





permite responder donde otros desarrolladores hoy están paralizados”, destaca. Este modelo de integración es también vital al momento de responder a las necesidades operativas de los clientes.

“Si en medio del proyecto, nuestro cliente necesita realizar un cambio para potenciar su logística, nosotros nos ponemos a su disposición para encontrar la mejor solución”, agrega el gerente de expansión.

PROYECCIÓN REGIONAL: PERÚ Y COLOMBIA

Tras consolidarse en Chile y con una experiencia exitosa en Europa, Grupo Campos está expandiendo sus operaciones regionales. En Perú, acaba de cerrar una alianza estratégica con un grupo local para el desarrollo de un nuevo parque industrial de 50.000 m², bajo un modelo multicliente con altos estándares de diseño y operación.

“Perú es un mercado con muchas oportunidades y con un rezago evidente respecto a Chile. Hay mucho por profesionalizar, por elevar el estándar. Creemos que podemos hacer una diferencia real”, afirma

Núñez. En paralelo, la empresa está dando un paso clave en Bogotá, Colombia, donde ya están en proceso de adquisición de los primeros terrenos.

“Vemos una ciudad con alta demanda y muy poca oferta de calidad. Las tasas de interés están altísimas, lo que frena a los desarrolladores locales. Ahí vemos una oportunidad clara. Vamos a entrar con financiamiento propio, porque confiamos en el potencial de este mercado”, explica.

CONSTRUIR HOY PARA LO QUE VIENE MAÑANA

Mientras muchos desarrolladores han detenido sus inversiones, Grupo Campos redobla la apuesta. “Creemos que la necesidad de espacios logísticos no se detiene. Si no es en tres meses, será en seis. Pero va a llegar. Y nosotros vamos a estar preparados”, concluye Rodrigo Núñez.

La apuesta del grupo es clara: seguir creciendo, expandiendo su huella regional y anticipándose a las nuevas necesidades del mercado industrial, con una visión clara, estándares europeos y una flexibilidad que hoy marca la diferencia.

TRES UNIDADES DE NEGOCIO, UNA VISIÓN COMÚN

Grupo Campos estructura su operación en tres grandes unidades complementarias:

1. Desarrollos logísticos a gran escala, para clientes con superficies desde los 2.000 m².
2. Avanza Park, su línea de condominios de bodegas desde 100 hasta 2.000 m², que pueden arrendarse o comprarse (según el proyecto), con infraestructura moderna y altos niveles de seguridad.
3. WeStorage, su brazo de operación logística, que presta servicios desde el almacenaje hasta la gestión completa de la operación.



SCAN QR E INGRESA A
WWW.TG-GO.CL

TG GO: UN NUEVO NOMBRE, LA MISMA FUERZA Y LIDERAZGO EN LOGÍSTICA SEGURA

TRANSGAMBOA CAMBIÓ DE NOMBRE A TG GO Y AMPLIÓ EL ALCANCE DE SUS SERVICIOS HASTA EL BODEGAJE, POR ESO AHORA SU LEMA ES SECURITY, CARGO & STORAGE. EL LANZAMIENTO OFICIAL LO HIZO EN LOGISTEC SHOW DONDE DEMOSTRÓ POR QUÉ ES LA EMPRESA LÍDER EN TRANSPORTE DE CARGA SEGURA EN CHILE.

Con más de 15 años de trayectoria en el transporte de carga valorada, la reconocida empresa chilena conocida como Transgamboa ha dado un paso audaz en su evolución estratégica: su transformación en TG Go. Este cambio de marca no sólo representa una nueva identidad visual y corporativa, sino también una reafirmación de su compromiso con la seguridad, la eficiencia y la tecnología de punta en el mundo logístico, con mayor cobertura operacional, gracias a su ampliación de servicios hacia el bodegaje.

La nueva imagen fue presentada oficialmente durante su participación en Logistec Show 2025, donde la compañía dejó en claro que está lista para liderar una nueva era en la logística segura en Chile.

54

UN CAMBIO DE NOMBRE CON UNA VISIÓN MÁS AMPLIA

“El nombre evoluciona, pero nuestro compromiso con la seguridad y la eficiencia se mantiene intacto. Hoy estamos más preparados que nunca para proteger lo que más importa a nuestros clientes”, afirma David Miranda, gerente general de TG Go. Con esa frase resume el espíritu del cambio: una renovación que no olvida el origen, sino que lo potencia.

TG Go nace como una evolución natural de Transgamboa. La empresa identificó

que la transformación del mercado y el crecimiento sostenido de su cartera de servicios requerían una propuesta de valor más moderna, tecnológica y global. “El objetivo de este cambio es fortalecer lo que ya somos: expertos en logística de carga segura. Pero también es ampliar el espectro de soluciones que ofrecemos, ahora con una mirada más integral, con una visión de la logística transversal, no solo en el transporte, sino que en el almacenaje y distribución de última milla, donde la tecnología, la trazabilidad y la cobertura nacional son pilares clave”, señala el ejecutivo.

TG Go no solo conserva los atributos que posicionaron a la empresa como líder en el transporte de carga segura, sino que los amplifica. La compañía ahora ofrece una propuesta integral bajo el concepto “Security Cargo & Storage”, que incluye almacenaje y distribución con estándares de seguridad superiores para ofrecer a sus clientes una experiencia completa; con esto se posicionan como un operador logístico 3PL y mucho más complementarios en la cadena de valor de la logística.

Asimismo, fomenta su compromiso en la trazabilidad total del transporte de carga, con plataformas de monitoreo en tiempo real y la más alta tecnología con cobertura nacional, que incluye operaciones de Arica a Puerto Montt en un máximo de 36 horas.

Asimismo, mejora sus alternativas de camiones y rampas blindadas, acompañados por móviles de escolta, estudios de rutas para anticipar riesgos y optimizar desplazamientos, servicios Same Day y turnos nocturnos, adaptándose a las exigencias logísticas del cliente. Alta tecnología, como seguimiento GPS, POD digital en la nube y sistemas de comunicación encriptados, seguros amplios, con coberturas hasta 34.000 UF o más, según las necesidades de cada operación, un OTIF (On Time In Full) superior al 99%, con un 100% de satisfacción en las solicitudes de los clientes.

En particular, TG Go potencia su área de inteligencia artificial para entregar la más alta calidad de tecnología a sus clientes. Esto incluye entre las innovaciones implementadas cámaras inteligentes instaladas en los camiones, que son capaces de detectar peligros en tiempo real durante el trayecto, permitiendo una reacción inmediata ante situaciones de riesgo.

Además, los vehículos cuentan con sensores para el monitoreo de conductores, lo que garantiza tanto la seguridad del personal como la protección de la carga transportada.

Otro avance es el uso de plataformas predictivas, desarrolladas a partir de modelos de data intelligence, que permiten optimizar las rutas, identificando los caminos más seguros y eficientes. Complementariamente, se han incorporado sistemas de seguimiento de incidencias, capaces de detectar hechos noticiosos relevantes en las rutas donde operan los camiones, anticipándose a posibles alteraciones o amenazas.

TG GO EN LOGISTEC SHOW: UNA PUESTA EN ESCENA DE ALTO IMPACTO

La presentación oficial de TG Go se realizó durante la feria Logistec Show, realizada el 14 y 15 de mayo en Espacio Riesco. La empresa no pasó desapercibida: su stand

fue uno de los más visitados y comentados del evento. ¿La razón? Un montaje único que incluyó el ingreso de un camión blindado al interior del recinto, acondicionado como una oficina móvil con torre de control en tiempo real.

“El desafío era grande, pero logramos montar algo que representa exactamente lo que somos: un tanque logístico”, dice Miranda, haciendo referencia no solo al camión en exposición, sino también al espíritu robusto, ágil y confiable de la marca y las sorpresas que llevó durante el evento.

Durante los dos días de feria, TG Go exhibió sus soluciones tecnológicas en vivo, mostrando cómo se gestiona una operación de carga segura en tiempo real desde cualquier punto del país. Empresas de software, tecnología, GPS y seguridad aliadas de TG Go como Wisetrack, Black GPS Safe Car acompañaron la exhibición, destacando la red de socios estratégicos que respaldan la operación. Lo mismo que la corredora de seguros Vientos Sur Seguros, una aliada estratégica en la gestión de riesgos.

Uno de los momentos más llamativos fue la presencia del futbolista Esteban “El Tanque” Paredes, quien visitó el stand el segundo día. “Invitamos al Tanque porque representa lo que somos: fuerza, confiabilidad y trayectoria. Fue una gran experiencia que humanizó aún más nuestra marca”, comenta Miranda. La feria fue, sin duda, una plataforma exitosa para dar a conocer el nuevo rostro de la empresa. “Nos sorprendió la cantidad de personas que se acercaron. Tuvimos reuniones con representantes de sectores como minería, electrónica, retail, telecomunicaciones, salud y tecnología. Claramente hay una necesidad creciente de servicios logísticos de alto estándar, y en TG Go estamos listos para responderla”, agrega.

La transformación de Transgamboa a TG Go y su impecable participación en la feria no habrían sido posibles sin el compromiso del equipo humano detrás de la operación. “Las ferias siempre tienen imponderables, cosas que resolver en el minuto, pero sin la cooperación del tremendo equipo de TG Go no hubiese sido posible”, destaca David Miranda, quien dirige

la compañía. “estas iniciativas no se hubiesen logrado sin el acompañamiento de Felipe Ortiz en su rol gerencial de manera transversal y el equipo en su conjunto. Sumado a esto, las tripulaciones y el personal administrativo quienes nos acompañan en el día a día con total dedicación”, agrega.

MIRANDO EL FUTURO

Para TG Go, el futuro está en la convergencia entre tecnología, seguridad y flexibilidad operativa. La empresa apuesta por seguir ampliando sus capacidades, desarrollando nuevas soluciones y profundizando su presencia regional en todo Chile.

“En un contexto de creciente inseguridad, cada minuto cuenta. Nosotros nos encargamos de que ese riesgo desaparezca”, dice David Miranda. Con una renovada identidad y un portafolio de servicios que responde a las más altas exigencias del mercado, TG Go se posiciona como la opción más segura, moderna y confiable para el transporte y la logística de carga de alto valor en Chile.



Improvement
79
percent

¿QUÉ TAN “INTELIGENTE” ES LA LOGÍSTICA INTELIGENTE?

HABLAR DE LOGÍSTICA INTELIGENTE -O “SMART LOGISTIC”- SE HA CONVERTIDO EN UN TEMA RECURRENTE EN LA INDUSTRIA. ALGUNOS LA UTILIZAN COMO SINÓNIMO DE EFICIENCIA, AUTOMATIZACIÓN, TRAZABILIDAD O DIGITALIZACIÓN AVANZADA Y CON DISTINTOS ÉNFASIS, PERO NO TODOS TIENEN TAN CLARO SUS IMPACTOS Y SOBRE TODO, QUÉ CONDICIONES DEBEN DARSE PARA QUE LA LOGÍSTICA INTELIGENTE SE CONVIERTA EN RESULTADOS OPERATIVOS CONCRETOS.

Aunque la logística inteligente se caracteriza por el uso de tecnologías avanzadas, lo que realmente la define es otro elemento: su capacidad para mejorar los procesos en la práctica y adaptarse al negocio. Porque, claramente, no basta con incorporar tecnologías y digitalizar procesos. Los expertos recalcan que la verdadera inteligencia logística se activa cuando esas herramientas están al servicio de una estrategia clara y medible.

Un estudio reciente y de gran alcance publicado por Scientific Reports y difundido a través de Nature, arroja resultados en esa línea, al concluir que “la logística inteligente mejora significativamente la resiliencia de la cadena de suministro, siempre que se supere cierto umbral de madurez tecnológica y organizacional”.

El análisis, basado en datos recopilados entre 2012 y 2023 en empresas manufactureras de 30 provincias de China, evaluó cómo la adopción de tecnologías inteligentes impacta en la capacidad de las empresas manufactureras para resistir, adaptarse y recuperarse frente a disrupciones. Los resultados, revelados en marzo de este año, muestran que las

mejoras no dependen únicamente de la incorporación de sistemas digitales, sino de cómo estos se integran en los procesos, cómo se interpretan los datos generados y qué decisiones se toman en consecuencia.

Asimismo, se observó que los impactos positivos fueron más evidente en regiones con mayor desarrollo logístico, cultura organizacional orientada a la innovación y redes colaborativas consolidadas.



Pablo Toro
Gerente de I+D
en Innvatti

Por supuesto la realidad de China - que cuenta con una gran trayectoria en el desarrollo de la logística inteligente- no es comparable con la de Chile. Sin embargo, varios de los principios que han facilitado esa transformación son adaptables a escala local (la integración tecnológica con visión estratégica, la colaboración digital entre actores logísticos y el uso de datos para anticiparse a disrupciones), en la medida que se consideren las capacidades y desafíos propios del contexto chileno.

EL SELLO DE LA LOGÍSTICA INTELIGENTE

De acuerdo a la estrategia y el core del negocio. Para Pablo Toro, gerente de I+D de Innvatti, el concepto de Logística Inteligente tiene que ver fundamentalmente con "cómo logramos, mediante tecnología interconectada, saber en tiempo real lo que está ocurriendo al interior de la operación y ahora, si sumamos el nuevo eslabón de la IA, que permite "predecir" ciertos patrones o comportamientos, podemos adaptar la estrategia".

Entre las tecnologías inteligentes que mejor ayudan a optimizar procesos en logística actualmente destaca los sensores físicos de IOT y "soluciones tradicionales, pero interconectadas, como sorters, god

to person, RFID e inclusive WMS o TMS, siempre que tengan el atributo adicional de permitir interactuar con el entorno y no solo con su contexto de operación, como el blockchain, por ejemplo", precisa.

Pero más allá de las tendencias de moda, considera que el primer gran paso hacia la logística inteligente es saber identificar correctamente qué tecnología adquirir, sin perder el foco del core del negocio y sin desviarse de la estrategia definida.

"El crecimiento tecnológico debe tener una estrategia para reconocer el camino y las soluciones que queremos ir adquiriendo a medida que vamos pasando las primeras etapas de adaptación tecnológica. Implementar pequeñas soluciones tecnológicas ya es un comienzo y luego se pueden ir incorporando nuevas soluciones que tengan por esencia interconectarse con las anteriores y con una visión de futuro", acota.

INTEGRACIÓN CON SENTIDO Y VALOR OPERATIVO TANGIBLE

Desde STG Chile, Leonardo Navarrete, Chief Commercial Officer, define este concepto como "la capacidad de orquestrar tecnologías, datos y procesos de manera estratégica para generar eficiencia, visibilidad y capacidad de adaptación en toda la cadena de suministro".

Por supuesto -acota- no se trata solo de implementar la última tecnología, sino de integrarla con sentido, respondiendo a desafíos reales del negocio.

"Una logística es verdaderamente inteligente cuando conecta los sistemas y equipos para operar con información en tiempo real, facilita la toma de decisiones basada en datos; es capaz de escalar y adaptarse ante cambios en la demanda o el contexto y; sobre todo, cuando la tecnología se traduce en valor operativo tangible, como reducción de errores, ma-

yor productividad o mejor experiencia del cliente", puntualiza. En esa línea, afirma que hoy en día, las tecnologías más efectivas son "aquellas que automatizan tareas repetitivas, capturan datos en tiempo real y permiten tomar decisiones ágiles".

Entre ellas, destaca los Robots Móviles Autónomos (AMR) y las soluciones de automatización robótica para picking y transporte interno; los sistemas de gestión de almacenes (WMS) integrados con tecnologías de captura de datos; los sistemas RFID que permiten trazabilidad sin contacto y visibilidad completa de activos e inventario y las tablets industriales y dispositivos móviles robustos, que conectan al personal de campo con los sistemas en tiempo real.



Cristóbal López
Country Manager
en Drivin

Para incorporar logística inteligente de manera efectiva a una empresa estima fundamental que las soluciones tecnológicas se adaptan al negocio (y no al revés) y que el proveedor acompañe al cliente en todo el proceso de adopción, desde la consultoría hasta el soporte post-implantación.

"Nuestra recomendación principal es no partir por la tecnología, sino por el diagnóstico. Entender bien el proceso actual, los cuellos de botella y los objetivos de negocio es clave para definir una solución que realmente aporte valor.

Además es esencial medir los resultados, capacitar al equipo humano y pensar en escalabilidad. Es decir, comenzar por una solución concreta, pero con visión de largo plazo", comenta Leonardo Navarrete.

CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN E INVOLUCRAR A EQUIPOS

EL METAVERSO EN LA LOGÍSTICA; EL CASO DE BUSAN

Un ejemplo de cómo la logística inteligente avanza hacia nuevas fronteras está en Busan, Corea del Sur. En este puerto incorporaron un innovador sistema, denominado Port Logistics Metaverse Framework (PLMF), que integra inteligencia artificial y tecnologías de metaverso para optimizar las operaciones logísticas portuarias.

El sistema permite la simulación y supervisión en tiempo real de procesos como la llegada de buques, planificación dinámica de

ataques, monitoreo de emisiones y evaluación de riesgos, todo dentro de un entorno digital inmersivo.

De acuerdo al Informe "AI + Metaverso aplicado al Puerto de Busan (2024), la aplicación del PLMF permitió mejorar la puntualidad de los buques en 79% y aumentar su eficiencia operativa.

Lejos de ser ciencia ficción, el metaverso logístico representa una evolución tangible de la logística inteligente, donde la visualización, el análisis predictivo y la toma de decisiones estratégicas convergen en un entorno digital inmersivo y conectado.

Para Cristóbal López, Country Manager de Drivin, la logística inteligente no tiene que ver solamente con incorporar tecnología de punta. "Para nosotros, lo inteligente no es la herramienta, sino cómo se usa y qué se obtiene de ella.



Leonardo Navarrete
Chief Commercial Officer
en STG Chile

58

El objetivo debe ser resolver problemas reales de operación, con trazabilidad, control, flexibilidad y capacidad de reacción ante imprevistos. No se trata solo de visibilizar lo que ocurre, sino de poder actuar sobre eso: tomar decisiones informadas, optimizar procesos y adaptar la operación en tiempo real", apunta.

En Drivin -plataforma de gestión de transporte diseñada para optimizar procesos logísticos- aplican este concepto a partir de herramientas tecnológicas que les ayuden efectivamente a controlar la operación en tiempo real y a tomar decisiones con base en datos, según explica Cristóbal López: "son tecnologías que realmente

agregan valor porque con ellas podemos, por ejemplo, planificar las rutas en forma dinámica, monitorear entregas desde el celular o generar alertas automáticas cuando hay desviaciones".

Del mismo modo, sostiene que hacer logística inteligente también pasa por ofrecer soluciones que se integren a la operación de cada cliente y se adapten a su realidad.

