

REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]



CÓMO OPERAR EN... LOS ÚLTIMOS CINCUENTA PIES

SCCC
Sociedad Chilena de Comercio Exterior

alog
Chile
Asociación de Logística



LOGISTEC
EDICION
103
OCT / NOV 2017

PUNTO DE VISTA: RETRENCH O DOUBLE DOWN
SUPPLY CHAIN: RETOS LOGÍSTICOS Y RETAIL OMNICANAL
EQUIPAMIENTO: BLOCKCHAIN EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA
WEIGHT MANAGEMENT: PNDP



Líderes en Diseño e Implementación
de Centros de Distribución



ABRA ESTA VENTANA PARA
EL FUTURO DE SU EMPRESA

Desde la consultoría inicial, diseño, implementación, hasta la puesta en operación y constante apoyo operacional en los Centros de Distribución.

▶ ALGUNOS CLIENTES EN LATINOAMÉRICA Y EL MUNDO

ABCDIN
ABERCROMBIE & FITCH
AEROPOSTALE
AGUNSA
AGROSUPER
ALIFRUT
ALVI
AMPHORA
APL LOGISTICS
AQUACHILE
ARIZTIA
ASDA GEORGE
AUSTRAL FREEZER
BCBG
BERTRAM
CAFFARENA
CASA&IDEAS

CHILETABACOS
CHILEXPRESS
CIA HERING
CONCHA Y TORO
C&A
CUEROS VÉLEZ
DIMERC
DITZLER
DORIAN
FALABELLA
FARMACIAS
GUADALAJARA
FARMACORP
FEROUCH
GEODIS WILSON
GEP
GOLDENFROST

GUANTE
GUESS
HEAD
ICB
INDUMOTORA
INKAFARMA
JOHNSON'S
J.C PENNEY
KAUFMANN
KOMATSU
KOMAX
LA POLAR
LEVI STRAUSS
LOEHMANN'S
LOGINSA
MAGAZINE LUISA
MATALAN

MERCO
MK
MTS
MOLETTA
MONSOON
NIKE
NORDSTROM
OECHSLE
PARIS
PESCACHILE
PF
PREUNIC
PRISA
PRIMARK
PROMERCO
RENNER
RIPLEY

SALINAS & ROCHA
SERVICIOS POSTALES
NACIONALES S.A.
SOPROLE
SOPRAVAL
STI
SUBURBIA
TELEMERCADOS
TK MAXX
TPS
TRANSLAGIC
TARGET
THE GAP
UNIMARC
WH SMITH
SALCOBRAND
ENTRE OTROS MÁS...

Contáctenos:

-  Chile: Tel. (562) 2958 8000
-  Perú: Tel. (511) 650 8348
-  Colombia: Tel. (571) 313 6888
-  Brasil: Tel. (5511) 3109 3200
-  USA: Tel. (818) 890 6002
-  México: Tel. (5233) 3124 5144

AGUNSA
Logistics



PLATAFORMA LOGÍSTICA INTEGRAL

www.agunsa.com

**UN SERVICIO FLEXIBLE HECHO A LA
MEDIDA PARA CADA CLIENTE**

logistica@apunsa.com



Transporte



Almacén



Contenedores



Distribución



Trabajos especiales



Logística internacional

'LOGISTEC SHOW' 2018 ABRIRÁ SUS PUERTA A LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

...

La logística ha cambiado. Dejó de ser el hermano chico de otras áreas de la compañía y hoy se viste de pantalones largos para asomar como uno de los factores claves del éxito comercial de una empresa, debido –entre otros aspectos- a la globalización de las economías, el boom del comercio transnacional, el e-commerce y el posicionamiento de los grandes retailers. Revista Logistec ha sido testigo de este crecimiento en sus 103 ediciones. Nuestro compromiso ha estado siempre

con la innovación, el conocimiento y en cumplir nuestro rol y posicionarnos como una plataforma de encuentro de la industria; compromiso que nuevamente renovamos, esta vez con la nueva versión del evento Logistec Show, encuentro que reunirá a todos los actores de la industria logística.

Esta V versión del encuentro logístico tendrá como sello la interacción de las empresas con los asistentes, en un espacio de dinamismo y encuentro. Así, Logistec Show se transformará, el próximo 23 y 24 de mayo 2018, en la instancia para ponerse al día en tendencias e innovaciones, conocer casos de éxitos de importantes empresas y reunir la oferta logística nacional. El evento se realizará en Centro Logístico Aeroparque, Megacentro, en la comuna de Pudahuel, que contará con un

centro de exhibición de 6 mil m2, donde se presentarán más de 70 empresas de las áreas de automatización, software y tecnologías; logística y servicios; e-commerce y distribución y equipamientos para el Centro de Distribución.

Logistec Show cuenta con el respaldo del éxito de las versiones anteriores. El 2016, el evento organizado por Revista Logistec reunió más de 60 empresas, durante dos días, en Bodegas San Francisco, donde asistieron más de 4 mil visitantes.

La invitación está hecha. Las empresas deben sumarse a este encuentro que se ha consolidado como el más importante en Chile para dar a conocer su evolución y el rol que cumplen en la logística.



PUNTO DE VISTA
RETRENCH O
DOUBLE DOWN

04

EN PRÁCTICA
BODENOR FLEXCENTER
JUNGHEINRICH
MEGACENTRO AEROPARQUE
SLI TAMEGAL
REFRICENTRO

34
36
44
46
48

LÍDERES
ANDRÉS AMIGO
JOSE LUÍS ARAOS
VIVIANA COLAZO

38
40
42

FREIGHT MANAGEMENT
PNDP
ESTABILIDAD Y CRECIMIENTO

54
60

LOGÍSTICA
INFORME WEF 2017-2018
INCLUSIÓN LABORAL
LOGÍSTICO
PERFIL LOGÍSTICO

64
66
70
72

EVENTOS
ASOCIACIONES
LOGISNEWS

78
80
81

P10

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

10. RETOS LOGÍSTICOS Y RETAIL OMNICANAL
14. MERCADO DE BODEGAJE 2018
18. ESTRATEGIA Y CADENA DE SUMINISTRO
22. UNA NUEVA ERA LOGÍSTICA?