"A veces se piensa que basta con implementar una plataforma y está todo listo, pero esto no es plug and play. Hay que tener objetivos claros y elegir socios tecnológicos que entiendan la operación. Y sobre todo, hay que involucrar a los equipos internos, porque la logística inteligente no es solo tecnología: es también gestión del cambio, cultura operativa y mejora continua", resume. Podemos deducir, entonces, que la logística inteligente se vuelve realmente inteligente cuando, a partir de una estrategia clara y adaptada al negocio, es capaz de traducirse en una herramienta operativa con KPIs claros, como por ejemplo, mejoras en puntualidad, ahorro de combustible o mejor experiencia de cliente, entre otras variables medibles. En ese contexto, las tecnologías que optimizan

procesos no son necesariamente las más espectaculares, pero sí las más conectadas con el terreno.

5 TÁCTICAS PARA APLICAR LOGÍSTICA INTELIGENTE EN LA EMPRESA

1 Antes de automatizar, estandariza y simplifica procesos. La tecnología no resuelve el desorden: digitalizar una operación ineficiente solo amplifica sus problemas. Define flujos claros, elimina pasos innecesarios y documenta buenas prácticas.

2 Comienza con un foco claro y medible. No intentes transformar toda la operación de una vez. Elige un dolor logístico concreto —como un picking lento o exceso de quiebres—, aplica una solución puntual y mide los resultados. Eso permite escalar con evidencia y respaldo interno.

3 Apuesta por la interoperabilidad. Las tecnologías inteligentes deben poder conversar con tu sistema ERP, TMS o WMS actual. Las soluciones aisladas ("islas digitales") generan más fricción que eficiencia. El verdadero retorno viene de un ecosistema conectado.

4 Forma equipos mixtos desde el inicio. Junta a expertos en logística, tecnología, ingeniería de procesos y gestión del cambio. La logística inteligente no es solo cuestión de software: requiere adaptación cultural, nuevos liderazgos y cambios en la toma de decisiones operativas.

5 Piensa en red, no en silos. Automatizar una bodega sin conectarla con tus proveedores o transportistas limita el impacto. La logística inteligente cobra valor real cuando fluye a lo largo de la cadena, con trazabilidad y colaboración. ■



Patio Panal

Un centro logístico con
la mejor conectividad
de Santiago.

Proyecto de reconversión urbana conectado
con la Ruta 5 y Costanera Norte.

Por éxito comercial, pronto nueva etapa.
Arrienda tu próxima bodega con nosotros.

Especificaciones técnicas

-  Bodegas desde 1m² a 8.000 m²
-  Seguridad 24/7.
-  Pisos para carga de alto tonelaje.

-  Flexibilidad de superficies.
-  Área de servicios.
-  Gestión de residuos y eficiencia energética.

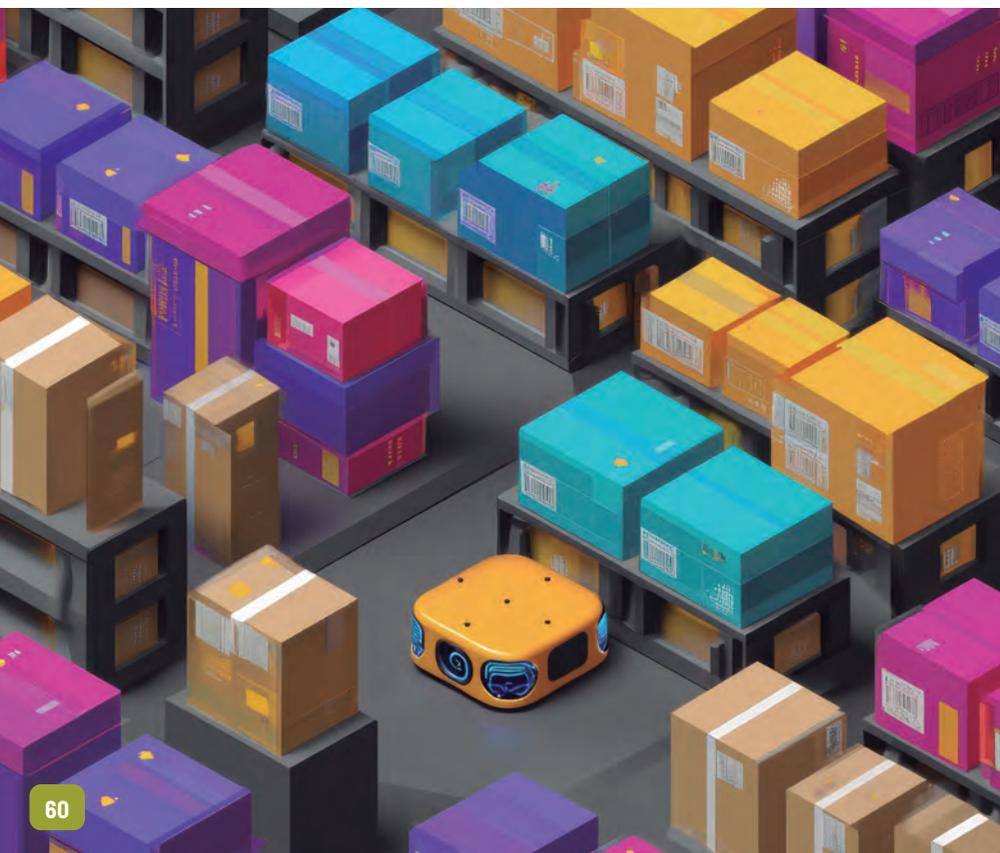
 **PATIO INDUSTRIAL**

Si necesitas asesorías comunícate con nosotros

contacto@patio.cl | +56 9 7722 4832 | www.patio.cl

TECNOLOGÍA PARA UN SUPPLY CHAIN MODERNO: ¿ESTÁ CHILE A LA ALTURA?

LOS PROFESIONALES DE SUPPLY CHAIN DEMANDAN SOLUCIONES TECNOLÓGICAS QUE NO SOLO MEJOREN LA PRODUCTIVIDAD Y LA TOMA DE DECISIONES EN TIEMPO REAL, SINO QUE TAMBIÉN ESTÉN ALINEADAS CON LOS OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL. SI BIEN EL MERCADO TECNOLÓGICO CHILENO HA LOGRADO AVANCES IMPORTANTES, AÚN ENFRENTA RETOS EN LA INTEGRACIÓN, PERSONALIZACIÓN Y DESARROLLO LOCAL DE HERRAMIENTAS INNOVADORAS.



60

aún arrastra. Sus visiones -desde el retail, la logística industrial y la distribución- permiten dimensionar qué se espera hoy del mundo tech y cuánto camino queda por recorrer.

DE LA EFICIENCIA A LA DIFERENCIACIÓN

La transformación tecnológica en supply chain ya no se limita a la automatización de procesos básicos. Hoy, las empresas buscan soluciones integradas que les permitan ser más ágiles, tomar decisiones en tiempo real y anticiparse a la demanda del mercado.

“Buscamos tecnologías que aumenten la productividad, la competitividad y el servicio al cliente, donde la agilidad y adaptabilidad son críticas para el éxito”, afirma Francisco Apablaza, ejecutivo con amplia experiencia en supply chain para empresas de consumo masivo y moda. Para Apablaza, el mercado exige velocidad, precisión y flexibilidad. “En nuestro rubro, quien se adapta más rápido tiene la ventaja. Por eso valoramos soluciones que se puedan implementar en semanas, no en meses. Y ahí, muchas veces, las tecnologías importadas -particularmente las chinas- ofrecen una respuesta más pragmática”, señala.

LA PROMESA DEL ECOSISTEMA TECNOLÓGICO CHILENO

Qué espera un profesional de Supply Chain cuando se sienta frente a un proveedor tecnológico en Chile? La respuesta ya no se limita a eficiencia y ahorro de costos. Hoy, quienes lideran la logística y las operaciones buscan algo más profundo: soluciones que les permitan responder a negocios cada vez más exigentes, con tecnologías ágiles, integrables, sostenibles y adaptadas a la realidad local. En esta búsqueda, el mercado tecnológico chileno

cumple un rol clave, pero ¿está realmente preparado para acompañar esta transformación? ¿Qué tan maduras son sus soluciones? ¿Qué brechas enfrentan quienes operan desde Chile?

Para entender el momento que vive la industria, en este sentido, conversamos con tres ejecutivos de supply chain en el país: Francisco Apablaza, Dagoberto Sanhueza y Horacio Garrido. Sus respuestas revelan tanto avances como deudas estructurales que el ecosistema tecnológico chileno

Aunque los avances existen, los entrevistados coinciden en que el mercado tecnológico chileno todavía está lejos de satisfacer plenamente las expectativas de los profesionales de supply chain. Existen buenas soluciones, pero también limitaciones.



Horacio Garrido
Operations Director
Hortifruit Imports USA

Dagoberto Sanhueza, observa que: “Actualmente, el mercado chileno ofrece una amplia gama de soluciones tecnológicas, desde sistemas ERP robustos hasta plataformas de última milla y herramientas de inteligencia artificial para la planificación de la demanda”. Sin embargo, agrega, “aún enfrentamos desafíos en aspectos como la interoperabilidad entre sistemas, la adopción de tecnologías emergentes

como IoT y blockchain, y, sobre todo, la disponibilidad de talento especializado”.

La mirada de Horacio Garrido, Operations Director Hortifruit Imports USA, coincide con lo señalado: “El mercado ofrece soluciones básicas a intermedias. He visto buenos desarrollos en última milla, algunas plataformas incluso se han expandido regionalmente.

Pero, por ejemplo, para pymes, la oferta sigue siendo limitada por los altos costos y la baja personalización”.

Garrido, con dos décadas liderando operaciones logísticas, también destaca una carencia estructural: “La mayoría de las empresas tecnológicas locales siguen centradas en outsourcing.

Eso está bien, pero si no apostamos por la creación de herramientas propias, difícilmente vamos a generar soluciones de alto valor para la industria”.

¿Y EL DESARROLLO NACIONAL?

Un tema que se repite en las tres voces entrevistadas es la dependencia de tecnología importada y la escasa fabricación local.

“En materia de automatización, ya existen empresas chilenas que se dedican al montaje e integración, incluso fabrican algunos componentes. Pero la mayoría de los proyectos utilizan productos importados”, indica Sanhueza.

“En menor medida, conviven componentes de fabricación nacional como complementos de mecanismos extranjeros. El problema es que, si no nos atrevemos a desarrollar más tecnología local, no vamos a adquirir la experiencia y conocimiento que otros países ya tienen. Y eso limita nuestra autonomía a largo plazo”, agrega el ejecutivo de Farmacias Similares. En tanto, Francisco Apablaza, define

TDS AMERICA

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

Del caos, a la precisión: Optimiza tu gestión logística hoy.

DR. MANUEL BARROS BORGÑO 225, PROVIDENCIA | CONTACTO@TDS.CL | +562 2236 0727 | WWW.TDS.CL

DATALOGIC | ZEBRA | UBIQUITI | Extreme | Cambium Networks | KFI | TSC | BLUEBIRD | CODE WIT | Scalefusion

el desarrollo tecnológico nacional como “lento”, apuntando a la necesidad de realizar cambios culturales con mayor impulso. “El progreso es lento; se necesita mayor adopción de tecnologías ágiles y un cambio cultural para responder a la demanda de negocios dinámicos como el retail”, comenta.



Francisco Apablaza
Gerente de Logística
en Fashion's Park

Sanhueza advierte que aún persisten desafíos importantes: “es necesario fortalecer la infraestructura digital en zonas remotas, ampliar la cobertura de conectividad y avanzar en la madurez de la integración tecnológica a lo largo de toda la cadena de suministro.

En definitiva, “Chile muestra un progreso prometedor, pero para consolidar su posición, es fundamental seguir invirtiendo en innovación, en el desarrollo de talento y en una colaboración activa entre los distintos actores del ecosistema tecnológico y logístico”.

“El mercado tecnológico chileno está en una etapa de desarrollo intermedio, con fortalezas como una buena conectividad y un ecosistema emprendedor en crecimiento, pero con desafíos significativos, reconoció Horacio.

62

UN PAÍS CON POTENCIAL... PERO EN TRANSICIÓN

Los tres expertos coinciden en que Chile tiene potencial para avanzar hacia un mercado tecnológico más competitivo. Existen buenas condiciones de conectividad, un ecosistema emprendedor en crecimiento y empresas que están invirtiendo en digitalización.

“Chile ha avanzado significativamente en digitalización”, asegura Sanhueza. “En

logística, el nivel puede considerarse medio-alto. Muchas compañías están automatizando centros de distribución, incorporando vehículos eléctricos y utilizando analítica avanzada”, enfatiza. Sin embargo, Garrido advierte que los desafíos estructurales son profundos: “En 2023, Chile registró solo 21 patentes tecnológicas. Estamos por debajo de países como Uruguay. Seguimos dependiendo de servicios de bajo valor agregado, y la fuga de talento tecnológico es una realidad”.

Agrega: “Necesitamos una estrategia nacional que priorice la creación de tecnología propia, la formación de capital humano y la integración público-privada. No podemos seguir avanzando cada uno por su cuenta”.

Dagoberto, en definitiva asegura que “Chile muestra un progreso prometedor”, pero para consolidar su posición, es fundamental seguir invirtiendo en innovación, en el desarrollo de talento y en una colaboración activa entre los distintos actores del ecosistema tecnológico y logístico.



Dagoberto Sanhueza
Subgerente de Logística
en Farmacias del Dr. Simi
Chile.

LO QUE LOS EJECUTIVOS ESPERAN

Las expectativas de los profesionales de supply chain son claras:

- **Soluciones ágiles y adaptables:** “Necesitamos soluciones que estén operativas rápidamente”, resume Apablaza.

- **Tecnología integrada y escalable:** “Las herramientas deben poder crecer con la empresa y conectarse con los sistemas existentes. No podemos estar parchando tecnologías cada año”, enfatiza Sanhueza.

- **Apoyo al desarrollo nacional:** “Si seguimos importando todo, nunca vamos a tener una industria resiliente. Necesitamos desarrollar tecnología en Chile”, sostiene Garrido.

- **Enfoque en sostenibilidad:** “Toda solución nueva debería incluir variables de eficiencia energética y reducción de emisiones. Es una exigencia, no un lujo”, agrega Sanhueza.

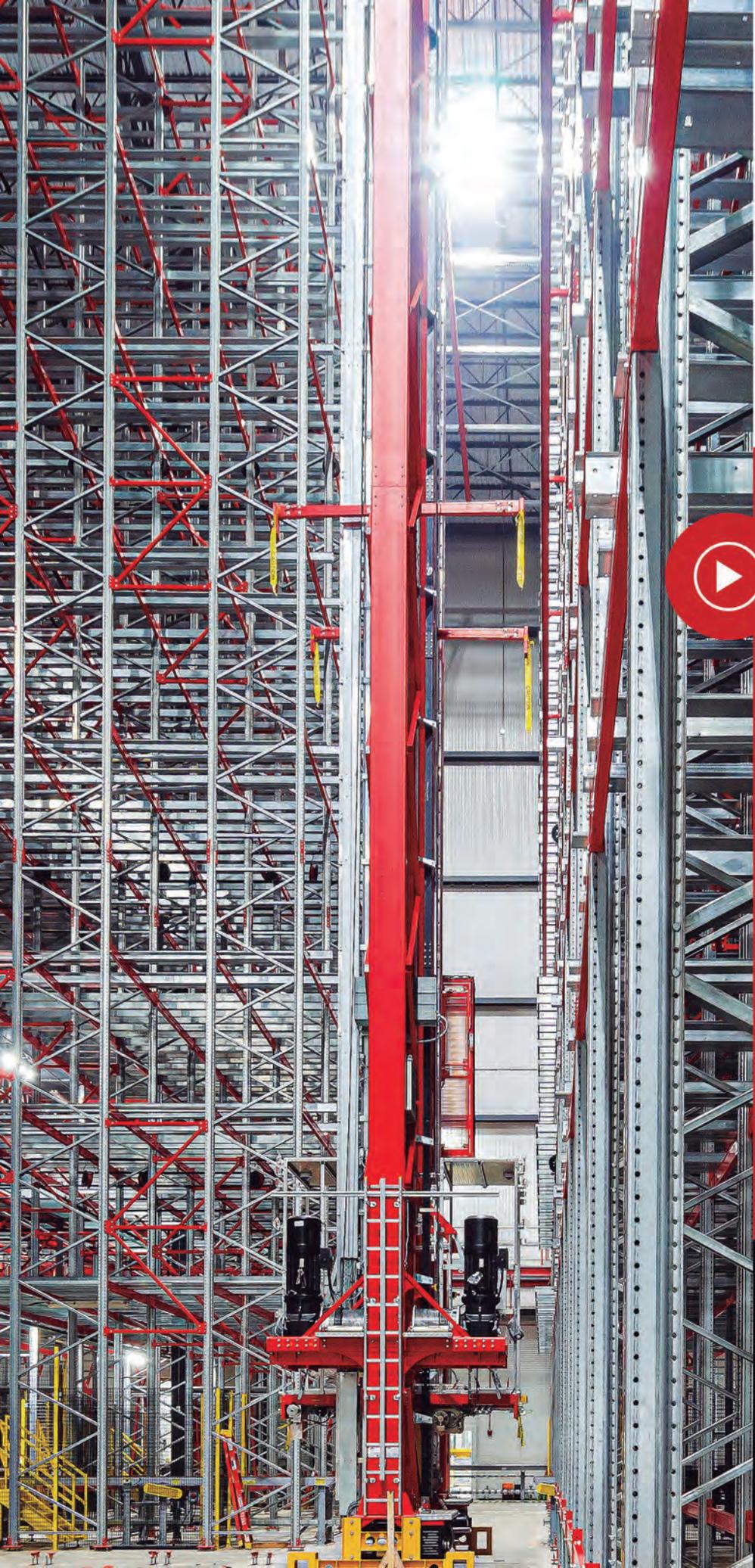
Chile ha demostrado que puede digitalizar su logística y adoptar nuevas tecnologías. Pero si quiere ser protagonista y no solo consumidor, debe avanzar hacia un ecosistema donde la innovación sea una capacidad instalada, no un proyecto aislado. Como resume Garrido: “La transformación digital en logística requiere de soluciones integradas y accesible”.

Las expectativas están sobre la mesa. Ahora le toca al mercado tecnológico chileno responder.

En este contexto, el desafío no es solo tecnológico, sino estratégico, estructural y cultural. Alcanzar un supply chain moderno en Chile exige mucho más que incorporar soluciones puntuales o seguir tendencias globales; Implica construir una visión de largo plazo, donde la tecnología no sea un fin en sí mismo, sino un habilitador de eficiencia, resiliencia, sostenibilidad y crecimiento.

Esto requiere avanzar en múltiples frentes: mayor inversión en investigación y desarrollo, políticas públicas que impulsen la innovación nacional, formación de talento digital desde etapas tempranas, e incentivos reales para que las empresas apuesten por soluciones locales de alto valor agregado.