P26

e-COMMERCE

26. SUPERMERCADOS ONLINE
30. OPERACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 50 PIES

P50

EQUIPAMIENTO

50. BLOCKCHAIN EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

P76

ESTUDIO

76. NUEVO EJECUTIVO LOGÍSTICO



REVISTA *Logistec*

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile



BIBLIOTECA DIGITAL



LINKEDIN



TWITTER

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO

 Machines. Ideas. Solutions. www.jungheinrich.cl C4	 LOGISTEC SHOW 2018 NEGOCIOS Y LOGÍSTICA www.logistecshow.cl C2	 MEGACENTRO BODEGAS Y OFICINAS www.megacentro.cl C3	 AGUNSA www.agunsa.cl 1
 THE PEOPLE NETWORK www.tnt.cl 5	 EMO TRANS Customized Global Logistics www.emotrans.com 7	 BSF BODEGAS SAN FRANCISCO www.bsf.cl 9	 eit LOGÍSTICA www.eit.cl 13
 mindugar TECNOLOGÍA EN ALMACENAJE S.A. www.mindugar.com 15	 tecsídel sistemas logísticos www.tecsidel.com 17	 BODENO FLEXCENTER PARQUES LOGÍSTICOS www.bodeno-flexcenter.cl 19	 SYMPLE www.symple.cl 21
 TW LOGÍSTICA www.tw.cl 25	 ar racking SISTEMAS DE ALMACENAJE www.ar-racking.cl 31	 DERCO MAQ www.dercomaq.cl 33	 ARRIMAQ una solución DENTA www.arrimaq.com 39
 FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS UNIVERSIDAD DE CHILE www.uejecutivos.cl 41	 IMOLOG www.imolog.cl 43	 FINNING CAT www.finning.com 51	 Danco www.danco.cl 53
 MECALUX www.mecalux.cl 57	 Linde High Lift Chile S.A. www.linde-hl.cl 59	 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN www.diplomadosfaeusach.cl 61	 Sli-TAMEGAL www.sli-tamegal.cl 63
 Paulesen www.paulesentransportes.cl 67	 ESTRELLA www.estrellasolitaria.cl 69	 CENTRAL BODEGAS www.centralbodegas.cl 73	 MEGAFINO CHILE CENTRO DE INNOVACIÓN EN PAIS www.megaconsulting.cl 79
 ifx www.ifxnetworks.com 83		 SDI www.sdigroup.cl inserto	

AÑO 17 EDICION 103
303 EDITORIALES S.A.
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 420
Conchalí - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

DIRECTOR EJECUTIVO 303 EDITORIALES S.A.
Fernando Ríos M.
fernando.rios@revistalogistec.com

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

EJECUTIVO COMERCIAL
Alberto Borges L.
alberto.borges@revistalogistec.com

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

EDITOR PERIODÍSTICO (R)
María Victoria Moya
maria victoria.moya@revistalogistec.com

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Supply Chain Council Chile

SCCC

Supply Chain Council Chile

SUSCRIPCIONES
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.



ADIDAS RUSIA /CIS Y LA CRISIS RUSA: RETRENCH O DOUBLE DOWN

4



Por: Autores: Carlos Córdón, Benoît Leleux y Beverley Lennox

El siguiente caso se basa en extensas entrevistas semiestructuradas con los principales ejecutivos de Adidas Rusia /CIS que se encargaron de implementar radicales iniciativas TI para su Cadena de Suministro e iniciativas Omnicanal que transformaron a Adidas Rusia /CIS, desde una de las filiales con el desempeño más pobre a uno de los actores más vanguardistas dentro del Grupo. Las iniciativas incluyeron ser pioneras en el despliegue de estrategias y la implementación de nuevas tecnologías clave, tales como: El Klik&Collect, Ship From Store (envío desde la Tienda); Endless Aisle (pasillos sin fin) y tecnologías RFID.

Todo esto tuvo lugar mientras una masiva crisis económica afectaba a Rusia. Con unas 1.200 tiendas propiedad de la compañía -la huella comercial directa más grande del Grupo a nivel mundial-, Adidas Rusia /CIS era fundamental para el éxito financiero del Grupo en su conjunto y debido a su gran presencia minorista, estaba en una posición única para ser pionera en el desarrollo y lanzamiento de esta importante iniciativa de TI para la Cadena de Suministro que abrió las puertas al Omnicanal.

Particularmente fascinante es el argumento de que las crisis son momentos “de verdad” cuando las ganancias de eficiencia son más necesarias; por lo tanto, justifican la inversión en lugar de la reducción.

FASE UNO: EXCELENCIA OPERACIONAL

El caso comienza en abril de 2014, cuando la economía rusa estaba en picada debido a una fuerte caída en los precios del petróleo, un débil rublo, las consecuencias políticas de la enérgica anexión de Crimea, las sanciones occidentales y las presiones



SOMOS UNA **RED DE PERSONAS**
TRANSPORTANDO TU NEGOCIO

 www.tnt.cl

 (2) 2360 5100



THE PEOPLE NETWORK

inflacionarias. Fue la 'tormenta perfecta' y los resultados fueron predecibles: un gasto de inversión y consumo drásticamente menor.

Adidas Russia / CIS fue fundamental para el éxito financiero del grupo Adidas en general, pero en 2014 las ventas en el mercado clave de Rusia estaban disminuyendo, lo que contribuyó a que el Grupo recortara sus objetivos de beneficios para 2014. Durante esta fase, la organización de TI de Rusia y el panorama de los sistemas necesitaba una revisión profunda y la nueva instalación de distribución estaba al límite de su capacidad física: las necesidades de rendimiento de la operación eran el doble de lo que podía manejar el sistema de gestión de almacenes (WMS).

En este contexto, Joseph Godsey llegó a Adidas Rusia / CIS como parte de un "equipo de ensueño" basado en una directiva impulsada por el consejo. Su misión era estabilizar los sistemas de TI.

ADIDAS RUSIA / CIS

A lo largo de los años, Rusia había cumplido o superado continuamente las expectativas y era uno de los mercados más importantes para el Grupo Adidas. Durante los cinco años anteriores a 2013, el mercado crecía entre un 30% y un 100% al año, y Rusia suele desplegar más de 200 tiendas al año. En 2012, como el aumento de los salarios en los mercados emergentes apoyó el consumo, Rusia se identificó como un mercado de crecimiento clave y uno de los tres "mercados de ataque" dentro del Grupo Adidas, junto con América del Norte y la Gran China.

Se esperaba que los tres mercados de ataque contribuyeran con alrededor del 50% del crecimiento total del Grupo Adidas en el plan 'Ruta 2015' de la compañía, con cada mercado apuntando a una tasa de crecimiento anual compuesta de dos dígitos. Bajo el liderazgo de su Managing Director, Martin Shankland, Adidas Rusia/ CIS disfrutó de una gran autonomía. En

palabras de Martin: "Era un lugar en el que sentía que podía hacer las cosas d. las que era capaz, lo que, en cierto modo, siempre es más difícil en un mercado desarrollado y establecido donde las reglas están resueltas. Adidas Rusia / CIS parecía ser un lugar con muchas oportunidades y pocas reglas".

Martin desempeñó un papel fundamental en el traslado de Rusia/ CIS desde un modelo comercial mayorista a uno minorista propio con más de 1.200 tiendas de propiedad corporativa que emplean a más de 15.000 personas. Como Martin explicó:

"Adidas Rusia/CIS era principalmente un negocio de distribución, pero después de la crisis financiera rusa de 1998, los mayoristas se quedaron sin capital. Nos debían enormes cantidades de dinero y simplemente no podían pagar. Eso forzó una nueva era en la compañía. Antes de la crisis, se pensaba que depender de los mayoristas y poner una cantidad limitada de nuestra propia infraestructura en el terreno limitaría la exposición de nuestro país. La crisis dejó en claro que operar un modelo comercial al por mayor era todo menos una aventura de bajo riesgo.