Si Chile quiere dejar de ser un consumidor de tecnología y convertirse en un generador de soluciones para su propia realidad logística es momento de pasar del discurso a la acción. ■



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

TREN DE CARGA Y EFICIENCIA LOGÍSTICA: UN LARGO RECORRIDO

En un escenario donde tanto los puertos como el transporte por carretera enfrentan limitaciones, el ferrocarril de carga podría ser un gran complemento en la logística terrestre nacional. ¿Qué hace falta para convertirlo en una alternativa viable? ¿Qué está haciendo EFE para potenciar este modo de transporte?

64

Pese a sus evidentes ventajas en términos de capacidad, sustentabilidad y descongestión vial, el transporte ferroviario de carga sigue siendo un modo subutilizado en la logística chilena. Con una red que recorre más de 2 mil kilómetros y que moviliza cerca de 9 millones de toneladas al año, su participación modal en los principales puertos del país es muy limitada.

A ello se suman barreras estructurales que han dificultado la entrada de nuevos actores y limitado su desarrollo.

Jorge Guajardo, gerente de Logística de EFE, es consciente del estancamiento del sistema ferroviario de carga. "No hemos logrado superar el registro histórico de 11 millones de toneladas movilizadas al año. Y si analizamos los últimos 10 años, los volúmenes incluso han decrecido; esta es una muestra inequívoca de que se necesita una modernización del modelo actual y es un tema del que nos queremos hacernos cargo como compañía", expresó durante su presentación en Logistec Show 2025.



incluso si movilizan volúmenes más pequeños de carga”, precisó Guajardo.

EL MODELO “OPEN ACCESS”

Actualmente, EFE opera con un modelo de contrato de carga “Open Access”, que permite que empresas privadas como Fepasa o Transap puedan acceder a su infraestructura. Chile fue pionero en implementar este tipo de contratos en Latinoamérica, en el año 1994.

“Es un modelo ampliamente utilizado en varios países, incluyendo la Unión Europea”, precisa Jorge Guajardo. Sin embargo, recalca que el contrato que rige actualmente a EFE fue creado hace 30 años, en un contexto logístico-industrial muy distinto al que tiene hoy día el país.

Por otro lado, reconoce que ese contrato “presentaba barreras que desincentivaban el ingreso de empresas privadas al sistema, como por ejemplo, cánones fijos muy altos, lo que implicaba que, para que ingresara un nuevo operador, debía hacerlo con un gran volumen de carga, para que fuera rentable”.

Además de facilitar la entrada de nuevos operadores ferroviarios y modernizar las condiciones tarifarias y operativas del sistema, el gerente de Logística de EFE sostiene que el nuevo contrato se orienta a promover las inversiones público-privadas. “Entendiendo que la capacidad de la red está cada vez más desafiada, se requería un modelo que ayudara a optimizar la capacidad y la infraestructura actual, para lo cual obviamente es necesario hacer nuevas inversiones”. apunta.

Otra de las novedades del nuevo contrato es la incorporación del sistema “úselo o piérdalo”, un modelo muy común en la industria aeroportuaria, que exige a los

operadores cumplir con los programas de circulación acordados, bajo riesgo de perder el canal asignado, si no lo utilizan eficientemente.

A esto se suma un control más riguroso de itinerarios y la implementación de incentivos operacionales que incluyen recompensas por desempeño eficiente, pero también eventuales sanciones por incumplimientos. “El mantenimiento es el ítem más relevante en nuestra estructura de costos. Necesitamos que la red se utilice con eficiencia y que los porteadores se comprometan con operaciones seguras y planificadas”, señaló Guajardo.



Jorge Guajardo
Gerente de Logística
de EFE

La nueva apuesta de EFE incluye también el desarrollo de centros de transferencia intermodal. El proyecto más emblemático en esta línea es el Terminal Intermodal Barrancas, en construcción en San Antonio, que quintuplicará la capacidad ferroviaria de transferencia portuaria, pasando de 50.000 a 250.000 TEUs (unidades equivalentes a contenedores de unos 6 metros de largo).

“Este terminal va a cambiar por completo la escala operativa en San Antonio. Es una inversión concreta y estratégica para el sistema logístico”, afirmó Guajardo durante su presentación en Logistec Show.

Para finalizar, Guajardo precisó que en este periodo se encuentran trabajando en implementar todas las condiciones que conlleva el nuevo contrato, ya disponible en el sitio web de EFE. En el intertanto, el desafío de integrar de forma efectiva al tren de carga en la cadena logística nacional se mantiene vigente.

LA MIRADA DE CAMPORT

Daniel Fernández, presidente del directorio de la Cámara Marítima y Portuaria de Chile, Camport observa con preocupación la baja participación del ferrocarril en el transporte de carga, que estima en 3%

Para revertir este panorama, la Empresa de Ferrocarriles del Estado desarrolló una estrategia que busca aumentar los volúmenes de carga ferroviaria a través de la modernización de la infraestructura, el acceso a la red y el modelo operativo. Un eje central de esta estrategia es un nuevo contrato de carga, que entrará en vigencia en 2028.



Daniel Fernández
Presidente del Directorio
de Camport

“Entre nuestras metas corporativas está el duplicar los volúmenes de carga al 2030. Esto, apalancado principalmente por este nuevo modelo de contrato, que fue desarrollado pensando en abrir el sistema y permitir que más actores puedan acceder a nuestra infraestructura,

a nivel nacional. “Afecta directamente la competitividad, congestiona las rutas viales y aumenta los costos logísticos, además de ser una limitante para la eficiencia del sistema portuario chileno”, apunta.

Desde su perspectiva, es prioritario que el país cuente con alternativas logísticas más eficientes y sostenibles que el transporte carretero.

“En la zona central, se acaban de entregar en concesión por 30 años las dos rutas más importantes que conectan con nuestros puertos: 68 y 78. Cuando se concesionaron ambas rutas, en los 90, se consideró una doble calzada segregada en toda su extensión. Treinta años después, ambas consideran aumentos de capacidad, a terceras y cuartas pistas en algunas zonas, más un conjunto de otras obras. ¿Qué haremos en 30 años más, construir quintas y sextas pistas? Evidentemente ello no será posible y, en consecuencia, es urgente impulsar desde el Gobierno una mayor participación del ferrocarril en el transporte de carga a nivel nacional”, recalca.

Para avanzar en esta línea –agrega– se requiere una planificación estratégica integral, que incorpore bajo una misma mirada el modo ferroviario y vial, como parte fundamental del desarrollo de la conectividad del país. “También es necesario avanzar en una coordinación institucional entre ministerios y empresas estatales como EFE, de modo que los proyectos viales y ferroviarios estén alineados con los planes portuarios a largo plazo, así como con otras necesidades. La conectividad debe planificarse en colaboración”, argumenta.

Y si bien valora el terminal Barrancas como un proyecto estratégico para el futuro del sistema portuario nacional, estima que “ninguna infraestructura portuaria de gran escala puede considerarse completa si no va acompañada de centros de transferencia de carga en el origen-destino de

la carga, así como de accesos adecuados, tanto viales como ferroviarios”

En este sentido, sostiene que es prioritario avanzar en una planificación coordinada que asegure la existencia de un centro de transferencia de carga cercano a la ciudad de Santiago. De lo contrario, advierte, “el potencial de Barrancas no será utilizado en forma eficiente. Si ello no ocurre, la mayoría de la carga que supuestamente transferirá el PGE en San Antonio continuará movilizándose por nuestras carreteras”.

Por otro lado, enfatiza que la eficiencia del sistema logístico no depende únicamente del puerto en sí, sino de su integración con el resto de las cadenas logísticas: “cualquier inversión portuaria relevante debe ir de la mano con una modernización y ampliación de sus accesos, entre otras consideraciones; es la única manera

CON ENFOQUE TÉCNICO Y MIRADA INTERNACIONAL

de asegurar competitividad y sustentabilidad en el largo plazo”.

Fabián Figueroa, experto en infraestructura, tecnología y gestión del sistema ferroviario y asesor técnico de la Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC) remarca la importancia de contar con un ministerio fuerte, “que unifique las visiones y necesidades de movilidad de forma equilibrada y que administre los procesos de inversión pública y concesión de la infraestructura crítica.

Hasta ahora, los distintos ministerios involucrados continúan priorizando inversiones en carreteras, puertos y aeropuertos, en detrimento del ferrocarril, además de centralizar las inversiones”.

Junto con ello, considera fundamental incrementar las inversiones públicas en el sector ferroviario nacional y aumentar su competitividad. “Este tipo de señales

del mundo público permiten demostrar el compromiso con el modo ferroviario, lo que podría reencantar al mundo privado, quienes también están llamados a considerar el tren como una solución moderna e integral de movilidad”, sostiene.

Radicado en Europa, Figueroa se desempeña actualmente como experto en contratos GCU (General Contract of Use for Wagons), un tipo de contrato estándar regula el uso de vagones de carga entre empresas ferroviarias y propietarios de vagones. Utilizados en gran parte de Europa, estos acuerdos establecen responsabilidades, condiciones técnicas, mantenimiento y manejo de daños.

“Es un modelo bastante distinto al Chile, entre otras cosas, porque los operadores son dueños de sus vagones y no tienen la necesidad de prestarlos entre ellos, por ende no es un contrato a replicar en el país. Sin embargo algo muy interesante del GCU que sería posible de considerar, son los estándares mínimos que se exigen a los firmantes en materia de fiabilidad del servicio, mantenimiento de los equipos y responsabilidades frente a accidentes”, explica.

Respecto del nuevo contrato de EFE –empresa en la que trabajó por más de siete años– considera que es una necesidad urgente, “que espero tenga mecanismos que permitan garantizar un mayor grado de flexibilidad tanto para la entrada de nuevos actores, como también para la expansión de la operación de los actuales porteadores”.

Recalca, eso sí, que el contrato por sí solo no garantiza un crecimiento en la participación del ferrocarril en el transporte de cargas: “el nuevo modelo no puede trabajar solo y en eso he visto que EFE ha ido acelerando otras iniciativas que permitirían mejorar las condiciones para hacer que el ferrocarril de cargas sea más competitivo, junto con el contrato. Clave son las inversiones en infraestructura y sistemas ferroviarios, donde a mi juicio, habría que ser mucho más ambicioso que los planes actuales”. ■

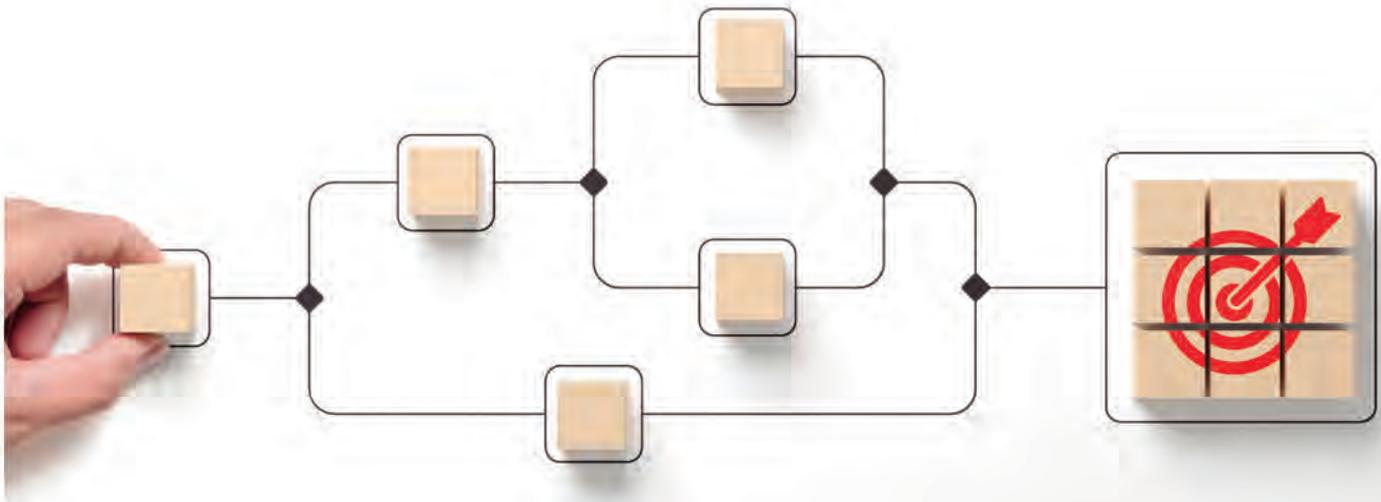


Fabián Figueroa
Asesor Técnico de la Unión
Internacional de Ferrocarriles



EN EGA KAT IMPLEMENTAMOS LA FILOSOFÍA LEAN LOGISTICS PARA OPTIMIZAR CADA ESLABÓN DE TU CADENA DE SUMINISTRO. PROCESOS MÁS ÁGILES, COSTOS MÁS EFICIENTES Y UN SERVICIO DISEÑADO PARA MEJORAR CONTINUAMENTE.

NO SOLO TRANSPORTAMOS. TRANSFORMAMOS.



CONTÁCTANOS!



FSSC 22000



CHILE : Santiago / Antofagasta / Concepcion / Puerto Montt

egakat.cl egakatchile ventas@egakat.cl +56 9 4461 3703

USA • COLOMBIA • MÉXICO • PERÚ • PORTUGAL www.egakat.cl



ENTRE MARZO Y JUNIO, DISTINTAS PERSONALIDADES Y GREMIOS DEL RUBRO LOGÍSTICO NACIONAL PRESENTARON ANTE LA COMISIÓN DE OBRAS PÚBLICAS, TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES DE LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADAS Y DIPUTADOS DE CHILE SUS PUNTOS DE VISTA RESPECTO AL PROYECTO DE LEY BOLETÍN N° 8654-15 QUE BUSCA MODIFICAR LA NORMATIVA DE PESAJE OBLIGATORIO DE CAMIONES EN INSTALACIONES LOGÍSTICAS LOGISTEC REVISÓ LAS PONENCIAS DE ALGUNOS DE ESTOS REPRESENTANTES QUE, AUNQUE EXPUSIERON MIRADAS DISIMILES, ABOGAN POR UNA LEGISLACIÓN QUE INCREMENTE LA COMPETITIVIDAD LOGÍSTICA NACIONAL A LARGO PLAZO.

68

DEBATE POR LA LEY DE PESAJE: ¿MÁS EFICIENCIA LOGÍSTICA O MAYOR CONTROL VIAL?

El Congreso Nacional de Chile fue, una vez más, el epicentro de un debate crucial que redefiniría el futuro del transporte de

carga y la infraestructura vial del país. El Proyecto de Ley que modifica normas relativas al autocontrol en materia de

pesaje respecto a empresas generadoras de carga ha reactivado su trámite legislativo, generando posiciones encontradas y un intenso diálogo entre los distintos actores de la cadena de suministro chilena.

Así, mientras gremios del transporte aplauden la iniciativa como una medida fundamental de justicia y eficiencia que corrige profundas asimetrías históricas, otros sectores logísticos alertan sobre las posibles consecuencias en los costos operativos y la competitividad nacional, abogando por un enfoque basado en evidencia y tecnología.

El objetivo central de la normativa propuesta es mejorar la conservación de la infraestructura vial del territorio nacional, una meta que, si bien es reconocida como "naturalmente atendible" por todas las partes, presenta desafíos significativos en su implementación práctica.

Este proyecto, que fue presentado por primera vez hace más de una década, busca llenar un "vacío en la ley que hasta ahora rige", de acuerdo con los representantes del mundo del transporte carretero y establecería el autopeseaje obligatorio para terminales marítimos, centros de transferencia y generadores de cargas, con la intención de que todos los centros de carga sean responsables de pesar los camiones antes de que estos salgan a carretera.

CON ENFOQUE TÉCNICO Y MIRADA INTERNACIONAL

A inicios de junio, la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile (CNDC), gremio con más de 70 años de historia, y Chile Transporte, asociación que agrupa y representa a grandes empresas del transporte terrestre de carga por carretera en Chile, expusieron ante la comisión su enérgico respaldo a la iniciativa legal. Durante su intervención, Diego Ramírez, miembro del Departamento de Estudios de la CNDC, y Javier Inzunza, Gerente General de Chile Transporte,

expresaron su "concordancia en general" con el proyecto, considerando totalmente necesario modificar el sistema regulatorio en relación al pesaje de camiones por parte de generadores de carga, vale decir, puertos, centrales de transferencia y lo que tenga que ver con el movimiento logístico de carga que posteriormente va a camiones.

Según lo expuesto por el representante de la CNDC, la normativa actual implica una flagrante "desprotección" para los transportistas, dado que históricamente la responsabilidad del sobrepeso ha recaído casi exclusivamente en el conductor y la empresa transportista, resultando en partes, multas y detenciones de camiones con sobrepeso, que no tenían en cuenta o identificaban la responsabilidad del generador, puerto o central de transferencia.

Al respecto, Diego Ramírez, aclaró ante los legisladores que en el esquema operativo actual "el transportista no puede intervenir en los tonelajes declarados de contenedores y equipos de carguío. Se mantiene un estatus que es bastante injusto, porque hace recaer en el transportista el pago de multas, el pago de sanciones, incluido también en el retiro del su vehículo por un procedimiento del que no es parte y del que carece de injerencia".

"Los incentivos están mal puestos. El transportista no puede controlar el tonelaje que tiene un contenedor. Él recibe el contenedor, por ejemplo, en un puerto, se lo ponen arriba y puede estar excedido en el peso. Y eso no es responsabilidad, pero, tiene que responder ante los controles", agregó el vocero de CNDC.

Javier Insulza, gerente general de Chile Transporte agregó ante la Comisión que el proyecto de ley vendría a corregir esta asimetría al establecer que el despachador y el receptor [tendrán] la obligación legal de pesar los vehículos, y que ello implique la generación de un documento que certifique el peso y que eso tenga validez legal.

Siempre es esta línea, el vocero de Chile Transporte explicó, los siguientes factores que -a su juicio- transforman a este proyecto en una iniciativa "clave" para el sector logístico nacional:

1 LA DEFINICIÓN AMPLIADA DE EMPRESA GENERADORA DE CARGA: El proyecto extiende esta definición para incluir no solo a quienes producen la carga, sino también a quienes la reciben y a centros de transferencia como puertos, aeropuertos, terminales y bodegas. La finalidad explícita es generar una "corresponsabilidad a los actores que tienen visibilidad y control operacional de la carga", reconociendo su rol decisivo en el despacho físico de la mercancía.

2 ENDURECIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES: Se imponen "controles más estrictos" a las empresas de transporte y generadoras de carga, junto con la "obligación de reportar datos, emitir certificados y evitar manipulaciones", estableciendo sanciones claras si no cumplen. Esto busca una mayor trazabilidad y transparencia del peso a lo largo de la cadena.

3 MEJORA EN LA FISCALIZACIÓN: El proyecto amplía los puntos de control a los lugares de carga y sanciona a quienes impidan la inspección. Un avance significativo es la introducción de la obligación de reportar datos de pesaje trimestralmente, lo que "permite a la autoridad hacer fiscalización remota y no solo en terreno, optimizando los procesos de control". Esta generación de datos es vista como un pilar fundamental para futuras políticas públicas y la disminución de multas por peso, competencia desleal y daños a la infraestructura vial.