Me di cuenta de que, aunque no sabíamos casi nada sobre la venta minorista, tampoco sabíamos nada acerca de nuestros distribuidores. En otras palabras, la situación no podría empeorar si comenzáramos nuestro propio negocio minorista.

Entonces comenzamos a abrir tiendas una por una. No hubo una estrategia real detrás de esto, solo un deseo de mejorar la calidad de la distribución y la experiencia de compra. Estábamos muy por debajo del radar.

Alrededor de 2005, llegamos a la etapa de apertura de 25 a 30 tiendas al año y ya no podíamos cumplirla. Teníamos que obtener aprobaciones de gasto de capital al comienzo de cada año presupuestario. Recuerdo haber asistido a una reunión en la que tuve que presentarme a toda la junta. Esa reunión fue una oportunidad para

demostrar que la salida de capital no era peor que el descuento que les dábamos a los mayoristas en ese momento. Pero fue un cambio de mentalidad aceptar que el precio minorista que obteníamos del consumidor para nuestros productos era nuestro dinero, independientemente de si colocábamos estos productos a través de nuestro propio canal minorista o a través del canal mayorista.

Entonces les mostré los dos modelos. Les mostré las salidas de efectivo de Capex (en nuestro propio modelo minorista) y del descuento mayorista. Pude demostrar que estábamos mejor bajo nuestro propio modelo minorista. Traté de cambiar la percepción de que el gasto de capital era algo malo, algo que debía evitarse. La junta recibió el mensaje y ese fue el verdadero punto de inflexión.

A partir de ese momento, obtuvimos todo el gasto de capital que necesitábamos, iniciando un período de crecimiento excepcional. Esto demostró ser una ventaja competitiva para Adidas en Rusia porque los competidores que no tenían sus propias tiendas minoristas tendrían dificultades para ofrecer una experiencia Omnicanal transparente. Rusia, por otro lado, podría aprovechar sus tiendas minoristas que fueron consideradas uno de los principales motores de crecimiento para los próximos años.

El Grupo esperaba que las economías europeas de mercados emergentes se beneficiaran de un fuerte consumo interno en 2013. Se esperaba que Rusia, en particular, con la expansión y la creciente sofisticación de sus actividades propias de venta minorista, tuviera una influencia positiva en las ventas del Grupo. En consecuencia, Adidas Global Operations, que se centró en construir la infraestructura, los procesos y los sistemas necesarios para respaldar los planes de crecimiento del Grupo, completó un centro de distribución de vanguardia en Chekhov, Rusia, en julio de 2013. El centro de distribución existente en Klimovsk se enfrentaba a desafíos de capacidad y sistemas, lo que provocó un

retraso en las entregas a tiendas y consumidores en el mercado ruso. La transición a la nueva instalación de distribución provocó escasez de inventario en el país, y estas escaseces combinadas fueron en parte responsables de que Adidas no lograra sus objetivos para 2013.

Aunque Rusia/CEI ha sido históricamente uno de los mercados más importantes de Adidas, a mediados de 2014 las ventas y las ganancias comenzaron a disminuir aún más en medio de la economía en apuros y las sanciones occidentales. En agosto de 2014, la Compañía cortó sus planes para nuevas tiendas. Luego, en marzo de 2015, anunció que cerraría 200 tiendas en todo el país debido a la mala situación económica nacional. El colapso del rublo (perdió un 40% frente al dólar en solo seis meses) también se tradujo en ingresos y ganancias, ya que a la mayoría de los proveedores se les pagaba en dólares.

JOSEPH GODSEY

En abril de 2014, Joseph junto con su familia se mudó a Rusia. Su objetivo era motivar al equipo ruso para reconstruir por completo la organización de TI, estabilizar el SAP y otras plataformas de TI, entregar un mapa de ruta más amplio de iniciativas y solucionar problemas de operaciones estructurales.

Nacido y criado en Estados Unidos, Joseph tenía títulos en ingeniería y ciencias políticas de la Universidad de Clemson en Tennessee. Desde temprana edad, contaba con una clara inclinación empresarial. Una de sus primeras pasiones fue la tecnología y mientras aún estaba en la escuela, construyó un sitio web que permitió a los profesores y estudiantes interactuar de manera más efectiva.

Su primer trabajo después de graduarse fue en General Electric (GE) que lo llevó a una instalación de servicio de motores de avión en Escocia y luego a una instalación de fabricación de turbinas eólicas en Alemania (donde aprendió a hablar alemán)

para una planificación de recursos empresariales, una implementación totalmente nueva (ERP). Como Joseph explicó: "Aquí fue donde me presentaron por primera vez a la Cadena de Suministro. Aprendí a diseccionar los procesos de la Supply Chain, reorganizarlos para mejorar la eficiencia y poner la tecnología encima de ellos para acelerarlos".

Joseph finalmente terminó trabajando para Adidas en Alemania. Pasó de las cadenas de suministro de fabricación y los sistemas Oracle a los sistemas minoristas y SAP, lo que significó un gran salto para él. Explicó que las culturas de trabajo, las industrias y los sistemas de TI eran "polos opuestos". Después de un par de otros desafíos en Adidas, decidió tomar un permiso parental y hacer su MBA. Después de graduarse, exploró varias opciones, pero rápidamente se dio cuenta de que amaba el entorno acelerado que ofrecía Adidas, por lo que regresó a la empresa.

Desde una perspectiva de carrera, Adidas Rusia/CIS fue una movida arriesgada para Joseph. El equipo de TI en Rusia había estado ejecutando con éxito en más de 1.200 tiendas, pero las grietas significativas comenzaron a mostrarse. Además de eso, el mercado estaba saturado, el crecimiento estaba estancado, las ganancias estaban siendo desafiadas, la configuración de TI estaba llegando a un punto de quiebre y el centro de distribución estaba repleto de inventario acumulado en 2013, solo por mencionar algunos de los problemas. Joseph sabía que los riesgos involucrados eran sustanciales si no podía manejar la situación.

Pero el desafío era demasiado tentador para rechazarlo. Como Joseph explicó: "¿Con qué frecuencia tienes la oportunidad de hacer una diferencia en una empresa cuando eres un tipo de TI? Rusia / CIS fue una gran apuesta para mí. Pensé que a Adidas le importaba mucho, así que obtendría el apoyo adecuado para que las cosas sucedieran. ¡Y si sucedían, entonces realmente podría conseguir el trabajo de mis sueños!".

EMO TRANS
Customized Global Logistics

3PL SOLUTION
SUCCESS BY PERFORMANCE



**THIRD
PARTY
LOGISTICS**

Air and Ocean Freight
Export and Import, Transit
Customs Clearance
Dangerous Goods Handling
Projects
Insurance
Web-based T&T
Mining Express Solutions

SANTIAGO - IQUIQUE - ANTOFAGASTA - TALCA
WWW.EMOTRANS.COM
info@emotrans-chile.cl - Tel.: 562 2204 7000

GOLPEAR A FONDO: APAGAR LOS INCENDIOS

Cuando Joseph llegó en abril de 2014, rápidamente se enfocó en el primer desafío al que él y su equipo se enfrentaban:

“Fue abrumador al principio. Nos encargaron impulsar la excelencia operativa, pero era como si estuviéramos mirando un paisaje y todo lo que podíamos ver era fuego en todas partes. La organización de TI tuvo que ser completamente reconstruida, y tuvimos que encontrar una solución para el WMS del centro de distribución que era un riesgo estructural de ventas. Confiaba en las capacidades del equipo ruso, pero para ser exitoso teníamos que dar un paso atrás y mirar el panorama general, en vez de solo una pequeña parte del mismo”.