4 REFUERZO DE LAS SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO: Las multas no solo se dirigen a transportistas y conductores, sino también a empresas generadoras de carga y despachadores, con montos más altos, reportes obligatorios y clausuras. Además,

Marketing Partner
Logistec
www.revistalogistec.com

**EN REVISTA
LOGISTEC
PODRÁS
DESCUBRIR LAS
TENDENCIAS
QUE ESTÁN
TRANSFORMANDO
LA CADENA
DE SUMINISTRO**



www.revistalogistec.com

se elimina un obstáculo importante para la defensa de los transportistas: la obligación de pagar la multa antes de poder impugnarla, lo que antes generaba una carga económica inmediata y a menudo insostenible.

Para consolidar su argumento sobre la corresponsabilidad, Javier Inzunza citó el estudio "Influencia de la gestión de los procesos de transporte en la superación de los pesos de carga permitidos en las empresas de transporte" (2024) revelando que "cuando el generador de carga o el propietario son responsables de la carga, los pedidos sobrecargados ocurren con mayor frecuencia. Por el contrario, no ocurren pedidos sobrecargados a menudo cuando el conductor es responsable de las operaciones de carga dentro de la empresa".

De hecho, un gráfico asociado a este estudio muestra que la probabilidad de sobrepeso es mucho menor (64.6% sin sobrepeso) cuando el conductor es responsable de las operaciones de carga, mientras que aumenta significativamente (12.8% y 11.4% de sobrepeso repetido) cuando la responsabilidad recae en el mandante o en el generador de carga.

Lo anterior, según Chile Transporte, "denota que los diferentes actores con los que interactúa la carga tienen importancia y una adecuada gestión de responsabilidades disminuirá significativamente los efectos negativos que recaen sobre la seguridad vial, la infraestructura y los costos operativos".

Así, los camioneros han instado a un trámite legislativo "lo más rápido posible" para este proyecto, que ha permanecido "dormido" durante 12 años en el Congreso Nacional. Además, han propuesto dos indicaciones clave: liberar de responsabilidad y del pago de multas al transportista en caso de que la carga salga mal pesada desde el generador, puertos y estaciones de transferencia. Y, en segundo lugar, que la norma que regule el funcionamiento de la romana o sistema de pesaje sea dictaminada por el Ministerio

de Obras Públicas (MOP) o el organismo competente, y no por el propio puerto o estación de transferencia, asegurando así una estandarización y fiscalización externa.

PREOCUPACIÓN POR LOS COSTOS Y LA COMPETITIVIDAD LOGÍSTICA

En la otra vereda, la Asociación Logística de Chile A.G. (ALOG Chile), durante su exposición en la Comisión reconoció la validez del objetivo de "mejorar la conservación de infraestructura vial", pero enfatizó que la iniciativa, en su formulación actual, "generará una serie de costos de inversión, operación e incluso fiscales por mayores dotaciones de funcionarios requeridas para fiscalizar las nuevas instalaciones".

Al respecto, Alexis Michea, gerente general de ALOG detalló que la implementación de esta norma requeriría importantes inversiones en "equipamiento, terrenos, obras civiles y mantenimiento periódico", costos que finalmente serían "financiados por los usuarios mediante tarifas". A modo de referencia, señaló que la tarifa promedio del servicio de pesaje de contenedores en puertos actualmente es de USD 52, pudiendo alcanzar hasta USD 113.

Considerando el volumen total de contenedores de importación, tránsito y cabotaje, esto representa un costo anual estimado de entre 92 y 200 millones de dólares, y los nuevos sistemas propuestos serían aún más sofisticados, expuso el vocero. Además, relevó los costos directos del proyecto, alertando sobre el "gasto adicional por mayores dotaciones de funcionarios" para fiscalizar, en un contexto donde ya las dotaciones actuales son insuficientes.

Más allá de los costos económicos, ALOG Chile proyecta complejidades operativas y aumentos de tiempos de atención en los recintos logísticos; con el estableci-

miento de un censo permanente de camiones cargados. En la práctica, el vocero expuso que aumentaría los tiempos de procesamiento, reduciendo con ello la capacidad máxima de las instalaciones. Esto no solo generaría "más congestión en vías aledañas" y "más vehículos circulando o esperando en ralentí", sino que también implicaría inversiones adicionales en "más puntos de acceso (ya escasos o restringidos)" para mantener la capacidad operativa, encareciendo aún más la logística.

Finalmente, otra de las alertas que relevó ALOG Chile frente al proyecto de ley es la falta de documentación fundamental por parte de los proponentes de la norma. Al respecto, su vocero expuso a la Comisión que "no se han documentado aún en el trámite antecedentes fundamentales como la prevalencia de camiones con sobrepeso y su impacto en costos de mantención (de vías)". La organización enfatiza que "se busca resolver un problema sin que se haya acreditado su existencia, dimensión o causas". Sin esta evidencia objetiva y cifras claras, resulta difícil sopesar los costos de implementación de la norma [contra] los beneficios esperados, expuso el vocero. Además, no se ha analizado si el incumplimiento se debe a un tipo específico de carga (contenedores versus graneles) o si los flujos terrestres de países limítrofes, con normativas dispares, podrían ser más riesgosos.

Finalmente, el vocero de ALOG hizo un llamado enfático a que la Comisión convoque a "todos los actores que estarán sujetos de la norma", incluyendo operadores de aeropuertos y terminales ferroviarios, agregando que la entidad se encuentra disponible para participar de las instancias de diálogo que la autoridad defina con el foco en contribuir al desarrollo sostenible y eficiente de la actividad logística chilena. Así, el debate en torno al Proyecto de Ley 8654-15 evidencia una tensión fundamental entre la necesidad legítima de proteger la infraestructura vial nacional y el imperativo de mantener y potenciar la competitividad y eficiencia de la cadena logística chilena. ■



**DERCO
Maq**



El **mix** de maquinaria para
logística

más completo
del mercado



Tenemos la solución perfecta, a la medida de tu negocio.

KOMATSU
FORKLIFT

STILL

HANGCHA
FORKLIFT

JLG

VENTA Y ARRIENDO > Cotiza en dercomaq.cl





**“SUPPLY CHAIN
DEJÓ DE SER UN
PROCESO RÍGIDO PARA
CONVERTIRSE EN UN
GENERADOR DE VALOR”**

MARÍA FERNANDA PALACIOS
DIRECTOR SUPPLY CHAIN ROTTER&KRAUSS

72

LA EJECUTIVA LIDERA UNA TRANSFORMACIÓN PROFUNDA EN EL ÁREA QUE HA PASADO DE SER UN CONJUNTO DE PROCESOS OPERATIVOS A CONVERTIRSE EN UN PILAR ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO, POSICIONÁNDOSE COMO UN MOTOR DE INGRESOS, EFICIENCIA Y DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA, CON UN FUERTE FOCO EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE. EN ESTA ENTREVISTA, COMPARTE SU VISIÓN SOBRE EL NUEVO ROL DEL ÁREA Y LOS APRENDIZAJES QUE HA DEJADO LIDERAR UN EQUIPO DIVERSO EN UN ENTORNO DINÁMICO.

Con una visión estratégica y una trayectoria que cruza áreas clave del negocio como ventas, producto, logística y operaciones, María Fernanda Palacios ha sabido posicionar a Supply Chain como un eje central para el crecimiento de Rotter & Krauss. Actualmente lidera un equipo multidisciplinario a cargo del desarrollo e implementación de la estrategia comercial de las cuatro unidades de negocio de la compañía -óptica, lentes de contacto, anteojos de sol y audífonos-, abarcando también el laboratorio óptico, logística y comercio exterior.

Su liderazgo se caracteriza por una mirada integral del negocio, que conecta la planificación con la ejecución operativa y la experiencia final del cliente. Desde su rol, ha impulsado procesos de mejora continua en toda la cadena, optimizando indicadores clave como la disponibilidad de productos, la rotación de inventarios, los márgenes comerciales y los niveles de servicio en tienda y canal online, consolidando a Supply Chain como un articulador transversal dentro de la organización.

Su experiencia previa como directora de ventas en GrandVision, tanto en Chile como en Uruguay, le otorgó una mirada profunda del retail desde el frente comercial, que hoy complementa con una gestión integral enfocada en eficiencia, rentabilidad y experiencia de cliente. En esta edición, María Fernanda Palacios es "El Logístico", destacada por su rol clave en la estrategia y operación que buscan posicionar a Rotter & Krauss como líder en el mercado óptico chileno.

¿CUÁL ES EL ROL DE SUPPLY CHAIN DENTRO DE UNA COMPAÑÍA ORIENTADA AL CONSUMIDOR? El área de SCH se ha consolidado como una pieza estratégica clave para generar valor, diferenciación y ventajas competitivas. Participa de forma integral en el ciclo de vida del producto y en la experiencia del

cliente. Ya no es solo un eje de eficiencia operativa: es una propuesta que impulsa ingresos, trabaja de manera colaborativa con otras áreas y socios externos, y gestiona ecosistemas completos, más allá de simples flujos logísticos.

¿CÓMO SE VALORA O ENTIENDE EL SUPPLY DENTRO DE LAS EMPRESAS? La pandemia marcó un punto de inflexión en la forma en que se gestiona y se percibe el área de Supply Chain. Pasó de ser un conjunto de procesos estandarizados y rígidos a convertirse en una función proactiva, capaz de generar valor a través de la flexibilidad, la agilidad y la anticipación a escenarios adversos. Hoy busca aportar mejoras continuas y valor agregado, contribuyendo a ofrecer al cliente una experiencia diferenciadora y competitiva en el mercado.

¿CÓMO SE TRADUCE UNA CADENA DE SUMINISTRO EFICIENTE EN RESULTADOS COMERCIALES CONCRETOS? Un indicador importante es la conversión, en conjunto con el área de ventas, nuestro principal cliente interno. Realizamos pilotos en las tiendas con cambios de precio, campañas promocionales y lanzamientos de nuevos productos, midiendo su impacto real en las ventas. El margen es una de nuestras mayores responsabilidades: lograr costos adecuados, gestionar eficientemente el ciclo de vida del producto - evitando obsolescencias y mermas - y ofrecer precios competitivos es clave para asegurar la rentabilidad. F

¿QUÉ TE INDICAN QUE EL SUPPLY ESTÁ REALMENTE APORTANDO VALOR AL NEGOCIO? Muy importantes para nosotros es el NPS (Net Promoter Score), actúa como un termómetro directo de la experiencia del cliente. Nos permite recibir feedback valioso y espontáneo de quienes quieren compartir cómo vivieron su interacción con nosotros. Tomamos ese input y trabajamos de forma constante en los puntos de mejora identificados. Otra señal clave es la tasa y los motivos de los reclamos, que suelen estar relacionados con tiempos de entrega, procesos de garantía y servicio postventa. Estos indicadores nos permiten detectar fallas en los flujos, revisar errores y aplicar mejoras continuas.

¿QUÉ ROL JUEGA EL SUPPLY CHAIN EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE FINAL? Cumple un rol activo, es crítico en la promesa de marca, ya que define, desarrolla y lleva al mercado los productos, poniéndolos a disposición de los clientes. Aspectos como disponibilidad, variedad, precio y fecha de entrega —especialmen-

te relevantes en categorías como óptica, lentes de contacto o audífonos — son determinantes. Mientras que, en la venta online, factores como la rapidez, la precisión en la entrega y el empaque son fundamentales.

En conjunto se construye una experiencia 360°, que se refuerza por la coherencia del servicio en cada punto de contacto entre el cliente y la empresa. Más que una función logística, tenemos un rol de habilitador para cumplir con las expectativas del cliente.

¿QUÉ TIPO DE LIDERAZGO NECESITA EL ÁREA DE SUPPLY CHAIN? Un liderazgo transformador y comprometido, en mi caso ser parte del equipo, trabajar con y para el equipo, desafiar y potenciar la innovación. Un liderazgo dinámico y colaborativo que construya equipos cohesionados y orientados al cliente y que en cada etapa se integre y comunique a todas las áreas de la compañía para conseguir el objetivo final. El equipo se debe sentir y saber que es parte importante del resultado, eso es mi responsabilidad como líder del área.

¿QUÉ APRENDIZAJES PERSONALES TE HA DEJADO LIDERAR SUPPLY CHAIN? El retail es exactitud, rapidez y constante cambio. Por lo que una de las cosas más valiosas es la adaptabilidad constante y la comunicación. Más allá de tener productos en la tienda, es como el cliente se relaciona con ellos, con la marca y como le entregamos la seguridad de que somos su mejor opción. Me ha permitido tener una visión estratégica a corto, mediano y largo plazo. La compra es inmediata, adaptarse a la demanda en un área productiva implica capacidad de producción con proyecciones de demanda variables. Y lo más importante liderar un equipo de 180 personas con perfiles, roles y tareas tan diferentes, pero capaces de poder trabajar en conjunto.

¿QUÉ TE MOTIVA DE ESTE ROL Y QUÉ DESAFÍOS TE APASIONAN RESOLVER? Es muy motivante, es un rol de liderazgo que mueve el motor de la empresa y entrega resultados concretos. Es estratégico y transversal a toda la compañía. Me motiva liderar un equipo tan diverso, un área de producto que define la estrategia comercial para cada una de las unidades de negocio; un área productiva, donde se producen los lentes y logística que logra que entreguemos los productos a lo largo de Chile. Me motiva ver los resultados que hemos logrado y las áreas de oportunidad y en general el desafío es que operación continúe día a día, es muy gratificante.



Adaptarse o quedar fuera” parece ser la consigna del comercio internacional desde hace algunos años. Con cada nuevo episodio de tensión entre las grandes potencias, con cada cambio repentino en las políticas arancelarias, las empresas deben replantearse sus estrategias, sus rutas y sus mercados, intentando operar de la mejor más eficiente en un entorno donde la incertidumbre es la constante.

El nuevo gobierno de Donald Trump ha sumado un nuevo capítulo a este escenario global. En sus primeros 100 días de gobierno, volvió a poner en el centro la guerra comercial con China, reviviendo el uso de los aranceles como arma política. Según un análisis de Forbes, su estrategia parece construirse más desde la confrontación que desde la diplomacia. “Mas que construir acuerdos duraderos, Trump busca mover fichas en un tablero donde el caos le da cierto margen de maniobra”, comentaron recientemente los analistas de este medio estadounidense.

Este clima de tensiones comerciales ha puesto a Latinoamérica en una posición atractiva, casi de manera insospechada. Tanto China como Estados Unidos ven en la región una opción interesante, no solo como aliado logístico o destino de inversión, sino también como un hub desde donde producir y distribuir bienes hacia otros mercados, aprovechando su ubicación estratégica y sus redes de acuerdos comerciales.

Esto se refleja, por ejemplo, en el creciente interés de empresas norteamericanas por zonas francas regionales más económicas, a medida que ajustan sus operaciones frente al alza de tarifas y la incertidumbre arancelaria.

“La incertidumbre arancelaria ha llevado a que muchas empresas importadoras en Estados Unidos frenen o ajusten sus compras cada pocos meses. Ante el alza de tarifas, varias de ellas han comenzado a mover sus inventarios desde zonas francas estadounidenses hacia otras en

LAS TENSIONES EE.UU - CHINA Y LA INCERTIDUMBRE INTERNACIONAL HAN OBLIGADO A LAS EMPRESAS A REPENSAR SUS CADENAS DE SUMINISTRO. Y AUNQUE ESTE ESCENARIO PARECE AMENAZANTE PARA AMÉRICA LATINA, TAMBIÉN PUEDE ABRIR NUEVAS OPORTUNIDADES PARA POTENCIAR FLUJOS COMERCIALES ALTERNOS, ATRAER NUEVAS INVERSIONES, AMPLIAR SU ROL LOGÍSTICO Y CONSOLIDAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS. ¿ESTÁ LA REGIÓN LISTA PARA CAPITALIZAR ESTA OPORTUNIDAD?

COMERCIO INTERNACIONAL: CONFLICTO GLOBAL, ¿OPORTUNIDAD LOCAL?

América Latina, donde los costos son menores, a la espera de mayor claridad sobre el escenario comercial”, comenta Diego Rodríguez, director de logística e industria de Americas Market Intelligence (AMI).

En efecto, Panamá, con su Zona Libre de Colón, ya ha experimentado un aumento en la demanda por parte de empresas norteamericanas. Pero no sería el único. “A partir de esta nueva realidad, varios países de la región tienen la oportunidad de potenciar sus zonas de libre comercio para convertirlos en hubs, donde no solo se almacenen inventarios, sino también se les agregue valor”, estima Rodríguez.

China, por su parte, ha buscado profundizar el comercio con Latinoamérica, una estrategia que le está dando buenos resultados: solo en el mes de abril, sus ventas a la región aumentaron 17%. “Este aumento del flujo de productos también está relacionado con el puerto de Chancay, que fines de marzo comenzó a operar un servicio marítimo directo desde Perú hasta el puerto de Guangzhou, en China.

Esto puede llevar a que tanto Perú como Chile se conviertan en hubs de distribución para Sudamérica”, apunta el director de logística de AMI.

“La diversificación de mercados es una estrategia muy importante para reducir los riesgos en momentos de incertidumbre y eso es algo que yo transmito mucho. Dentro de los países de la región, creo que Chile es el mejor posicionado en esta estrategia de diversificación; le vende a China, a Estados Unidos, a Europa y también vende dentro América Latina, aunque en menor proporción. Hay que seguir en esa línea y profundizarla, para disminuir riesgos”, propone.



Álvaro Cepeda
Director de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la U. Andrés Bello

Del mismo modo, sugiere explorar mercados como los de India, Japón, Corea y Vietnam. “Este es un momento muy propicio para hacerlo, porque prácticamente todos los países están buscando diversificar sus mercados. Hace una semana nos contactó una empresa de Filipinas que no comercializa en Latinoamérica, interesada en hacer un estudio de mercado en la región.

Ese es solo un ejemplo concreto de que hay una infinidad de países que están

buscando nuevas relaciones comerciales y ahí es donde se ven posibles oportunidades”, resume.

Desde su perspectiva, agosto podría ser un mes estratégico para que las empresas chilenas importadoras realicen compras en China. Ello porque durante los meses previos, los fabricantes chinos se enfocan en abastecer la alta demanda de Estados Unidos, lo que eleva los precios y reduce la flexibilidad. Sin embargo, una vez que pasa esa temporada alta -hacia agosto- muchos de esos proveedores buscan mantener su volumen de ventas, lo que los lleva a ofrecer descuentos y mejores condiciones a otros mercados.

EXPLORAR RUTAS POCO UTILIZADAS

Para Luis Llanos, profesor de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, este es un periodo de ajustes que tomará tiempo volver a equilibrar y que probablemente ralentizará la toma de decisiones empresariales. “El comercio internacional podría estar más restringido y con un probable aumento de medidas proteccionistas”, precisa.