Como parte de la iniciativa “Ruta 2015”, Global IT diseñó una plantilla de ERP estándar que se estaba implementando en la mayoría de los mercados a nivel mundial. Sin embargo, debido a la escala de su huella minorista, Rusia/CIS era única, por lo que el equipo ruso insistió en varios cambios a la plantilla estándar, lo que resultó en un sistema que era demasiado complejo para la escala de negocios.

De acuerdo con Joséph: “La implementación del nuevo sistema inicialmente anduvo relativamente bien, pero luego comenzaron a aparecer grietas. Por ejemplo, la precisión del inventario era muy pobre, porque la empresa operaba tres sistemas distintos: las tiendas usaban un sistema ERP para el inventario; otro sistema ERP proporcionaba una instantánea del centro de distribución y las tiendas; y un tercer sistema proporcionaba sólo el inventario del centro de distribución”.

El desafío para el equipo era claro: necesitaban remodelar el ERP, el WMS y otros sistemas para respaldar el negocio. Tenían los ingredientes clave para hacerlo realidad: disfrutaban del apoyo y la confianza del Grupo y muchas partes claves inte-

resadas todavía creían en el potencial de Rusia / CIS. Según Joseph, “el equipo original sobre el terreno en Rusia era excepcionalmente hábil e inteligente, así que lo mantuve en su lugar y agregué algunos recursos más para mejorar su eficiencia”.

Joseph y su equipo pudieron reconstruir el WMS con un enfoque en la confiabilidad. Anteriormente, era inconcebible que un WMS de 25 años pudiera tener un centro de distribución tan grande como el de Rusia, pero los resultados hablaban por sí mismos y millones se salvaron en el proceso. Además de eliminar los 15 millones de unidades de cajas mixtas, Joseph y su equipo pudieron mostrar mejoras en contratación y exactitud de stock y el tiempo de reposición se redujo significativamente en todas las regiones (por ejemplo, el tiempo de reposición de Moscú se redujo de 6,3 días en octubre de 2014 a 2,7 días antes de marzo de 2015. Y todavía había margen de mejora).

En general, el panorama de TI se estabilizó, el centro de distribución funcionó sin problemas y el equipo de TI fue reconstruido. Joseph atribuyó los éxitos -que su equipo disfrutó durante su primer año en Adidas Rusia/CIS- a la mentalidad emprendedora de la organización, la disposición a asumir riesgos “calculados” y la capacidad del equipo para avanzar rápidamente.

Como resultado de sus logros, el equipo recibió un premio del Managing Director. Como explicó Martin: “TI pasó a ser un factor principal en el éxito de nuestro negocio, impulsándolo realmente”.

REFORMAR LA TI Y LA CADENA DE SUMINISTRO

La cadena de suministro fue uno de los pilares estratégicos del Grupo Adidas. La compañía vio la velocidad y la agilidad como las claves para superar a la competencia. La empresa se comprometió a garantizar la disponibilidad constante del producto en el tamaño y color correcto,

proporcionando innovaciones técnicas revolucionarias y los últimos productos de moda de alta gama con los más altos estándares de calidad. Su objetivo era acercarse a cada consumidor mediante la creación y administración de una cadena de suministro que respondiera rápidamente a las cambiantes necesidades del mercado y respaldara múltiples modelos comerciales distintos.

Para apoyar esta iniciativa, Global Operations en un inicio colaboró estrechamente con la función de TI para consolidar y mejorar las estructuras heredadas y reducir la complejidad y los costos para el Grupo Adidas. En este contexto, el Grupo tomó la decisión en 2014 de consolidar las funciones de TI y de la cadena de suministro. Rusia / CIS fue un mercado piloto para combinar ambos y en febrero de 2015, Joseph, con su experiencia única en TI y cadena de suministro y su récord de logros en la empresa, fue promovido de Jefe de TI a Vicepresidente de Gestión e Información de la cadena de suministro tecnológica en Adidas Rusia /CIS.

COMERCIO ELECTRÓNICO RUSO

Antes de 2013, el comercio electrónico ruso era el mercado de más rápido crecimiento en Europa en 2012 con el 48% de los usuarios de Internet haciendo su primera compra en línea ese año. Se esperaba que el mercado se triplicara en 2015 a \$ 36 mil millones (Deloitte LLP, 2014). Muchas compañías extranjeras compartieron el concepto erróneo de que los consumidores rusos tenían menos expectativas que sus contrapartes occidentales. De hecho, los consumidores pedían algo más que un bajo costo y una calidad superior; esperaban cortos tiempos de respuesta y altos niveles de servicio.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Supply Chain Management



ESTAMOS PREPARADOS
PARA ENTREGAR LA
SEGURIDAD QUE
NECESITAS

LÍDERES EN ARRIENDO DE BODEGAS

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN | BODEGAS ESTÁNDAR | MINI BODEGAS



TRAYECTORIA

En bodegaje tenemos la mayor trayectoria y tamaño del país.



FLEXIBILIDAD

Servicio de arriendo flexible en periodos de tiempo y superficie.



SEGURIDAD

Completa y moderna tecnología en seguridad.



SERVICIOS

La más amplia gama de servicios asociados a la operación logística.

WWW.BSF.CL



CHILE | PERÚ

BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO

Desarrollando Espacios de Confianza

LOS RETOS LOGÍSTICOS QUE AGUARDAN AL RETAIL OMNICANAL

PRECISIÓN EN LA ÚLTIMA MILLA PARA MEJORAR LA EFECTIVIDAD EN LA ENTREGA, CONCIENTIZAR ACERCA DE LA "NATURALEZA OMNICANAL" DEL CONSUMIDOR ACTUAL Y CONSIDERAR EN EL PROCESO LOGÍSTICO ASPECTOS DE VITAL IMPORTANCIA COMO LA RAPIDEZ, AGILIDAD, FLEXIBILIDAD E INTERACTIVIDAD; SON SÓLO ALGUNOS DE LOS RETOS QUE LOS ACTORES DEL SECTOR RETAIL Y SUS EJECUTIVOS LOGÍSTICOS DEBEN CONSIDERAR PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA OMNICANAL RENTABLE Y DE CALIDAD.

Omnicanalidad. ¿Recuerda la primera vez que escuchó este concepto o de su impacto disruptor en el proceso comercial, operativo y logístico del sector retail? Probablemente, la memoria lo traicione; y es que hoy en día este concepto es tan cotidiano que parece no tener una génesis definida.

Para muchos, un factor determinante en el advenimiento y actual hegemonía de la denominada estrategia Omnicanal en el mundo retail es el desarrollo y sostenido crecimiento del Comercio Electrónico que vino a reformular los hábitos de consumo de las personas, empujando a los retailers no sólo a adoptar un nuevo canal de ventas, sino también a reformular toda su relación con el cliente. No obstante, el auge del e-Commerce no explica por sí sólo el fenómeno Omnicanal; si consideramos, por ejemplo, la innegable influencia de la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los procesos productivos, logísticos y –por supuesto– en la vida cotidiana de los consumidores.

Ahora bien, quizás el “cuándo” no interesa del todo y sólo importa el “cómo” la consecución de una experiencia de compra sin fisuras, a partir de la integración de todos los canales se tornó el “estado evolutivo” que debía convocar al comercio detallista a nivel global; considerando que, de una forma casi inconsciente, el cliente pasó a exigirlo todo; una experiencia de compra completa, a través de cualquier canal y en cualquier momento; con un proceso de entrega rápido y eficiente a bajos precios; exigencias que sólo se pueden concretar a partir una correcta estrategia Omnicanal.

LA LOGÍSTICA COMO CENTRO

“Los canales múltiples y una gestión integrada de todos ellos”. Este es el gran desafío de los retailers en la nueva era de la transformación digital, según diferentes analistas. Y es que los consumidores ya no

distinguen el canal (físico o virtual), a través del cual se relacionan con los retailers o las marcas, como tampoco distinguen las complejidades de la integración logística que existe detrás de la entrega de los bienes que adquieren. Como se ha advertido, el cliente lo quiere todo y la tarea del retail es dárselo a un precio competitivo.

Lo cierto es que las fronteras entre el mundo online y el offline están desapareciendo y las compañías logísticas tienen un importante rol en este proceso, a partir del desarrollo de servicios Click&Collect, por ejemplo, que ofrecen importantes ventajas tanto a los consumidores como a las tiendas online, brindando flexibilidad y comodidad a algunos; y oportunidades de cross-selling a otros. En esta línea, alcanzar un alto nivel de precisión en la denominada “Última Milla” para mejorar la efectividad en la entrega es otro de los desarrollos claves en materia logística en la estrategia Omnicanal. El consumidor final reclama el control sobre sus compras y sabe que su tiempo es el bien más preciado, una realidad que los “logísticos” no deben pasar por inadvertida.

Esta y otras materias fueron fuente de análisis durante el Seminario “Desafíos del Retail”, organizado por el Centro de Estudios de Retail (CERET) de la Universidad de Chile en octubre pasado. En la oportunidad, Santiago Gallino, experto en Omnicanalidad del Tuck School of Business, reflexionó acerca del potencial logístico en el entorno omnicanal.

En este contexto, Gallino expuso los resultados de un estudio que mide la importancia relativa de distintas prestaciones de servicios multicanal en la elección de tiendas en distintas categorías de productos. En el marco de esta investigación, entre otros aspectos, se evaluó la importancia del precio y de la reputación del retailer con respecto a la cantidad de información provista, el método de despacho y la facilidad para devolver productos, cuyos resultados indican que el precio y método de despacho son los dos drivers principales de elección (aunque una proporción

importante de las preferencias está definida también por información y políticas de retorno).

A partir de lo expuesto, se consolida la advertencia de que los retailers y los Operadores Logísticos que prestan servicios deben trabajar en cuatro aspectos de vital importancia: rapidez, agilidad, flexibilidad e interactividad. Solo así estarán en condiciones de ofrecer, tanto a empresas –en el caso de los Operadores Logísticos– como a los consumidores, personalización, seguridad y el máximo control sobre sus compras.

LOS RETOS DE LA OMNICALIDAD

Múltiples son los aspectos que deben considerarse si queremos ejecutar una estrategia omnicanal eficiente y rentable. ¿Cuáles son estos aspectos que los actores logísticos del mundo retail deben integrar para tener éxito en este crucial reto?, veamos...



Santiago Gallino
Experto Omnicanalidad
Tuck School of Business



Marcel Goic
Director
Ceret

La concientización del cliente omnicanal Existe una vieja premisa en el comercio internacional: “debemos conocer a nuestros clientes”. No obstante, el reto de la concientización va mucho más allá de conocer sus gustos o preferencias –factores relevantes si lo que buscamos es llegar con la mejor oferta–, ya que implica la toma de razón respecto a un hecho fundamental: el cliente es omnicanal, es decir, vive la ex-

perencia de compra a través de múltiples canales de forma orgánica. Según Marcel Goic, Director de Centro de Estudios del Retail (CERET), esta concientización es un factor determinante para el mundo retail de hoy en día y es un reto para el sector logístico, puesto que “si interiorizamos esta realidad, el sector puede desarrollar estrategias omnicanal que sean no sólo eficientes para el cliente, sino también competitivas”.

Aunque obvio, a primera vista, el reto de la Concientización es uno de los más complejos para aquellas compañías más rígidas en estructura y visión. “Si se parte del reconocimiento de que la interacción del cliente respecto de un producto, una marca o una tienda es omnicanal, también las compañías serán capaces de ofrecer niveles de servicio y valor agregado que el cliente apreciará”. En este sentido, Goic mencionó el sistema Klik&Collect, el servicio de entrega con opción de prueba (muy usado en el negocio de la óptica online) y la posibilidad de “digitalizar” la experiencias de fit mediante probadores virtuales, entre las estrategias más atractivas. “Si consideramos que una de las barreras de la compra online es la imposibilidad de vivir la experiencia física con el producto, es decir, tocarlo, verlo, olerlo, en fin. Este tipo de estrategias permiten derribar esas barreras, entregando al cliente una experiencia de compra más completa de experiencias combinadas”.

12

No obstante, la concientización como mandato para los ‘logísticos’ actuales, también pasa por una suerte de evangelización respecto de la necesidad de invertir en logística en los retailers multicanales. Convertir el concepto de gasto en logística por el de inversión con retorno vía recurrencia y fidelización de los clientes es hoy una obligación y aquellos que son responsables de traspasar esta premisa hacia los altos mandos (que definen los presupuestos) son los propios ‘logísticos’, ya sea que trabajen en la interna de la compañía o les provean servicios bajo la figura de operador. Son ellos los responsables de convencer del valor añadido que

aportan al negocio y al consumidor. Otros expertos también han profundizado en el terreno de la concientización de los consumidores y los propios retailers respecto a la existencia de opciones diferentes a la entrega en domicilio; opciones que cumplan con las expectativas de compra de forma muy significativa vía la utilización de puntos de conveniencia en cualquiera de sus modalidades (negocios físicos, boxes, casilleros, etc.); y los actores logísticos deben afrontar esa misión.

RETOS DE LA ENTREGA

En torno a los procesos de última milla, Marcel Goic consideró que uno de los aspectos determinantes para generar una estrategia eficiente de entrega es entender los requerimientos del cliente, a partir del tipo de productos que los retailers ofertan.