Diego Rodríguez
Director de Logística e
Industria de Americas
Market Intelligence (AMI)

A su juicio, los aranceles promedio podrían mantenerse relativamente similares a los niveles previos, especialmente para países como Chile. Sin embargo, las medidas paraarancelarias (requisitos técnicos, sanitarios o normas más estrictas para ciertos productos o sectores) si podrían complejizar más los volúmenes del comercio internacional.

A pesar de este panorama, aparentemente adverso, Llanos coincide en destacar que la búsqueda de nuevas alternativas para flujos comerciales y logísticos puede traer oportunidades para Chile. “Las

empresas chinas, por ejemplo, están buscando oportunidades para reconfigurar un poco sus cadenas, incluyendo operaciones en países como el nuestro. Si bien Chile no es un país particularmente barato en estos temas, ciertamente esta podría ser una oportunidad para explorar integraciones”, indica.

En la línea de diversificar mercados y proveedores, estima que algunas rutas comerciales hasta ahora poco utilizadas podrían cobrar un rol más estratégico. “Por ejemplo, el tráfico hacia destinos del océano Índico como India y los países del Golfo Pérsico, así como otras economías emergentes del sur de Asia.

Eso sí, los servicios desde Chile a esas regiones del mundo son hasta ahora bastante reducidos, por lo que habría que analizar cómo reconfiguramos esas rutas para potenciar la diversificación de destinos”, apunta.

Profundizar el comercio intrarregional es otra estrategia que podría dar buenos

resultados, en el contexto de los conflictos globales, sostiene: “tenemos oportunidades de integración con países como Argentina, Perú y Brasil que debíamos aprovechar mucho más, no solo en términos de productos, sino también de servicios y de energías”.



Luis Llanos
Profesor de Ingeniería
Industrial de la Universidad
de Chile

Como recomendación general ante el escenario internacional, sugiere estar muy atento a lo que va ocurriendo y en constante comunicación con clientes, proveedores y otros stakeholders.

“Conversar y revisar información con las contrapartes, llamar a los clientes para saber en qué están, qué han observado y sobre todo, estar muy atentos a esta reconfiguración de cadenas y rutas, porque van a haber muchos experimentos; algu-

techfy Registered Reseller

Transformamos tu logística

Soluciones integrales combinando hardwares, software inteligente y servicios especializados.

- Hardware**
 - Impresoras
 - Escáneres
 - Tablets Robustas
- Software**
 - Trazabilidad
 - Automatización
 - Control de Activos
- Servicios**
 - Soporte Técnico,
 - Implementación
 - Consultoría

Conéctate con nosotros y evoluciona tu operación logística.

www.techfy.cl

nos quizás no resulten, pero otros pueden funcionar y ser el primero te puede dar una gran ventaja”, argumenta.

ESPACIO PARA LA INNOVACIÓN

El informe “Perspectivas del comercio mundial y estadísticas”, publicado en abril por la Organización Mundial del Comercio (OMC) proyectó una contracción del 0,2% en el volumen del comercio mundial de mercancías para 2025, en marcado contraste con el crecimiento del 2,7% que habían estimado a fines del año pasado.

Álvaro Cepeda, Director de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería de la U. Andrés Bello, cita este estudio para poner la situación en contexto: “según este informe, Norteamérica encabeza la lista de regiones más afectadas, con una disminución proyectada del 12,6% en exportaciones y del 9,6% en importaciones. Un escenario que impacta especialmente a países que dependen del acceso fluido a los mercados globales, como los de América Latina y plantea interrogantes urgentes sobre las capacidades adaptativas del sistema logístico internacional”, advierte.

Pese a ello, matiza, esta guerra comercial también abre espacios para la innovación estratégica y plantea que Chile “se proyecta como un país capaz de navegar escenarios adversos mediante una combinación de diplomacia económica, transformación digital, desarrollo logístico y cooperación regional”.

Para avanzar en ese objetivo sostiene que es fundamental que las empresas chilenas refuercen su capacidad adaptativa mediante una estrategia integral de resiliencia logística, que incluya medidas como diversificación de proveedores y mercados.

“Existen oportunidades en India, el sudeste asiático y en mercados latinoamericanos consolidados como México y Bra-



sil”, precisa. Asimismo, considera esencial reconfigurar la red de abastecimiento, priorizando alianzas con proveedores regionales o con países con menor exposición geopolítica, lo que ayudaría a reducir tiempos y costos logísticos.

En ese sentido, sugiere aprovechar plataformas logísticas como La Zona Franca de Iquique (ZOFRI) para el comercio regional. “La posición geográfica estratégica de ZOFRI permite a Chile conectarse eficientemente con mercados de Argentina, Brasil, Paraguay, Perú y Bolivia, generando economías de escala y facilitando el acceso a un mercado regional de más de 200 millones de personas. Esta infraestructura cobra aún más relevancia en contextos donde los flujos comerciales se desvían de sus rutas tradicionales debido a conflictos arancelarios”, recalca.

A su juicio, otra medida positiva para avanzar en resiliencia y capacidad adaptativa es una gestión proactiva de inventarios y contratos logísticos: “eso

implica rediseñar políticas de inventario, negociando flexibilidad en contratos de transporte y almacenaje para amortiguar fluctuaciones repentinas”.

Junto con digitalizar los procesos logísticos e invertir en herramientas que permitan anticiparse a interrupciones y tomar decisiones basadas en datos en tiempo real, afirma que es esencial promover el desarrollo de talento interno. “La gestión logística contemporánea exige equipos capacitados para operar en entornos inciertos. Por eso es que numerosas empresas chilenas están invirtiendo en capital humano, desarrollando competencias en análisis de riesgos, simulación de escenarios y gestión avanzada de la cadena de suministro.

Esta estrategia busca garantizar que las decisiones logísticas se alineen con objetivos estratégicos y se adapten rápidamente a cambios regulatorios o de mercado”, precisa este especialista de la Universidad Andrés Bello. ■



COLD SOLUTIONS FOR A SMART COLD CHAIN



FRIOSAN ES EL PRIMER OPERADOR LOGÍSTICO SUSTENTABLE, AUTOMATIZADO Y DE OPERACIÓN CONTINUA EN EL ÁREA DE BODEGAJE DE CONGELADOS PARA EL CONSUMO INTERNO Y EXPORTACIÓN DESDE LA REGIÓN METROPOLITANA

Friosan brinda un servicio excepcional con una gran atención a los detalles y el manejo seguro de tu logística de frío.

**Smart Cold Chain
Frozen Efficiency
Next-Level Cold Storage
Sustainable Cold Flow
Seamless Cold Chain**



EX- San Pablo Antigua, Las Mercedes 14212, Pudahuel, Santiago +56 9 2797 9487 contacto@friosan.cl www.friosan.cl

TECNOLOGÍA | EFICIENCIA | SOSTENIBILIDAD | PRECISIÓN

AL IGUAL QUE LAS TECNOLOGÍAS, MUCHOS ROLES LABORALES ESTÁN QUEDANDO OBSOLETOS, CADA VEZ MÁS RÁPIDO. UN PANORAMA QUE ADEMÁS DE PONER EN RIESGO MILES DE PUESTOS DE TRABAJO, DESAFÍA LAS CAPACIDADES DE LAS EMPRESAS PARA RESPONDER A LAS NUEVAS Y CAMBIANTES DEMANDAS DEL MERCADO. UN RECIENTE ESTUDIO DEL CENTRO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA UC ARROJA LUCES SOBRE CÓMO ABORDAR ESTE FENÓMENO.

EL DESAFÍO INVISIBLE: RECONVERSIÓN LABORAL EN LA ERA DE LA LOGÍSTICA AUTOMATIZADA



78

Un 59% de los perfiles laborales en logística podría ser automatizado en un plazo de entre 1 y 5

años, según el estudio “Temporalidad de reemplazo tecnológico y riesgo de automatización en logística”, desarrollado por el Centro de Políticas Públicas de la UC

con apoyo de Sence, Chilevalora y el OTIC de la Cámara Chilena de la Construcción. El dato no es menor: revela que el cambio ya no es una proyección futura, sino una urgencia presente. Miles de trabajadores en funciones operativas corren el riesgo de quedar obsoletos si no se reconvierten oportunamente.

La investigación evaluó el grado de automatización, la velocidad esperada de reemplazo, el impacto laboral y la factibilidad técnica de implementación tecnológica en 84 perfiles del sector logístico definidos por ChileValora. Para ello, se utilizaron tres instrumentos: encuestas a 94 empresas de logística distribuidas en diferentes regiones del país, entrevistas a 20 actores clave del sector (representantes gremiales, empresas, organismos públicos y expertos técnicos), y tres talleres participativos con actores del ecosistema de formación y empleo.

Este enfoque mixto -cuantitativo y cualitativo- permitió establecer una mirada integral sobre los efectos que la automatización puede generar en el empleo logístico, identificando los perfiles con mayor riesgo, estimando plazos de reemplazo y proponiendo alternativas formativas para la reconversión laboral.

PERFILAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN LABORAL

El estudio entrega una caracterización detallada de cómo los perfiles laborales están siendo impactados por la automatización. Se identifican distintos niveles de transformación, el surgimiento de nuevas funciones y la disminución o eliminación de algunas ocupaciones tradicionales.

En primer lugar, el análisis del equipo investigador consideró el nivel de transformación de los perfiles existentes. Esta dimensión se evaluó en una escala del 1 al 5, donde el 1 indica que el perfil se mantiene igual, y el 5 que se transforma completamente. El 41% de los perfiles analizados se sitúa entre los niveles 4 y



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



5, lo que indica un cambio sustancial en sus funciones o competencias. En segundo lugar, el estudio detectó una creciente eliminación o reducción de ciertos perfiles asociados a funciones repetitivas y de bajo valor, como digitadores, embaladores, operadores manuales de carga o personal de apoyo administrativo. Estas funciones están siendo reemplazadas por tecnologías ya implementadas en centros de distribución automatizados.

Simultáneamente, se identificaron puestos emergentes que no existían previamente en los catálogos de ChileValora. Entre ellos destacan programadores de automatización, operadores de sistemas de monitoreo digital, técnicos en robótica colaborativa, analistas de datos logísticos y especialistas en integración de sistemas. Estos nuevos perfiles requieren conocimientos técnicos avanzados, manejo de software, y habilidades para trabajar con tecnologías complejas.

Además, muchos de los perfiles actuales no desaparecen, pero se modifican profundamente. Por ejemplo, los operadores de grúa, supervisores de bodega o encargados de transporte ahora deben interactuar con dashboards, interpretar indicadores de rendimiento y resolver incidentes en tiempo real. Esto implica una transformación funcional que exige nuevas competencias, tanto técnicas como conductuales.

"Uno de los hallazgos más críticos del estudio es que muchas funciones rutinarias y repetitivas desaparecerán o requerirán menos personal en los próximos 5 a 10 años. Pero también emergen nuevas oportunidades en áreas como análisis de datos, programación, automatización y mantenimiento de tecnologías", explica Ángeles Morandé, investigadora del Centro de Políticas Públicas UC y una de las autoras del informe.

Además de las competencias técnicas, el estudio pone énfasis en las habilidades conductuales. Las empresas participantes señalaron como prioritarias la capacidad de adaptación, la resolución

de problemas, el pensamiento crítico, la autonomía y la tolerancia a la frustración. "Los perfiles más demandados no son solo los que saben programar o mantener un robot, sino también quienes tienen habilidades socioemocionales para operar en entornos más complejos y cambiantes", señala Morandé.



Ángeles Morandé
Investigadora del Centro
de Políticas Públicas UC

Es sí, a reconversión no es homogénea. Las grandes empresas logísticas han comenzado a invertir en programas intermedios de formación, capacitación en nuevas tecnologías e incluso alianzas con centros de formación técnica. En cambio, las pymes enfrentan mayores barreras: falta de presupuesto, dificultades para anticipar tendencias y menor acceso a redes de apoyo institucional.

Además, el informe da cuenta de un fenómeno generacional. "Las empresas mencionan mayores barreras en trabajadores de más edad para adaptarse a nuevas tecnologías y menor disposición a capacitarse. Eso genera miedo al reemplazo", advierte Morandé. En contrapartida, los jóvenes muestran mayor familiaridad con herramientas digitales, pero también presentan debilidades en habilidades socioemocionales, compromiso y cumplimiento de normas.

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS EMPRESAS?

El estudio destaca como buenas prácticas las iniciativas de algunas empresas locales que están promoviendo procesos de reconversión laboral. Estas estrategias incluyen la realización de talleres internos de formación, programas de capacitación técnica adaptados a los nuevos requerimientos, sistemas de mentoría intergeneracional y participación activa de

los trabajadores en el proceso de transformación tecnológica. Uno de los aspectos más valorados fue la gradualidad en la implementación, permitiendo que los equipos se adapten a nuevas herramientas sin perder continuidad operacional.

"Las empresas que han involucrado a su personal desde el inicio tienen mejores resultados de aceptación y reconversión laboral", afirma Ángeles Morandé, del Centro de Políticas Públicas UC. Según la investigadora, el éxito está en combinar inversiones tecnológicas con gestión del cambio humano.

"No basta con comprar el robot o el software. Hay que preparar a las personas para interactuar con esas herramientas, entender su lógica y aprovecharlas al máximo", añade.

Desde el ámbito formativo, el OTIC de la Cámara Chilena de la Construcción también está jugando un rol clave como articulador. Claudia Jaña, Subgerente de Innovación Social de esta entidad, sostiene: "Este estudio nos entrega una hoja de ruta muy valiosa. Nos permite anticipar con claridad dónde están las mayores amenazas y también las oportunidades.



Claudia Jaña
Subgerente de Innovación
Social OTIC de la CChC

Nuestro rol como OTIC es articular esa información con los actores de formación para que los programas se ajusten a esta nueva realidad". que este tipo de información es clave para orientar las decisiones de política formativa: "Este estudio nos entrega una hoja de ruta muy valiosa.

Nos permite anticipar con claridad dónde están las mayores amenazas y también las oportunidades. Nuestro rol como OTIC es articular esa información con los actores de formación para que los programas se ajusten a esta nueva realidad". Jaña enfatiza que el OTIC no desarrolla

PERFILES LOGÍSTICOS CON ALTO RIESGO DE AUTOMATIZACIÓN

- Digitadores
- Armadores de pedidos
- Embaladores
- Operadores de picking manual
- Operadores de carga manual
- Personal de apoyo administrativo

PERFILES EMERGENTES EN LOGÍSTICA

- Programadores de automatización
- Técnicos en robótica colaborativa
- Espec. en integración de sistemas
- Analistas de datos logísticos
- Operadores de monitoreo digital

oferta formativa directa, pero sí transfiere evidencia a los actores relevantes del sistema formativo, como ChileValora o los CFT. “Nuestro desafío es fortalecer la articulación entre formación y empleo, y entregar insumos concretos para acelerar la reconversión laboral en los perfiles más expuestos a la automatización”, comenta.

UNA INDUSTRIA EN CONSTANTE CAMBIO

El sector logístico en Chile emplea a más de 500 mil personas y ha experimentado un crecimiento sostenido durante la última década. Sin embargo, el impacto de la automatización y la digitalización está comenzando a cambiar la naturaleza misma de muchos trabajos.

“Hoy, muchos puestos están migrando desde la bodega hacia salas de monitoreo y control. El trabajo sigue siendo logístico, pero cambia completamente el entorno. Quien antes operaba físicamente, ahora necesita entender sistemas, leer datos y responder ante incidentes desde una consola digital”, detalla Morandé.

En esa línea, el informe concluye que el mayor riesgo no está en la tecnología misma, sino en la incapacidad de adap-

tarse a tiempo. “El mayor riesgo no es la tecnología, sino no ser capaces de adaptar nuestras capacidades a tiempo”, resume la investigadora.

Para Jaña, “no se trata solo de proteger empleos. Se trata de transformarlos para que sean más productivos, más seguros y con mejores perspectivas de desarrollo. El desafío no es detener el cambio tecnológico, sino preparar al capital humano para aprovecharlo”.

RECOMENDACIONES GENERALES PARA EL SECTOR

• Involucrar activamente a los trabajadores en los procesos de transformación tecnológica, asegurando una transición equilibrada y minimizando los efectos adversos que pueda tener en el empleo.

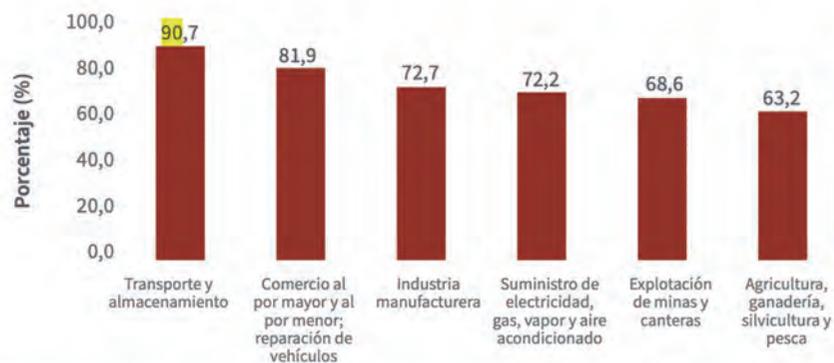
las necesidades de la industria, para garantizar que la fuerza laboral cuente con las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos futuros.

• Promover la colaboración público, privada y educativas para cerrar las brechas de competencias e impulsar la innovación en el sector. Generar diagnósticos continuos sobre las necesidades del sector y ajustar los programas.

• Diseñar programas educativos y de capacitación adaptados a las necesidades actuales y futuras del sector, fomentando el desarrollo de competencias tecnológicas y habilidades blandas.

• Incorporar dentro de la formación y capacitación temáticas asociadas a tecnologías verdes y sostenibles y habilidades específicas para la logística sostenible y de última milla.

Promedio ponderado del riesgo de automatización de los puestos de trabajo con perfil ChileValora según sector económico



Fuente: elaboración propia en base a Encuesta Casen 2022 y Bravo, 2022. Los sectores presentados tienen más de 40 perfiles de ChileValora.

• Aminorar las brechas tecnológicas entre grandes empresas y las de menor tamaño, a partir de políticas públicas que incentiven y apoyen la incorporación de nuevas herramientas de tecnología avanzada, permitan capacitar al capital humano en forma pertinente a los cambios y encadenar adecuadamente la cadena productiva y de suministro entre empresas de diferentes tamaño y actividad.

• Priorizar la capacitación alineada con

Diversas investigaciones globales coinciden en que el avance de la automatización en logística es una tendencia transversal que presenta tanto desafíos como oportunidades.

El World Economic Forum proyecta que para 2025, se perderán 85 millones de empleos por automatización, pero se crearán 97 millones de nuevos roles que requieren pensamiento crítico, creatividad y análisis. ■

CON MÁS DE 10.000 ASISTENTES, 100 EMPRESAS EXPOSITORAS Y UN POTENTE PROGRAMA DE CHARLAS, LOGISTEC SHOW 2025 DEMOSTRÓ POR QUÉ ES EL EPICENTRO DE LA LOGÍSTICA EN CHILE. TECNOLOGÍA, ESTRATEGIA Y VISIÓN DE FUTURO SE UNIERON EN DOS JORNADAS QUE MARCARON EL PULSO DE UNA INDUSTRIA EN PLENA TRANSFORMACIÓN.

LA REVOLUCIÓN LOGÍSTICA TUVO SU EPICENTRO EN LOGISTEC SHOW 2025

La energía en los pasillos de Espacio Riesco se sentía eléctrica. Entre montajes tecnológicos, demostraciones en vivo y conversaciones que cruzaban tendencias, desafíos y oportunidades, Logistec Show 2025 se vivió como la gran cita anual de la logística chilena y latinoamericana. No era solo una feria: era un punto de encuentro para todo un ecosistema que se prepara, con decisión, para lo que viene.

Durante los días 14 y 15 de mayo, más de 10 mil personas se dieron cita en la novena edición de la feria más importante del rubro en Chile, consolidando su posición como un evento imperdible para los protagonistas del supply chain. Con más de 100 empresas expositoras, todas líderes en sus respectivos sectores, Logistec Show desplegó una oferta que abarcó desde las últimas innovaciones en automatización hasta soluciones en inteligencia artificial, robótica, eficiencia energética, trazabilidad y logística sustentable.

UN TERMÓMETRO DE LA INDUSTRIA

Quien recorriera los pabellones podía notar rápidamente el pulso de una industria que no solo está activa, sino que vive un proceso profundo de transformación. Entre stands cuidadosamente diseñados y zonas de networking, el mensaje era cla-

ro: la logística está evolucionando para ser más inteligente, resiliente y conectada. “Ya no hablamos solo de transporte o almacenamiento, sino de una cadena de suministro integral, capaz de anticiparse, adaptarse y responder con eficiencia a los cambios del mercado y del entorno”, comentó uno de los expositores del sector tecnológico.

Y es que en cada rincón del evento se respiraba innovación. Desde soluciones de automatización hasta softwares de planificación predictiva, pasando por robots colaborativos y soluciones de data analytics, la apuesta era compartida: prepararse para un futuro cada vez más complejo y desafiante.

Uno de los puntos más valorados por los asistentes fue el robusto programa de charlas, que reunió a altos ejecutivos y referentes del sector logístico en más de 15 conferencias durante los dos días de feria. Las presentaciones, cargadas de experiencia, visión estratégica y conocimiento de terreno, dieron fuerza y contenido al evento.

Las temáticas abordadas tocaron los grandes temas que hoy marcan la agenda: tecnología, sostenibilidad, inteligencia artificial, eficiencia operacional, talento humano y resiliencia de la cadena de suministro. Pero también se abrió espacio a preguntas fundamentales: ¿cómo prepararse para una nueva disrupción? ¿Cómo

equilibrar crecimiento y sostenibilidad? ¿Qué tecnologías marcarán el camino de los próximos años?

“Estas charlas nos ayudan a conectar los puntos y entender hacia dónde va la industria. No solo vemos tecnologías, sino también ideas, experiencias y liderazgo”, comentó uno de los asistentes tras salir de una de las ponencias.

UNA COMUNIDAD QUE SE FORTALECE

Si algo distingue a Logistec Show no es solo su tamaño e historia, sino su capacidad de reunir y fortalecer a la comunidad logística. Durante los dos días, los pasillos del recinto fueron escenario de encuentros clave, de conversaciones francas y de nuevas alianzas. Era evidente que más allá de las soluciones expuestas, lo que se estaba consolidando era una red de colaboración, clave para una industria que no puede permitirse trabajar en silos.

Es el resultado de una apuesta estratégica por posicionar a la logística como un motor de desarrollo y competitividad para el país. “Esta feria ha crecido junto con la maduración del sector. Hoy es un reflejo del momento que estamos viviendo: uno de cambios rápidos, pero también de oportunidades inmensas”, señalaron desde la organización.

El evento no solo cerró con cifras récord de asistentes y expositores, sino también con la expectativa puesta en lo que será su décima edición en 2026, una instancia que promete celebrar una década de crecimiento, innovación y liderazgo.

En definitiva, no solo fue un éxito de convocatoria: fue un espejo de una industria que avanza, se adapta y construye futuro. Y quienes estuvimos ahí, lo sabemos: ser parte de esta transformación es un privilegio, pero también una responsabilidad compartida y así quedó en evidencia tras los comentarios recibidos por decenas de asistentes y expositores que dieron vida a este encuentro.



SLI
GROUP

Diseñamos, fabricamos, equipamos e implementamos sistemas de almacenaje

con una experiencia y trayectoria de más de cuarenta años en el mercado nacional e internacional.



+56 2 2437 5198

ventas@sligroup.cl

Av. Central 450, Quilicura



Escanea el código QR y conoce todos nuestros productos

INGENIERÍA
ANTISÍSMICA
ACERO CERTIFICADO

Ingeniería garantizada y calidad en fabricación, con los mejores tiempos de respuesta. A nuestros clientes los asesoramos en las soluciones más eficientes, seguras y adaptadas a su necesidad.



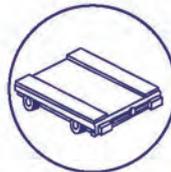
RACK SELECTIVO



DRIVE IN



PICKING DINÁMICO



AUTOSAT



ALTILO
RACK SELECTIVO



ALTILO
ÁNGULO RANURADO



LOGISTEC SHOW

Powered by **Revista Logistec**

Agradecemos el éxito alcanzado en Logistec Show 2025. Fue una experiencia enriquecedora que nos permitió conectar, compartir y fortalecer nuestra presencia en la industria. Gracias a nuestro equipo por su compromiso y a todos los que nos visitaron. Seguimos avanzando con entusiasmo hacia nuevos desafíos. ¡Hasta la próxima edición!

Felipe Dünner G. - MMCall

Logistec Show 2025 fue todo un éxito. Siempre muy contentos de ser sponsors de este importante evento. Gran número de visitantes con ganas de conversar y saber más sobre nuestros sistemas y soluciones. Como siempre ha sido un espacio de encuentro con nuestros clientes y la industria en general. Este año teníamos una gran noticia que compartir, al ser los primeros fabricantes de la industria en certificar nuestros ensayos en Chile para dar cumplimiento a la nueva norma chilena de racks Nch3703 y esto ha sido muy bien valorada por la industria. Vamos por la versión 2026 de Logistec Show. ¡Ahí estaremos!

Germán Flores M. - AR Racking

Para **DB Schenker**, Logistec Show 2025 fue el espacio ideal para conectar con clientes y prospectos, presentar nuestras soluciones de Contract Logistics y cadena de suministro, generar nuevas oportunidades de negocio y fortalecer nuestra presencia en el mercado chileno.

Como equipo estamos muy contentos de haber sido expositores en Logistec Show 2025. Nos permitió entregar un mensaje efectivo con nuestro stand y marca. Fue una excelente instancia de coworking para enfocarnos en nuestro cliente objetivo, personalizando la experiencia a cada visitante. **Sigasy**

Fue un placer haber participado en esta feria que nos permitió conocer de primera mano lo que sucede en una función clave del supply chain, como es la logística, y también fortalecer redes y estar al día con los últimos avances. En la Universidad Adolfo Ibáñez valoramos mucho esta instancia y esperamos poder repetirla.

Jorge Hernández, Director de Investigación y Director del Master en Supply Chain Management, Escuela de Negocios, **Universidad Adolfo Ibáñez**.

Fue una experiencia fantástica poder dar a conocer nuestro trabajo, en una plataforma muy distinta a lo que acostumbramos. Escuchar los agradecimientos de las diferentes personas que se acercaban a nuestro stand fue maravilloso. Educar es nuestro propósito y difundir la pasión por el Vino. Solo agradecer la oportunidad de ser parte de Logistec Show.

Victor Chávez, Coordinador de Retail **El Mundo del Vino | El Mundo del Whisky**

Logistec Show fue una excelente oportunidad para seguir posicionando a Transportes TVP. Recibimos a cientos de visitantes interesados en nuestros servicios de carga, consolidado y fulfillment. Pudimos reforzar relaciones con clientes actuales y generar nuevos contactos estratégicos. Agradecemos a todos los que se acercaron a nuestro stand y al gran equipo que hizo posible esta participación. ¡Seguimos avanzando con fuerza! **Transportes TVP**

LogistecShow 2025 se consolida como una de las ferias de especialidad más relevantes del año y ha sido un honor formar parte de este importante encuentro. Estamos muy felices de haber conectado con tantos profesionales del sector logístico e industrial, lo que nos inspiran a seguir desarrollando soluciones innovadoras y colaborativas. Agradecemos a todos los que nos visitaron y esperamos seguir construyendo juntos un futuro más eficiente y sostenible. **Demarka**

Estar presentes en la feria fue una experiencia muy positiva para nosotros. Tuvimos una gran cantidad de visitas a nuestro stand y valiosas conversaciones con representantes de diversas industrias. Fue motivador ver cómo cada sector busca soluciones sostenibles, valorando nuestros pallets plásticos, cajas logísticas y pisos Dex como parte de una economía circular que ayuda a reducir la huella de carbono.

Saludos, **Martin Ithurbisquy B. - Logipak**

Fue una gran experiencia. Nos trajimos muchos prospectos y fue muy muy bueno, conocer un poco de los problemas y necesidades de nuestros clientes, conversar con otras empresas que trabajan y desarrollan muy buenas soluciones. Para nuestro equipo realizar más de cien acciones comerciales en 48 horas fue un entrenamiento, intenso y muy satisfactorio. Es nuestra primera vez como expositores y superó ampliamente las expectativas de todos, por lo que no será la última!

Nicolás Irañeta, Director Comercial, **Export Service & Servir by Server Group**

Participamos en Logistec Show, compartiendo gratos momentos con clientes y profesionales del sector. En nuestro stand destacamos nuestra ubicación estratégica, flexibilidad en soluciones de bodegaje, servicios complementarios que suman valor, precios competitivos y compromiso con la sostenibilidad. Agradecemos a quienes nos visitaron y conversaron con nosotros. Seguimos trabajando para ofrecer un servicio cada vez más ágil, cercano y adaptado a las necesidades de nuestros clientes. **BSF**

La participación de **Symple** en Logistec Show 2025 fue altamente positiva. Recibimos una gran afluencia de profesionales claves del sector logístico, interesados en nuestras soluciones de automatización. El evento nos brindó valiosas oportunidades de conexión y colaboración. Seguiremos apostando por la innovación y futuras ediciones. Los invitamos a sumarse a la versión 2026

Hemos tenido la suerte de participar con **ENNA México** y **ENNA USA** los últimos años en diferentes ferias y Logistec Show está 100% a la altura; muy bien organizado todo; buen flujo de gentes ambos días. Para nosotros una tremenda experiencia; seguro estaremos el 2026.

EN LOGISTEC SHOW CONECTAMOS LAS SOLUCIONES DE H



A member of the **KWE** Group



SISTEMAS DE ALMACENAJE



MEGACENTRO



TECNOLOGIA EN ALMACENAJE

Fue una valiosa oportunidad para encontrarnos con diversos actores del ecosistema logístico y conocer los últimos avances en tecnologías aplicadas al transporte de carga. Valoramos profundamente este encuentro como una instancia clave para generar redes, compartir aprendizajes y proyectar colaboraciones que impulsen una logística más eficiente y sustentable para Chile. Agradecemos a Revista Logistec por la invitación y organización ¡Esperamos reencontrarnos en 2026 con aún más actores y desafíos compartidos!"

Carlos Ávila, director de Innovación y Vinculación con el Medio, **Conecta Logística**.

Sentimos que esta edición de Logistec Show 2025 marcó un antes y un después para nosotros y para el sector en general.

Este evento se consolidó como una plataforma esencial para el diálogo y la innovación, entregándonos la oportunidad de conectar con líderes de la industria. Fue el escenario perfecto para mostrar nuestros equipos eléctricos litio, que están impulsando un cambio en la logística. Más allá de ser una exhibición de equipos, esta edición 2025 impulsó un cambio fundamental en la industria, y estamos felices de haber sido parte de esta evolución. **ESE Maquinarias**

TRG Boreal 4.0 estuvo presente en la feria Logistec 2025, realizada en Santiago de Chile, presentando nuestras soluciones de vanguardia basadas en robots autónomos y tecnologías de movilidad para entornos empresariales e industriales. Mostramos cómo estas innovaciones optimizan la logística y el movimiento de materiales en distintos sectores. Recibimos una gran cantidad de visitantes, con quienes conversamos activamente sobre las principales tendencias del mercado, reafirmando nuestro compromiso con la transformación digital en la cadena de suministro

"Participar en Logistec Show 2025 fue clave para Patio Industrial. No solo nos permitió conectar con clientes y conocer nuevos actores dentro del rubro, sino también presentar nuestra red de 19 centros logísticos distribuidos a lo largo del país, diseñados para responder a los más altos estándares de infraestructura, conectividad y adaptabilidad. Valoramos profundamente estos espacios que fomentan el diálogo, la innovación y el desarrollo colaborativo del sector industrial y logístico a nivel nacional".

Sebastian Ulloa, Gerente de **Patio Industrial**

En Logistec Show 2025, donde presentamos nuestras soluciones en automatización de seguridad, vallados perimetrales, barreras de seguridad, proyección de señalización, seguridad táctil para robots, bordes y alfombras de seguridad. Agradecemos a todos quienes visitaron nuestro stand y se conectaron con nuestro equipo de especialistas certificados. Logistec Show 2025 fue una valiosa instancia para dar a conocer nuestras soluciones para una industria tan relevante como la logística nacional. Los esperamos en Logistec Show 2026 con nuevas innovaciones. **Transworld**

Desde **Winlog** agradecemos a Logistec Show por generar espacios que inspiran y transforman la industria logística. Esta experiencia nos permitió conectar con personas comprometidas, explorar nuevas tecnologías, tendencias y compartir propósitos. Estamos convencidas del impacto positivo que Logistecshow tiene en el sector, impulsando una visión más consciente e inclusiva. Nos vemos en Logistec show 2026.

Agradecemos a Logistec por la organización de la feria y el apoyo permanente que nos dieron. El evento reunió a una gran cantidad de proveedores y visitantes del área logística, generando una gran oportunidad para recibir a clientes en nuestro Stand y conversar acerca de sus proyectos de almacenaje y desarrollo logístico. Nos vemos el próximo año. **Intersystems**

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por nuestra participación en la última edición de Logistec Show 2025. Este evento ha sido una excelente oportunidad para fortalecer lazos, conectar con futuros clientes y proveedores, y compartir conocimientos claves para el desarrollo del sector. Reconocemos el esfuerzo del equipo organizador en crear un espacio propicio para el diálogo y la colaboración, brindando una plataforma valiosa para el crecimiento del sector y estamos convencidos que el trabajo conjunto entre actores claves de la cadena de suministro permite optimizar procesos y generar mayor valor para la industria. **APL Logistics**

Nuestra participación en LogistecShow 2025 fue una experiencia muy positiva y enriquecedora en una de las exposiciones más importantes de la región. Tuvimos la oportunidad de presentar el nuevo 3D Sorter Mini y nuestros renovados racks negros de alta resistencia, los cuales despertaron gran interés entre los asistentes. Fue un orgullo y un honor para nosotros compartir este espacio con tantos referentes del sector logístico. Agradecemos a todos quienes se acercaron a nuestro stand y compartieron sus ideas y desafíos. Nos volvemos con energía renovada para seguir innovando y aportando valor real a la industria. **Mindugar**

En **Bodenor Flexcenter** vivimos una gran experiencia en Logistec Show 2025. Fue una excelente oportunidad para conectar con más de 10.000 profesionales, conocer las principales tendencias logísticas del país y compartir, en el marco de nuestro aniversario de 30 años, nuestra trayectoria como expertos en seguridad, parques logísticos y bodegas de clase mundial y una marcada vocación por el servicio al cliente. ¡Gracias a todos los que se acercaron a nuestro stand y fueron parte de este encuentro!

Logistec Show 2025 fue una instancia clave para conectar con los principales desafíos logísticos de la región y reafirmar nuestro compromiso con soluciones a la medida. Fue un espacio de escucha activa, co-creación y nuevas alianzas. ¡Así que nos vemos en la edición 2026, para seguir construyendo juntos una logística más inteligente! **The Optimal Partner**

Este año vivimos una feria muy productiva, en la que reafirmamos el compromiso de Megacentro con el sector logístico. El foco de nuestra participación estuvo en acercarnos aún más a nuestros clientes, escuchar sus necesidades y abrir nuevas oportunidades; aprovechando la instancia para celebrar con ellos nuestros 30 años. Esta instancia se alinea plenamente con nuestros pilares estratégicos y nos impulsa a seguir evolucionando junto a ellos.

Diego Castañeda, Country Manager - **Megacentro Chile**

Nuestra participación en Logistec Show 2025 fue una excelente instancia para mostrar nuestras soluciones de automatización e intralogística, y conectar con empresas que buscan eficiencia e innovación en sus procesos. El interés y las conversaciones que generamos nos confirman que la robótica ya es una necesidad concreta en la industria chilena. ¡Gracias por recibirnos! **Klever Robotics**

YOY CON LOS DESAFÍOS DEL MAÑANA

JUNGHEINRICH TARPULIN TRAILER LOGISTICS

Marketing Partner

Logistec
www.revistalogistec.com

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE 40 HORAS: UNA MIRADA DESDE EL SUPPLY CHAIN COUNCIL DE CHILE

La implementación progresiva de la Ley 40 Horas en Chile —que reduce la jornada laboral máxima semanal de 45 a 40 horas en un plazo de cinco años— representa un cambio estructural de alto impacto para el mundo del trabajo.

En este contexto, el pasado 15 de mayo, en el marco de la feria Logistec Show, el Supply Chain Council de Chile reunió a líderes y representantes de empresas clave del sector para abordar el conversatorio “Desafío de la Implementación de la Ley de 40 Horas en el Supply Chain”. Esta instancia permitió compartir visiones estratégicas, buenas prácticas y desafíos comunes frente a una transición que ya está en marcha y que requiere respuestas rápidas, colaborativas y sostenibles.

DESARROLLO DEL CONVERSATORIO

El panel estuvo compuesto por Alejandro Villavicencio, Supply Chain Director South Latin, del grupo Bimbo; Eduardo Torres, National Contract Logistics Business Development Manager, de Kuehne+Nagel; Deomar Neves, Corporate Supply Chain Manager de Casa Ideas; Jorge Ronda, Associate Professor – Port Business Development de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Todos ellos compartieron experiencias concretas sobre cómo están abordando la

implementación de la ley y las implicancias que ha tenido en sus operaciones. La mesa estuvo moderada por Tomas Cox, actual presidente del Supply Chain Council de Chile y Gerente General de EIT Logística S.A.