Según ejemplificó el experto, un cliente que adquiera un televisor a través del canal online de una tienda departamental, probablemente esté dispuesto a esperar 24 o 48 horas para recibir su pedido. Por el contrario, un cliente que adquiere abarrotes, por ejemplo, probablemente requiera que su compra llegue lo antes posible, ojalá en el mismo día y en rangos horarios flexibles.

FALABELLA “MANIFESTÓ UNA PREOCUPACIÓN TEMPRANA POR EL DESARROLLO DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS Y LA OMNICANALIDAD, LO QUE LE DIO CIERTA VENTAJA SOBRE LAS OTRAS TIENDAS DEPARTAMENTALES QUE, HOY EN DÍA, HAN INVERTIDO BASTANTE PARA PODER EQUIPARARSE”.

En esta línea, el investigador del Ceret manifestó que “los supermercadistas han reconocido este factor y se han preocupado de proveer servicios de despacho en diferentes rangos horarios según los requerimientos de sus clientes y el tipo de producto que adquieren”, formulando un

mix de servicio muy eficiente en general, ya que no sólo consideran el factor descrito, sino también aspectos como la variedad de productos a la venta con stock que les permita reaccionar frente a imprevistos como la falta de un producto en particular o de alta demanda de los clientes, a partir de la información que manejan por concepto de compras previas.

CULTURA DE SERVICIO INTEGRAL

Considerando la realidad de los retailers nacionales se hace interesante entender por qué compañías como Falabella hoy se encuentran a la cabeza de los rankings de servicio en materia de e-commerce y omnicanalidad, versus sus connacionales.

Según Goic esta interrogante se responde en el hecho de que Falabella “manifestó una preocupación temprana por el desarrollo de los canales electrónicos y la omnicanalidad, lo que le dio cierta ventaja sobre las otras tiendas departamentales que, hoy en día, han invertido bastante para poder equipararse”.

Considerando lo anterior, cabe preguntarse ¿qué es lo que les falta a los retailers nacionales en materia logística para poder enfrentar de mejor manera el reto de la omnicanalidad? En esta línea, el Director

del Ceret sostuvo que en general el retail nacional carece de una aptitud de calidad de servicio integral. “Si uno mira la experiencia de compra del cliente online chileno es relativamente positiva, es decir, compra, recibe su pedido en tiempos de entrega razonables y con un muy buen

estándar de calidad del producto (a la entrega). Pero, ¿qué pasa cuando hay problemas? cuándo el producto llega tarde o no es lo que yo esperaba.

Ahí comienza el problema, ya que –por lo general– no se da una reacción oportuna; no existe la actitud de resolver con urgencia estos eventos para consolidar una buena experiencia de compra integral”, explicó.

Si bien, manifestó que esta situación no obedece a un comportamiento sistemático –por parte de los retailers– sí es un problema importante, considerando que: “si estos episodios no se resuelven adecuadamente generan impactos negativos. Amazon por ejemplo, tiene esa cultura de calidad de servicio. Si existe algún problema con los tiempos de entrega o el producto, la compañía hace todo lo posible por resolverlo. Hay una disposición completa a poner al cliente en primer lugar”, puntualizó Goic.

SER RACIONALES

Según destacó Marcel Goic, la omnicanalidad es un reto actual e incontrarrestable para el sector retail, es decir, “una realidad que llegó para quedarse puesto que los clientes naturalmente, al disponer de canales digitales, combinan la experiencia de compra tomando lo mejor de los dos mundos (físico y virtual). Por lo tanto, los retailers deben reaccionar ante esta realidad instalada”.

No obstante, agregó que “si bien no se puede escapar de la omnicanalidad, hay que hacerse cargo racionalmente, en el sentido de que los retailers deben identificar aquellos elementos del componente electrónico; de la dimensión intangible del proceso de compra que los clientes valoran para encontrar aquellos elementos que les permitan proveer una experiencia de compra de muy nivel; manteniendo los costos razonables. Si esto último no

es tomado en cuenta, se corre el riesgo de armar o implementar un sin número de iniciativas que, muchas veces, no van a aportar el valor del costo de implementación de las mismas”.

Con todo, el reto de la omnicanalidad está más presente que nunca en el retail y también en otras empresas nacionales, por tanto, se ha tornado importante para los actores logísticos del medio configurar estrategias acordes a sus estructuras, considerando como primer factor los requerimientos de sus clientes objetivos y las problemáticas que se observan en el proceso logístico para determinar oportunidades de mejora al mismo que hagan de su fórmula omnicanal un éxito a nivel de servicio y también a nivel de negocio. Lo importante es no perder de vista las claves descritas. **LGI**



Método & Coordinación

La Combinación Perfecta

SERVICIOS INTEGRALES DE LOGISTICA, TRANSPORTE Y DISTRIBUCION



En EIT, integramos todas nuestras capacidades para cumplir con las más altas exigencias del mercado, coordinando recursos humanos y tecnológicos que nos permitan ser parte importante en los procesos comerciales de nuestros clientes, porque nuestro mayor desafío es entregar soluciones que generen confianza.

Puerto Vespucio 9637 Pudahuel - Santiago. Tel: (56 2) 2 840 74 00 / www.eit.cl



MERCADO DE BODEGAJE PARA EL 2018

LA CONFIANZA EN LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA ES UNO DE LOS FACTORES QUE MARCA EL OPTIMISMO Y LAS POSITIVAS PROYECCIONES QUE LOS ACTORES DEL SECTOR DE BODEGAJE HAN MANIFESTADO DE CARA A 2018. A CONTINUACIÓN, LAS CLAVES Y TENDENCIAS QUE SE PROYECTAN PARA EL PRÓXIMO AÑO.

EXPECTATIVAS EN ALZA!



14

Un ritmo de crecimiento moderado y cauteloso ha experimentado en los últimos 5 años el mercado de bodegaje en Chile, considerando que tanto los niveles de precios como de vacancia se han mantenido relativamente estables en el periodo descrito; un escenario que para los actores de la industria resulta positivo en términos generales, si se

considera la compleja coyuntura económica del país, evidenciada a partir de los índices de crecimiento e inversión que han marcado la pauta en los últimos 5 años.

Con todo, el positivismo del sector en torno a la reactivación económica y la puesta en marcha de estrategias comerciales que contribuyeran a la fidelización de sus clientes y generaran cierto equilibrio a ni-

vel de oferta y demanda han sido claves para que este mercado no experimentara bajas considerables en un periodo cruzado por la contracción; bajo la premisa de un crecimiento "lento, pero seguro", los actores del rubro de bodegas han afianzado el negocio a nivel nacional, en tiempos difíciles, de cara a la esperada reactivación económica, de la cual se han visto indicios en lo que va de 2017 y que se proyectan se notarán con mayor fuerza a partir del primer semestre de 2018.

En esta línea, según Diego Castillo, Subgerente del Área Industrial De Colliers International, "durante el primer semestre del 2017 se apreció un leve crecimiento y dinamismo, mientras que durante este segundo semestre del año en curso se han mostrado signos claros de reactivación y una demanda activa del mercado que ha aumentado considerablemente". Así, "la confianza de los empresarios ha ido aumentando y se espera un escenario de nuevas oportunidades. Así, se proyecta que a fin de año la vacancia de los actuales Centros de Bodegaje disminuya para empezar a enfocarse en futuros proyectos frente a la fuerte demanda que se avecina", expresó el analista.

Considerando lo anterior, las proyecciones indican que para 2018 se espera que la demanda aumente considerablemente y los precios rápidamente suban. "Una vez reactivada la economía, el primer semestre de 2018 la vacancia de los actuales centros de bodegaje disminuirá; proyectándose para el segundo semestre de 2018 una mayor producción de Centros de Bodegaje a modo de satisfacer la fuerte demanda que se espera para ese periodo en adelante", expresó Castillo.

Este es un escenario más que optimista ante el cual los principales desarrolladores ya están tomando decisiones importantes de inversión, adquiriendo terrenos industriales y sitios eriazos para futuros desarrollos de centros de bodegaje, y –por cierto– poniendo a disposición de mercado nuevos Centros Logísticos de alto estándar; todo con el objetivo de prepararse

¿PROBLEMAS DE ESPACIO EN TU BODEGA?



SOMOS LÍDERES EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE Y AUTOMATIZACIÓN A LA MEDIDA PARA TU EMPRESA.

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



CONSULTA AHORA POR TODAS NUESTRAS SOLUCIONES EN:



56 2 2870 7400



ventas@mindugar.cl



con tiempo frente a este nuevo escenario que se aproxima en el mediano y largo plazo.

PROYECCIONES POSITIVAS

¿Cuál es el punto de vista de los principales actores del sector en torno al positivo escenario que se vislumbran? Según, José Miguel Barros, Jefe de Control de Gestión de Bodegas San Francisco (BSF), las expectativas son altas. "Creemos que la demanda mejorará bastante en 2018, respecto a lo que se ha visto en lo que va de 2017; lo que en nuestro caso se ha evidenciado por el crecimiento interno que han experimentado nuestros clientes. Esperamos una mayor inversión en general para Chile con lo cual se daría un aumento en la demanda de bodegas en el negocio del arriendo; un incremento que nos llevaría hacia nuevos desarrollos", sostuvo el vocero de BSF.

Según lo descrito por Barros, el mercado de bodegas nacional, en general, es bastante competitivo, considerando que pone a disposición de los clientes una amplia gama de opciones de almacenamiento, diversos tipos de contratos y precios competitivos. "Hoy en día, las empresas tienen la opción de compra; arrendar y traje a la medida (Build to Suit) con la posibilidad de concretar contratos flexibles de corto, mediano y largo plazo; y de obtener diversas categorías de servicio y valor agregado. Cada Operador ofrece cosas distintas y tiene un sello particular; un panorama muy distinto al que existía hace 5 años".

A partir del "sello particular" que se atribuye a los actuales operadores del rubro bodegaje, Giancarlo Fantoni, Gerente General de Bodenor Flexcenter sostuvo que el comportamiento de las colocaciones de los centros logísticos de la empresa han tenido un muy buen desempeño y las expectativas para el próximo año son muy buenas. Actualmente se encuentra en desarrollo la etapa N°14 de Parque Logístico

en Enea ya colocada y para entrega en mayo de 2018. En virtud de lo anterior, la empresa pronostica que hacia fines del 2019 tendrá terminado dicho proyecto totalizando más de 750.000 m2 construidos a nivel empresa. Bodenor Flexcenter se sitúa como el líder y referente local en cuanto a calidad, tecnología y seguridad de sus parques logísticos, atributos que actualmente implican que cerca de un 85% de sus clientes corresponden a empresas multinacionales.

A este respecto, Fantoni sostuvo que: "en nuestros parques logísticos hemos puesto mucho énfasis en el tema de la seguridad, habiendo invertido para ello importantes recursos. Así también la tecnología ha estado cada vez más presente en nuestros desarrollos para así ofrecer al mercado soluciones de arriendo más modernas y eficientes, que permitan a la logística moderna una operación de excelencia". Ejemplos hay muchos, sólo basta visitar las actuales instalaciones para constatar en terreno cómo la empresa se ha posicionado a un nivel tal que frecuentemente se las compara con los mejores centros logísticos de países desarrollados. Los actuales centros de distribución han ido adoptando tecnologías que permiten el desarrollo de actividades de alto estándar tales como la industria farmacéutica, climatización con tecnología geotérmica, iluminación Led y control de humedad entre otros que son hoy día elementos presentes en los desarrollos de la empresa.

A ello se suma que en la actualidad Bodenor Flexcenter puso en marcha dos nuevos centros de distribución. El primero para la alemana de ropa y calzado deportivo Puma y el segundo para la sueca de vestuario H&M. Y para mediados del primer semestre del próximo año entregará un moderno centro de distribución para la nacional de calzado Guante&Gazel y un nuevo gran centro farmacéutico para la alemana Kuenhe-Nagel, prestigioso operador internacional con expertise en la industria.

Otro Operador que ha vuelto la mirada a los proyectos Build to Suit es Megacenter, una estrategia que según su Gerente General, Felipe Lehuedé se sustenta en la cautela al momento de proyectar la construcción de nuevos metros cuadrados.

"EN TIEMPOS MEJORES, SE CONSTRUÍA Y DESPUÉS SE BUSCABA A LOS CLIENTES; MIENTRAS QUE EN EL ÚLTIMO TIEMPO, EL MODELO APUNTÓ HACIA EL CIERRE LOS CONTRATOS COMERCIALES Y LA POSTERIOR CONSTRUCCIÓN DE LOS RECINTOS."

Creemos que eso podría cambiar para 2018, si las positivas proyecciones económicas y de inversión se vuelven realidad", explicó el ejecutivo. La empresa ha "tenido un fuerte foco en los proyectos hechos a la medida, desarrollando este tipo de proyectos tanto en a nivel nacional como internacional. "Tenemos proyectos de más de 10 mil metros en el sector BTS. No obstante, también participamos con fuerza en el arriendo tradicional, por ejemplo, con la consolidación de nuestro CD de Carrascal que cuenta con más de 25 mil posiciones o nuestro Cd de Noviciado, orientado al manejo de materiales peligrosos", comentó. A estos proyectos, en tanto se suma Aeroparque, el cual se encuentra en plena construcción; un Centro Logístico que espera alcanzar los 160 mil m2 de bodegas con lo cual se posicionaría como el parque logístico más grande del país.

DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO...

Consultado respecto a las tendencias descritas por los actores del rubro, Diego

Castillo explicó que operadores chilenos han sabido adoptar exitosamente modalidades de países desarrollados, entre las que destaca la implementación del modelo Build to Suit. Según lo dicho por Castillo, esta modalidad "ha tomado bastante fuerza en el mercado local. Construir espacios a la medida para cada cliente, tal como si fuera un traje a la medida, y arrendárselo a largo plazo, es una práctica común en países como Estados Unidos y España, que poco a poco se ha ido convirtiendo en una tendencia en Chile".