Uno de los ejes más debatidos fue el rediseño de los sistemas de turnos, especialmente en operaciones 24/7, como puertos, centros de distribución y última milla. También se discutió la necesidad urgente de combinar eficiencia operativa con bienestar laboral, utilizando tecnologías, automatización y nuevas formas de colaboración con los equipos internos y externos.

PRINCIPALES DESAFÍOS IDENTIFICADOS

Durante el diálogo, surgieron diversos puntos críticos que están enfrentando las empresas del sector:

Reconfiguración de turnos y jornadas laborales en operaciones de alta continuidad • Aumento en los costos operativos por menor disponibilidad de horas y alza del sueldo mínimo • Riesgo creciente de informalidad laboral, especialmente en sectores como delivery o transporte urbano • Brechas relevantes en sectores como retail y última milla, donde los picos de demanda son irregulares y requieren alta flexibilidad • Necesidad de

acelerar la transformación digital y redefinir procesos ineficientes.

Buenas prácticas y soluciones compartidas Frente a estos desafíos, los panelistas compartieron estrategias que ya están siendo implementadas con buenos resultados:

- Eduardo Torres adoptó anticipadamente la jornada de 40 horas, logrando mantener los niveles de productividad y recibiendo una excelente respuesta por parte de los equipos. “Fue una decisión valiente, pero necesaria”, destacó Eduardo Torres, uno de los expositores, agregando que los resultados operativos han acompañado la decisión.

- En el caso de Alejandro, está implementando un modelo de transición progresiva, con foco en calidad de vida y productividad. Alejandro Villavicencio señaló que “la meta no es solo cumplir la ley, sino mejorar integralmente como organización humana y productiva”.

- Por parte de Jorge, puso énfasis en el impacto que tendría una baja productividad nacional, alertando sobre la posibilidad de convertirse en puertos secundarios frente a competidores regionales como Chancay. “Un barco que transporta 15.000 TEUs no se detendrá en Chile si eso compromete su eficiencia”, se comentó.

- Casos como el de Deomar Neves, en empresas de logística avanzada, mostraron cómo las inversiones en automatización y trabajo colaborativo con proveedores pueden mitigar el impacto económico de la ley.

La implementación de la Ley de 40 Horas es, sin duda, una reforma con profundas implicancias laborales, sociales y operativas. Pero también puede ser un catalizador de transformación. Los desafíos que enfrentamos hoy son una oportunidad para revisar nuestras cadenas de valor, hacerlas más eficientes, humanas y tecnológicas.

El Supply Chain Council de Chile invita a todos los actores del ecosistema logístico a sumarse a este diálogo. El éxito de la transición no dependerá solo de cumplir una ley, sino de cómo la industria se reinventa, aprende, y lidera el cambio con una mirada sistémica y colaborativa.



AGILIDAD

EFICIENCIA

PROPÓSITO

EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA

“Donde otros ven transporte, nosotros vemos oportunidades para transformar industrias e impulsar el crecimiento desde la logística”



José Undurraga - Gerente de Operaciones



MEGACENTRO CUMPLE 30 AÑOS Y REFUERZA SU FOCO EN LA RENTA INMOBILIARIA INDUSTRIAL

La empresa chilena Megacentro, especializada en el desarrollo y administración de bodegas industriales, cumplió 30 años consolidándose como uno de los actores más relevantes del rubro en la región. En este marco, la compañía avanza en un plan estratégico que busca concentrarse en su negocio principal: la renta inmobiliaria industrial.

Actualmente, Megacentro cuenta con 34 centros de bodegaje en Chile, Perú y Estados Unidos, que incluyen desde bodegas flex hasta centros de distribución diseñados a la medida de sus clientes. Entre sus usuarios destacan compañías como Mercado Libre, con 100 mil metros cuadrados en el centro Buenaventura; Rosen; Nutrisco; Castaño; Froens y cervecera AB InBev. En total, más de 750 empresas han confiado en la firma a lo largo del país.



“Son más de 750 compañías las que en Chile han confiado en Megacentro, tanto en la región Metropolitana como en regiones, y que han crecido de la mano de este desarrollador de centros de bodegaje”, sostiene Claudio Chamorro, gerente general de la empresa. “Y

que lo podrán seguir haciendo”, añade. Uno de los hitos recientes fue la venta de las filiales Megalogística, en enero, y Mega Frio, en abril, saliendo así del negocio logístico para concentrar los recursos en su core business.

“Esto demuestra el verdadero compromiso con nuestra hoja de ruta. Seguiremos creciendo, desarrollando y administrando centros de bodegaje industrial de estándar mundial, siempre con el cliente en el centro”, concluye Chamorro. Al cierre de 2024, la compañía alcanzó casi 2 millones de metros cuadrados construidos con una tasa de ocupación del 98% en el negocio de renta industrial en Chile. En paralelo, renovó su directorio, con Alfredo Moreno como presidente, y el grupo Angelini –a través de Inversiones Siemel– como principal accionista.

AR RACKING CHILE OBTIENE CERTIFICACIÓN PIONERA EN DISEÑO SÍSMICO DE RACKS

AR Racking Chile se convirtió en la primera empresa del sector en certificar oficialmente el cumplimiento de la Norma Chilena NCh 3703, que establece exigentes criterios para el diseño estructural de sistemas de almacenaje frente a eventos sísmicos.

Esta certificación, otorgada por el laboratorio DICAT-LABGEO de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, confirma que los sistemas de almacenaje de AR Racking cumplen con los más altos estándares de resistencia y estabilidad, particularmente relevantes en un país como Chile, donde la actividad sísmica es un factor estructural crítico.

Para los actores del sector logístico, esta certificación representa una ventaja competitiva concreta: garantiza que las estructuras instaladas minimizarán riesgos ante movimientos telúricos, protegiendo tanto al personal como al inventario, y asegurando la continuidad operativa.

La Norma Chilena NCh 3703 establece criterios rigurosos de diseño estructural específicos para el territorio chileno. Al cumplir con esta normativa, AR Racking asegura a sus clientes que cada instalación cuenta con las condiciones adecuadas de resistencia y estabilidad necesarias para afrontar estos desafíos con plena confianza. “Este logro confirma nuestro liderazgo en soluciones logísticas avanzadas y permite a nuestros clientes acceder a mejores condiciones de aseguramiento, además de facilitar la aprobación técnica de sus proyectos”, señaló Josué González, gerente general de AR Racking Chile.



INTERBORDERS: EXPORTAR VALOR REQUIERE LOGÍSTICA EXPERTA

La temporada 2024 de exportación de nueces y almendras comenzó con cifras que reflejan los desafíos del contexto internacional. Según el Boletín de Frutas de ODEPA (junio 2024), los envíos de nueces cayeron un 44,9% en volumen y un 36,2% en valor respecto al año anterior. Las almendras también registraron bajas, de 6,4% y 6,2%, respectivamente.

En este escenario, cada eslabón logístico adquiere valor estratégico. La trazabilidad, los tiempos de entrega, el cumplimiento normativo y la eficiencia operativa son factores determinantes para mantener la competitividad en mercados cada vez más exigentes.



Interborders Chile, operador logístico con presencia regional, ha intensificado su apoyo a exportadores del rubro, ofreciendo soluciones integrales que van desde comercio exterior y despacho aduanero hasta logística nacional, distribución especializada y almacenamiento. “Chile exporta calidad, pero también debe exportar cumplimiento logístico”, señala Eduardo Becerra, Branch Manager de Interborders Chile, enfatizando que una logística fallida puede comprometer incluso el mejor producto.

Becerra agrega que “nuestra experiencia en el transporte internacional de carga nos ha demostrado que la logística no puede fallar, especialmente en productos como los frutos secos, donde la estacionalidad, la perecibilidad y las exigencias del mercado internacional requieren precisión y confiabilidad”.

Con operaciones activas en el país, la compañía —de origen argentino y con presencia en más de cinco países de América— se ha consolidado como un actor emergente en el ecosistema logístico nacional. Su propuesta combina cobertura global, tecnología aplicada como WMS y trazabilidad GPS, y un enfoque colaborativo orientado al cliente.

TECHFY PRESENTA NUEVO MODELO DE NEGOCIO PARA UNA LOGÍSTICA MÁS INTELIGENTE

Con el objetivo de responder a las crecientes exigencias del sector logístico, Techfy anunció la evolución de su modelo de negocio, estructurado ahora en torno a tres pilares estratégicos: Techfy Hardware, Techfy Software y Techfy Servicios.

La empresa busca consolidarse como un socio integral para compañías que necesitan modernizar y digitalizar su cadena de suministro. La oferta abarca desde equipamiento industrial - impresoras, escáneres y terminales móviles- hasta plataformas de trazabilidad inteligente y soporte técnico especializado. Esta combinación permite a las empresas conectar personas, dispositivos y procesos en tiempo real, optimizando el control y la eficiencia operativa.

Asimismo, gracias a su alianza con Zebra Technologies y una red de partners líderes, Techfy impulsa soluciones que conectan dispositivos, procesos y personas, elevando los estándares de eficiencia y control. “La logística actual requiere mucho más que equipos confiables. Requiere integración, análisis de datos y soporte continuo. Nuestro nuevo modelo nos permite acompañar a los clientes desde el diagnóstico hasta la implementación y el mantenimiento, generando un impacto real en su productividad”, destacan desde Techfy.

La empresa también subraya que los servicios de soporte técnico, consultoría y capacitación son parte central de su propuesta de valor. La convergencia entre tecnología y servicio, señalan, es el motor que impulsa su enfoque: conectar operaciones en terreno con inteligencia de datos para que la logística no solo funcione, sino que evolucione.





Transgamboa ahora es

TG Go

SECURITY CARGO & STORAGE

Tu tranquilidad es nuestra prioridad

Evolucionamos manteniendo nuestros valores y oferta de valor: somos la empresa líder en logística de carga segura en Chile. Transportamos y almacenamos tu carga con seguridad, tecnología y eficiencia.



Almacenaje |
Storage y distribución



Trazabilidad total



Cobertura
nacional



Seguridad
garantizada



Alta tecnología



Arquitectura
de seguridad



Óptimos target en
nivel de operación



Seguros amplios



Ágiles
y flexibles



www.tg-go.cl

[tggo_chile](https://www.instagram.com/tggo_chile)

[TG Go](https://www.linkedin.com/company/tg-go)

EXPERIENCIA LOGÍSTICA INTERMODAL: HACIA UNA LOGÍSTICA MÁS EFICIENTE Y SOSTENIBLE EN EL MOVIMIENTO DE MERCANCÍAS EN CHILE

Una de las decisiones más estratégicas en logística es la elección del modo de transporte, especialmente en contextos donde la sostenibilidad y la resiliencia son cada vez más exigidas. Según una estimación presentada por Lumsden, Stefansson y Woxenius en la cuarta edición del libro *Logistikens grunder* (2019), transportar la misma carga que mueve un buque de 21.000 TEU requeriría aproximadamente 30 buques feeder, 300 trenes (de 70 TEU), 5.250 camiones (de 4 TEU), 2.625 aviones de carga o incluso 1 millón de cargo bikes.

porte. La intermodalidad no solo optimiza el flujo de mercancías, sino que también permite reducir emisiones, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer la resiliencia del sistema logístico frente a interrupciones.

Alemania, uno de los países líderes en desempeño logístico a nivel mundial, moviliza cerca de un 70% de las ton-km de la carga nacional por carretera, utilizando en el porcentaje restante los modos ferroviario, aéreo, marítimo (cabotaje y fluvial) y ductos (DHL Freight Connections,

Infraestructura 2025-2055, estiman que para el 2055 en un escenario tendencial el 97% de la partición modal en ton-km sería de camiones.

Es por esto que se vuelve clave revertir esta tendencia con proyectos que fomenten la intermodalidad y la colaboración entre los distintos modos de transporte. Un ejemplo que apunta a lo anterior es la Experiencia Logística Intermodal, iniciativa que busca potenciar el uso del transporte ferroviario en combinación con camiones para el traslado de carga de consumo masivo en Chile. En octubre de 2024 se realizó la primera versión, impulsada por Conecta Logística junto a FEPASA, CCU, EFE y SITRANS con el apoyo de CORFO y el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

En ella se trasladaron 32 mil litros de bestibles desde Santiago hasta Temuco utilizando trenes y camiones de manera combinada, cubriendo cerca de 700 km de recorrido. Los contenedores fueron cargados en la planta de Quilicura de CCU, trasladados en camión a la estación Alameda de Estación Central y, desde allí, embarcados en un tren de carga operado por FEPASA.

Al llegar a la estación de Temuco, los contenedores fueron descargados y transferidos nuevamente a camiones para completar su trayecto hasta la planta de CCU en Temuco. Los resultados demostraron que la combinación tren-camión permite reducir en un 69% las emisiones de CO₂ eq, en comparación con el transporte exclusivamente por carretera.

La Experiencia Logística Intermodal muestra que, a través del trabajo colaborativo entre el sector público y privado, es posible enfrentar y superar los desafíos logísticos, abriendo nuevas oportunidades para que el transporte de carga en el país sea más sostenible.

Javier Rivera, Director de Sostenibilidad de Conecta Logística.



Esta comparación no sólo revela las enormes diferencias en capacidad y eficiencia entre modos de transporte, sino que también invita a reflexionar sobre cómo el déficit de infraestructura y conectividad en la red logística genera sobrecostos, demoras, mayores emisiones y pérdida de competitividad, afectando el desarrollo sostenible y debilitando la resiliencia del sistema logístico

Para movilizar la carga en el modo más eficiente, es clave desarrollar una red logística que facilite la integración y transferencia entre distintos modos de trans-

porte. Otros países, con geografías más extensas que la alemana, como Australia y Estados Unidos, trasladan cerca del 30% (Climate Change Authority Australian Government, 2024) y más del 50% (USDOT, 2023) de toneladas domésticas de importación y exportación en modos de transporte no-carretero, respectivamente. En Chile, de acuerdo con datos del Observatorio Logístico (2022), las cargas con destino u origen en algún puerto marítimo con conexión ferroviaria alcanza un 22%, mientras que de acuerdo a estudios preliminares desarrollados por el MOP en el marco del Plan Director de Servicios de

BSF ALMACENES DEL PERÚ ADQUIERE ALDEA LOGÍSTICA GLOBAL POR US\$ 160 MILLONES

Bodegas San Francisco (BSF) Almacenes del Perú, filial del Grupo Algeciras y de BSF Chile, concretó la adquisición del 100% de Aldea Logística Global SAC por un monto de US\$ 160 millones. La operación, oficializada a inicios de junio, incluye los diez almacenes que Aldea posee en Lima, que suman una capacidad total de 272.000 metros cuadrados construidos.

Nueve de los establecimientos adquiridos corresponden a bodegas de Tipo A, con alturas al hombro iguales o superiores a los 12 metros, lo que permite a BSF ampliar y complementar su actual oferta logística en el país. Esta incorporación refuerza especialmente su presencia en la zona de Villa El Salvador, uno de los principales polos logísticos de Lima, y se alinea con la estrategia de ofrecer servicios con altos estándares de calidad, seguridad y precios competitivos para sus clientes actuales y futuros.



La transacción fue aprobada por Indecopi, organismo regulador de la libre competencia en Perú. Según Andrés Solarí, director de BSF Almacenes del

Perú, esta adquisición representa una operación estratégica que fortalece la presencia local de la compañía. Por su parte, Alberto Fluxá, director de BSF Perú y BSF Chile, señaló que esta compra marca un hito relevante en el proceso de consolidación del liderazgo de la empresa, coincidiendo con la conmemoración de su 40° aniversario. Con esta incorporación, BSF alcanza un total de más de 655.000 metros cuadrados construidos en Perú y 1.725.000 metros cuadrados en Chile, posicionándose como uno de los actores más relevantes del sector logístico y de almacenaje en ambos países.

SILO Y EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA: AGILIDAD, EFICIENCIA Y PROPÓSITO

Durante años, la logística ha significado eficiencia, precisión y coordinación. Pero hoy, esos atributos ya no son solo operativos; son estratégicos. Y es que, en un mundo con desafíos más complejos - cadenas globales tensionadas, crisis climática, consumidores conscientes- los mismos principios que nos permitieron crecer, pueden ser la base para transformarnos. La eficiencia ya no se trata solo de tiempos y costos, también de impacto. La coordinación no solo conecta actores, conecta propósitos. Y la precisión que nos hace competitivos, nos permite ser sostenibles.



Pensar en el futuro de la logística no es solo hablar de inteligencia artificial, sino de cómo ponemos nuestras capacidades al servicio de modelos más ágiles, resilientes y responsables. Chile tiene el potencial para convertirse en un hub logístico regional, pero eso no ocurrirá solo por geografía. Se requiere visión compartida, articulación público-privada, innovación y diálogo constante entre los actores.

Desde SILO Logística hacemos un llamado a encontrarnos más seguido, a cruzar experiencias y sumar fuerzas. Nuestra trayectoria de más de 15 años entregando servicios logísticos a medida y con altos estándares de calidad, incluye centros de almacenaje estratégicamente ubicados en Casablanca - entre Valparaíso y San Antonio- con más de 40.000 m² de capacidad, respaldados por sistemas WMS y atención personalizada. Porque si algo nos enseña la logística, es que nada se mueve bien sin coordinación. Tenemos el talento y la visión para aportar soluciones que hagan la diferencia. Lo que necesitamos ahora es alinearlos en torno a un propósito común: qué nos mueve y hacia dónde.

NUEVA GRÚA HANGCHA REFUERZA OPERACIONES MINERAS EN EL NORTE DE CHILE

Con el objetivo de responder a las altas exigencias de la industria minera, Derco-maq incorporó a su flota la grúa pesada Hangcha CPCD350-XRH10G, un equipo con capacidad para levantar hasta 35 toneladas, ya disponible para arriendo en su sucursal de Calama.

El nuevo modelo está especialmente diseñado para operaciones logísticas y de mantenimiento en faenas de gran escala, permitiendo el traslado de componentes pesados con mayor eficiencia y menores riesgos operacionales. A diferencia de otras soluciones de alto tonelaje, como las grúas hidráulicas, esta máquina no requiere la participación de un Rigger ni maniobras complejas, lo que simplifica su operación en terreno.



La grúa cuenta con un mástil doble que alcanza los 4 metros de altura y una cabina completamente suspendida de visión total (HCCS), pensada para mejorar la comodidad y seguridad del operador. Integra un motor diésel Tier 4F, que cumple con normativas de bajas emisiones, joystick de mando, sistema antivuelco y mayor estabilidad direccional. Además, viene equipada de fábrica con cámaras frontal y trasera, rejillas de protección, balizas y extintores.

Desde Derco-maq destacan que esta incorporación forma parte de su estrategia para ofrecer soluciones robustas, seguras y adaptadas a las condiciones de trabajo de la minería moderna. La compañía asegura soporte técnico especializado y mantenimiento continuo para asegurar la disponibilidad operativa del equipo en proyectos exigentes.

TECNOLOGÍA QUE PROTEGE TU OPERACIÓN: CONTROL DE ACCESO INTELIGENTE PARA LA INDUSTRIA Y BODEGAS

En un contexto donde la seguridad industrial es crítica y los costos operacionales siguen en aumento, reforzar el control de acceso con tecnología avanzada se vuelve una necesidad estratégica. El modelo tradicional basado en guardias presenta limitaciones: no solo es costoso, sino que también vulnerable ante errores humanos o procedimientos poco eficaces.



Smartki es un sistema chileno de control de acceso diseñado especialmente para entornos industriales y de bodegaje. Su propuesta combina robustez, eficiencia y adaptabilidad, con funcionalidades como reconocimiento facial, QR dinámico y antipassback, que aseguran un acceso ordenado y 100% trazable. Cada ingreso queda registrado, incluso aquellos visitantes no planificados, lo que permite una supervisión completa del flujo de personas.

A diferencia de soluciones importadas, Smartki cuenta con desarrollo y soporte local, lo que facilita su adaptación a las necesidades reales del recinto y reduce riesgos asociados a vulnerabilidades externas. Además, elimina la necesidad de sumar más personal, ayudando a reducir costos fijos sin comprometer la seguridad. Hoy, más de 250 recintos en Chile, recintos industriales y logísticos ya confían en esta solución, elevando sus estándares de control y eficiencia operativa.

WOMEN IN SUPPLY CHAIN: LIDERAZGO FEMENINO EN EL MUNDO DE LA LOGÍSTICA

RECAPITULACIÓN DE ACTIVIDADES RECIENTES Y PROYECCIÓN FUTURA

La asociación Women in Supply Chain continúa consolidándose como una plataforma clave para el desarrollo profesional y el liderazgo femenino en el sector de la logística y supply chain. Con un enfoque en posicionar la cadena de suministro como una estrategia vital para el éxito empresarial, nuestras últimas actividades han demostrado nuestro compromiso con la formación, la visibilidad y la colaboración.

Esto nos ha significado un reconocimiento en el último Women Economic Forum, donde tuvimos una participación activa en mesas de trabajo "Sectores estratégicos con liderazgo femenino" y premiación en la categoría: Organizaciones de Mujeres Referentes 2025.

ACTIVIDADES RECIENTES

En los últimos meses, nuestra asociación ha tenido una presencia destacada en diversos eventos y actividades que refuerzan nuestra misión. Participamos activamente en el Hub Logística Inteligente, un espacio donde compartimos ideas innovadoras y conectamos con líderes del sector. Asimismo, organizamos webinar sobre coaching ontológico dictado por Carolina Cocco y moderado por Karin Shirota, demostrando nuestro interés en el bienestar integral de las personas.



Otro de nuestras actividades recientes fue la realización de un curso de oratoria con Talent & Voice dictado por Yessenia Basterrechea creadora de evento "Talent Woman" que convoca anualmente a cientos de mujeres talentosas con speakers reconocidas, diseñado para fortalecer las habilidades comunicativas de nuestras integrantes, esenciales en el liderazgo.

Además, tuvimos una participación destacada en Logistec Show, donde lanzamos nuestro podcast oficial de la mano de Loreto Hermosilla y Felipe Sandoval, un nuevo canal

para compartir contenido relevante sobre la cadena de suministro desde una perspectiva estratégica.



En este evento, expusimos sobre el talento en Supply Chain, mediante Priscila Alves (NTT Data), Guadalupe Lomas (Michael Page) y Gabriela Yañez (Agrosuper), subrayando la importancia de identificar, desarrollar y retener a las personas clave dentro de la industria. También colaboramos en charlas organizadas por instituciones educativas como Inacap e IP Chile representadas por nuestras socias Elena Sansivirini (Mercado Libre), Pía Vega (Walmart), Anaiza Pusic (DHL Global/Presidente WINS), Magdalena Díaz (Aquanima Banco Santander), Daniela Huerta (VCP), Liliana Delgado (Sigdo Koppers SKIC), Loreto Hermosilla (Directora MKT/Comunicaciones WINS), reafirmando nuestro compromiso con la educación y la formación profesional.

Por último, iniciamos una sesión de networking internacional bimensual, donde compartimos y conocemos más de otras asociaciones Women in Supply Chain en diferentes países. Este espacio nos permite generar sinergias y construir una red latinoamericana de apoyo y colaboración y prepararnos para nuestro encuentro 2025 en Perú, donde ya tenemos una delegación cercana a 30 participantes chilenas.

Próximas actividades

En el WOI de Iquique, que tendrá lugar del 3 al 5 de Junio, seremos representadas como WINS por Carmen Gloria Dueñas, directora nacional sectorial de mantenimiento y logística (encargada de mecánica, minería y logística) en Inacap, quien será parte de la mesa de trabajo "Conectividad Inteligente: Logística, Género e Innovación en el Corredor Bioceánico", junto a otras participantes de Zofri, entre otras instituciones. En este mismo evento, participarán nuestras socias Liliana Valladares y Yazna Hernández, Grte.

HSEQ y subgerente de Personas de Cargotrans. El 29 de mayo, seremos entrevistadas en el programa radial "Transformación Clave" de Alex Tudor, en Radio La Clave, por el aporte que estamos realizando como asociación en el rubro. El 30 de mayo, realizaremos una visita técnica a las instalaciones de Walmart, una oportunidad para conocer de cerca las operaciones de una de las empresas líderes en el sector.

El 11 de junio, tendremos el honor de contar con Denisse Goldfarb, autora de "Con100te de tu futuro" y speaker internacional, quien ofrecerá una charla exclusiva para nuestras integrantes, enfocada en temas clave para el desarrollo profesional, que se realizará bajo la colaboración de PwC. Además, comenzaremos a desarrollar nuestro plan de crecimiento con Michael Page, una iniciativa que busca proporcionar herramientas concretas para el desarrollo del liderazgo femenino en Supply Chain.



COMPROMISO CONTINUO

Desde Wins seguimos comprometidas con el crecimiento y desarrollo profesional de más voces expertas. Estas actividades reflejan nuestro esfuerzo constante por generar impacto en la industria, fomentar la colaboración y construir un futuro más inclusivo para nuestras profesionales y futuras generaciones.

Nuestro trabajo no solo se basa en eventos y actividades, sino también en la creación de una comunidad sólida y colaborativa que inspire a más personas a formar parte de este cambio. Invitamos a todas las interesadas a sumarse a nuestras iniciativas y ser protagonistas de este movimiento transformador. Las inscripciones para este año las mantendremos solo hasta fines de Junio, para así focalizarnos en conocer y hacer participe a cada una de nuestras socias y seguir consolidando lo que hemos construido.



+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



ALOG CHILE Y WTW CHILE LANZAN DOCEAVA VERSIÓN DE LA ENCUESTA DE REMUNERACIONES Y BENEFICIOS DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA

La herramienta, especialmente diseñada para los líderes de las áreas de personas analiza cargos, tramos salariales y beneficios para un catálogo de 221 cargos relacionados con la actividad logística, a nivel operativo, intermedio y gerencial, 45 de ellos en el Rol Privado y 176 del Rol General.

Con una importante convocatoria, el pasado 29 de mayo, ALOG Chile y Willis Tower Watson Chile (WTW) realizaron el lanzamiento de la duodécima edición de la Encuesta de Remuneraciones y Beneficios de la Industria Logística en Chile.

La presentación de la muestra, desarrollada en las oficinas de la consultora, estuvo a cargo de María José Palma, Associate Director Work&Rewards de WTW Chile, presentación a la cual asistieron los líderes del área de gestión de personas de reconocidas empresas del sector logístico y retail, tales como: DyC, SMU, Report, Cencosud; Seeman, Agunsa, Noatum Logistics, Medlog, Transportes Nazar, entre otros. En tanto, la instancia también contó con la presencia de Raimundo Prieto Reyes, Presidente de ALOG Chile y Alexis Michea Acevedo Gerente General de la Asociación.

tipo de insumos que “representan un aporte para la industria logística, especialmente para las áreas de gestión de personas que hoy enfrentan importantes desafíos”.

Al mismo tiempo, durante su alocución, el presidente del Directorio agregó que “es en base al trabajo colaborativo desarrollado junto a WTW Chile que ALOG Chile puede brindar a toda la comunidad logística esta herramienta que contribuye efectivamente al desarrollo y competitividad de nuestro rubro en materia de recursos humanos”.

Por su parte, María José Palma, agregó que “en WTW Chile sabemos la necesidad que tienen las áreas de recursos humanos del sector logístico de tener datos que ayuden a la toma de decisiones en cuanto se trata de salarios y beneficios.

En esta lógica, la Encuesta de Remuneraciones y Beneficios de la Industria Logística se instala como una herramienta clave que permite conocer, en profundidad, estadísticas de cargos gerenciales, profesionales, tácticos y operativos, de manera general y específica, tornándola indispensable para las empresas del rubro”.

que “esperamos profundizar esta alianza, aún más, de cara a este 2025”.

HERRAMIENTA CLAVE PARA LA TOMA DE DECISIONES

En cuanto a la encuesta, cabe destacar que la duodécima edición integra en su análisis una data de más de 16 mil datos de cargos, de los cuales el 98% fueron homologados. Así, se logró definir un catálogo de 221 cargos analizados, 45 de ellos en el Rol Privado y 176 del Rol General; desarrollando – al mismo tiempo- una muestra con 138 cargos transversales y 83 cargos por industria (frío, farma, depósitos y contenedores, etc.). Así, indicó Palma, logramos una herramienta que permite a los líderes y a los equipos de recursos humanos de las empresas del sector a determinar los pilares estratégicos de su gestión”.



Durante la presentación del estudio, Raimundo Prieto hizo hincapié en la importancia de desarrollar colaborativamente este

Al mismo tiempo, la ejecutiva agradeció la alianza alcanzada con ALOG Chile para el desarrollo de este instrumento, agregando

Por otra parte, cabe señalar que entre los datos publicados en la 12va edición de la Encuesta, que contiene data representa a Octubre 2024, destaca que el 84% de las 62 empresas participantes siguen este año, lo que hace que la consistencia de los datos sea robusta. De las estadísticas obtenidas, las remuneraciones lograron un movimiento positivo, situándose en un 6.1 % promedio total. Considerando que el IPC del 2024 alcanzó el 4,5%, lo que indica que los salarios fluctuaron en un 1,6% sobre IPC. Considerando el ajuste por IPC es una práctica que se encuentra presentes en las organizaciones como mecanismo de ajuste salarial en Chile.

Finalmente, aquellas empresas que deseen adquirir el estudio pueden hacer su solicitud al correo electrónico: comunicaciones@alog.cl. En este punto, cabe destacar que las empresas socias de ALOG Chile cuentan con una tarifa preferencial.

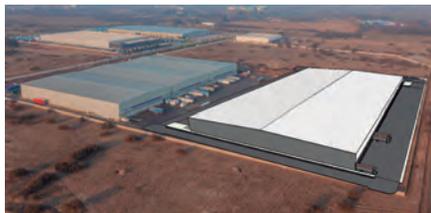
LET'S BUILD OUR ID LOGISTICS TOGETHER!

¡Vive la logística con nosotros!

DANCO SE PREPARA PARA CONSTRUIR NUEVA ETAPA DE CENTRO LOGÍSTICO PARA ARRIENDO

Danco, reconocida empresa orientada al desarrollo y arriendo de centros logísticos, se prepara para la construcción de una nueva etapa de bodegas en su Centro Logístico ubicado en Lampa. Esta expansión contempla 24.000 m² adicionales de bodegas para arriendo. El centro, que abarca un total de 16 hectáreas, destaca por su cercanía al aeropuerto de Santiago, a la Ruta 68 y a la nueva autopista Lo Boza, lo que lo posiciona como un punto estratégico próximo a las principales carreteras de la capital.

Esta instalación, una de las más emblemáticas de la compañía, está diseñada para operadores logísticos y grandes empresas dedicadas al manejo de carga general, con espacios disponibles a partir de 4.000 m². David Furman, Director Ejecutivo de Empresas Danco, comentó: "este nuevo proyecto refleja la visión de Danco de seguir aportando a la logística de nuestros clientes, entregando centros de distribución de estándar internacional con los precios más bajos del mercado".



El ejecutivo precisó que este centro también ofrece arrendamiento de patios exteriores o canchas para almacenar vehículos, contenedores o cualquier mercadería sobredimensionada. "Buscamos siempre ofrecer la mejor relación precio-calidad del mercado, y en este caso particular, nuestra meta es lograr ofrecer este centro de distribución a tarifas de arriendo pre-pandemia", agregó Furman.

El ejecutivo precisó que este centro también ofrece arrendamiento de patios exteriores o canchas para almacenar vehículos, contenedores o cualquier mercadería sobredimensionada. "Buscamos siempre ofrecer la mejor relación precio-calidad del mercado, y en este caso particular, nuestra meta es lograr ofrecer este centro de distribución a tarifas de arriendo pre-pandemia", agregó Furman.

TRG BOREAL EN LOGISTEC SHOW 2025: TECNOLOGÍA, CONEXIONES Y FUTURO LOGÍSTICO

Nuestra participación en Logistec Show 2025 fue una experiencia extraordinaria. Durante tres días en Santiago de Chile, TRG Boreal presentó lo último en soluciones de automatización, robótica logística, movilidad industrial y servicios técnicos especializados, captando el interés de referentes de toda la región.

En nuestro stand, los visitantes pudieron conocer de cerca cómo integramos robots autónomos, sistemas de visión artificial, tecnologías de identificación y trazabilidad, junto con dispositivos industriales de marcas líderes como Zebra, Honeywell, Cognex y Geek+. Mostramos cómo estas soluciones ya están transformando la operación de almacenes, centros de distribución y retailers en América Latina.



TRG Boreal es una empresa con presencia en Argentina, Chile, Colombia y México, enfocada en brindar soluciones de alto impacto en logística, automatización y soporte técnico. Nuestra misión es acompañar a las empresas en su camino hacia la eficiencia operativa, combinando tecnología, experiencia y cercanía con el cliente.

Gracias a todos los que nos visitaron, compartieron sus desafíos y nos eligieron para hablar del futuro. ¡Seguimos avanzando juntos hacia una logística más inteligente y conectada! Conoce más en borealtch.com. Síguenos en LinkedIn: TRG Latam (Boreal 4.0)

Gracias a todos los que nos visitaron, compartieron sus desafíos y nos eligieron para hablar del futuro. ¡Seguimos avanzando juntos hacia una logística más inteligente y conectada! Conoce más en borealtch.com. Síguenos en LinkedIn: TRG Latam (Boreal 4.0)

MINDUGAR SE ADJUDICA IMPORTANTE PROYECTO PARA GRAN RETAIL CHILENO

Mindugar ha sido seleccionada por una destacada empresa del retail nacional para desarrollar un proyecto estratégico, que integra soluciones avanzadas de almacenaje y automatización. Esta nueva adjudicación es el segundo proyecto que la empresa lleva a cabo junto a este cliente, consolidando una relación basada en la confianza, la experiencia y los resultados obtenidos en desarrollos anteriores.



El proyecto contempla la implementación de sistemas de racks de alta resistencia, combinados con tecnología automatizada, con el objetivo de optimizar el flujo logístico y mejorar la eficiencia operativa en sus centros de distribución.

La solución contempla la integración de procesos manuales y automáticos, permitiendo una gestión de inventario más ágil, segura y escalable, junto con sistemas de control que aseguran trazabilidad y precisión en cada etapa operativa. Esta adjudicación reafirma el posicionamiento de Mindugar como referente en soluciones logísticas integrales, con la capacidad de adaptarse a los requerimientos específicos de grandes operaciones del retail chileno y de acompañar a sus clientes en su evolución hacia procesos más eficientes e inteligentes.

Con más de 50 años de trayectoria en el mercado chileno, Mindugar se ha posicionado como un actor clave en el diseño, fabricación e implementación de soluciones logísticas a la medida. La compañía atiende a diversos sectores industriales, incluyendo retail, minería, alimentación y logística, con proyectos que combinan infraestructura especializada, automatización y tecnología.

ID LOGISTICS LANZA EN CHILE KINGS OF INNOVATION 2025

ID Logistics presenta en Chile Kings of Innovation 2025, su certamen global de innovación, reforzando su compromiso con la transformación digital y la eficiencia en la cadena de suministro.

En esta oportunidad, la categoría de Inteligencia Artificial (IA) forma parte del concurso, junto a los ejes de Robótica, Herramientas de Warehouse y Nuevos Servicios. La inclusión de IA responde a tendencias sectoriales ya observadas en mercados globales, donde la automatización y la robótica son parte de la incursión de IA.



Destacan los 29 gestores del programa AI4ID, capacitados en IA aplicada a operaciones, que liderará los proyectos en cada país. La iniciativa busca optimizar procesos, elevar la precisión y generar ventajas competitivas medibles en centros logísticos.

Los próximos pasos son: junio 2025; etapa nacional, donde se evaluarán localmente las propuestas presentadas y diciembre 2025; gran final internacional, con reconocimiento global —y posibilidad de replicar los proyectos ganadores— en la red de ID Logistics.

Este desafío representa una oportunidad para los profesionales del SCM y logística en Chile: combinar la experiencia local con tecnologías disruptivas, potenciando la productividad y gestión en bodegas y distribución. Forma parte de una iniciativa que busca transformar procesos logísticos y promover la innovación aplicada en infraestructuras regionales. Para más información, visita <http://www.idlogistics.com/>

Más de 85 años liderando la Logística en la Región



@tasalogistica



tasalogistica

 **TASA**
LOGÍSTICA

 Vehículo eléctrico

www.tasalogistica.com



LEVANTAMOS EL PESO DE TU NEGOCIO



STACKER

EQUIPAMIENTO QUE SIMPLIFICA TU LOGÍSTICA



MEGACENTRO | 30 AÑOS



30 años transformando espacios
con infraestructura logística.

+35 centros
a nivel nacional
DE ANTOFAGASTA A PUERTO MONTT

1.900.000 m²
SUPERFICIE ARRENDABLE

Desde 1995, en Megacentro hemos conectado industrias, regiones y personas a través de **soluciones inmobiliarias industriales** que crecen con cada negocio. Hoy, con presencia en Chile, Perú y EE.UU., seguimos liderando con **infraestructura flexible, amplia cobertura y compromiso sostenible.**



Conoce más



En **Megacentro** creemos que el crecimiento se vuelve sostenible al **crear valor compartido**

 megacentro.cl

 +562 2712 8510

 [Megacentrocl](https://www.instagram.com/Megacentrocl)

 [Megacentro](https://www.linkedin.com/company/Megacentro)



Eficiencia en movimiento. Automatización en un diseño compacto

Ágiles en la acción, seguros en la operación mixta, fáciles de integrar:
Nuestros sistemas de vehículos de guiado automático optimizan sus procesos
y garantizan una gestión más eficiente de las tareas de transporte recurrentes.

Entérate de más en: www.jungheinrich.cl

**JUNGHEINRICH**