La razón del éxito del BTS, según el analista de Colliers radica en que este modelo es conveniente para ambas partes. "Por un lado, el propietario se asegura un contrato de arriendo a largo plazo (10 a 15 años), permitiéndole hacer frente de mejor manera a los vaivenes de la economía y al aumento de las tasas de vacancia. Y por otra parte, otorga gran comodidad al cliente, arrendando un lugar construido especialmente para sus necesidades que

incluye toda la infraestructura y habilitación para el funcionamiento de su proceso productivo", sostuvo.

Al mismo tiempo, el analista agregó que los más importantes desarrolladores se están enfocando en realizar Bodegas de Clase A. Esto debido a que se está tomando como referencia modelos de Bodegas de Estados Unidos y Europa que poseen entre 10 a 15 metros de altura al hombro. "De esta forma se logra optimizar al máximo los pocos m2 de terreno que van quedando en el Gran Santiago y operativamente la logística de los productos almacenados se hace mucho más eficiente. La tendencia es clara y las grandes empresas prefieren bodegas de Clase A, modernas y con buena altura. Estos son los modelos que comúnmente están implementando los principales desarrolladores, para que de esta forma se llegue a la mayor cantidad de clientes posibles que necesiten este tipo de requerimiento más estándar. Siguiendo con lo anterior,

se reducen los tiempos desde que se va un arrendatario hasta que llega uno nuevo", aseguró Castillo.

Siempre en torno a las tendencias, el experto sostuvo que durante el 2017 se ha apreciado una fuerte demanda por terrenos industriales para futuros desarrollos de Centros de Bodegaje. "Existe una fuerte alza por parte de los inversionistas en la compra de terrenos eriazos. La sensación es que atravesamos por un muy buen momento para empezar a desarrollar los proyectos de bodegas y que éstos estén disponibles una vez que comience el ciclo más activo de la economía. Además, los procesos urbanísticos y normativos toman tiempo, siendo indispensable gestionar estos temas previa a una alza de la actividad económica", puntualizó Castillo. **LGI**

www.tecsidel.com

tecsidel
sistemas
logísticos

**SU SOCIO EN
GESTIÓN LOGÍSTICA**

- Supply Chain Planning
- Gestión y Automatización de Almacén
- Gestión de Patio y Transporte
- Gestión de Depósito de Contenedores
- Simulación de Operaciones

(+56)-2 2595 19 37
sistemas-logisticos@tecsidel.com



18

OTRA FORMA DE COMPETIR

DENTRO DE LAS COMPAÑÍAS, LA CADENA DE SUMINISTRO JUEGA UN ROL FUNDAMENTAL, YA QUE ES EL SOPORTE REAL EN TODAS LAS OPERACIONES QUE SE REALIZAN EN ELLA. PESE A ESTO, ES POSIBLE OBSERVAR QUE EN MUCHOS CASOS LAS EMPRESAS SÓLO SE PREOCUPAN DE HACERLA MÁS EFICIENTE CUANDO EXISTEN ALTOS NIVELES DE INVENTARIOS O UNA BAJA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.

ALINEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO CON LA CADENA DE SUMINISTRO

Para aquellas empresas que quieran insertarse a nivel global, contar con un plan estratégico que le otorgue solidez a la cadena de suministro resulta clave. Los equipos gerenciales en las áreas de logística y operaciones están siempre bajo la presión intensa de los directores e

inversionistas cuando desarrollan estrategias de negocio. Esto se justifica, debido al contexto actual, en el que la globalización de los mercados y factores externos a los que deben enfrentarse las compañías para sobrevivir, tales como los vaivenes de economías con bajo crecimiento –con restricciones a la inversión y el consumo–, a

los frecuentes cambios y oscilaciones de la demanda; alta volatilidad en los precios de los insumos; aumento sostenido de los costos de la energía; constantes cambios demográficos por envejecimiento y traslado a las ciudades; aumento en la conciencia de los consumidores por la sostenibilidad y responsabilidad social; múltiples cambios en los marcos regulatorios, así como constantes cambios tecnológicos y un aumento explosivo de la información, generan incertidumbre y aumentan la importancia de tener una estrategia de negocio clara y eficiente.

Bajo este contexto, para mejorar la gestión global de la cadena de suministro, las compañías deben ajustar sus estrategias de negocio de forma dinámica y tomar acciones de mejoras en múltiples frentes. Una estrategia de negocio bien definida permite que los managers de las operaciones sepan hacia dónde debe ir la compañía y estimar los recursos necesarios para llevar a cabo dicha estrategia. Además, ayuda a saber quiénes son y quiénes no quieren ser, determinando las propias condiciones y fronteras de operación (Figura 1).

Esta visión estratégica del negocio permite responder tres preguntas fundamentales para cualquier compañía: ¿Cuáles son los objetivos estratégicos que perseguimos?, ¿qué valor agregado les entregamos a nuestros clientes?, ¿cómo nos diferenciamos de la competencia? Las respuestas que surjan tienen un impacto directo en las decisiones asociadas a la gestión de la cadena de suministro.

USO DE LA CADENA DE SUMINISTRO PARA COMPETIR

Para posicionarse en sus respectivos mercados y diferenciarse de la competencia, las compañías inmersas en economías globales compiten principalmente en una o más de estas cuatro dimensiones: Innovación, calidad, experiencia de sus clientes y costos.

AGRADECEMOS LA CONFIANZA

SKECHERS[®]

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCION DE CLASE MUNDIAL



Av El Parque 1307 (EneaPoniente)
Pudahuel - Santiago.



Marcopolo 9038
Hualpén - Concepción.



Bernardino 1057
Puerto Montt.

BODENOR FLEXCENTER

PARQUES LOGÍSTICOS

 Av Boulevard Poniente 1313, Pudahuel - Santiago.

 + 56 22530 8000  contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

BODEGAS - OFICINAS - CENTROS DE DISTRIBUCION

Cuando una compañía compite en innovación, como Samsung o Apple, es fundamental minimizar al máximo los tiempos de llegada de los productos al mercado. Las ventanas temporales en la que existe la oportunidad para la venta de estos productos son pequeñas, por lo que tiene un tremendo valor que el producto llegue de manera inmediata.



FIGURA 1. ELEMENTOS QUE DIRECCIONAN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE UNA COMPAÑÍA.

Si consideramos otras empresas que compiten en esta misma dimensión, pero en el mundo de la moda, como Zara, además de llegar rápido a los mercados, también la compañía debe reducir los tiempos de producción para ajustarse a los cambios frecuentes de las preferencias y gustos de los consumidores de la moda. Desde esta perspectiva, para Zara es preferible, en ciertos casos, producir en mercados más cercanos a Europa –pese a que son más caros que los mercados de producción asiáticos–, con el objetivo de poder tener el producto listo en el momento que el cliente lo necesita.

Este tipo de estrategia exige tener un alto nivel tecnológico y una alta integración de las operaciones de la cadena de suministro, que permita tener en tiempo real la información de los productos más vendidos de la compañía para poder producirlos y tenerlos disponibles lo antes posible en las tiendas.

Distinto es el caso para las compañías que compiten en calidad. Éstas ofrecen productos y servicios de alto nivel, siendo consistentemente rentables. Para asegurar la calidad, al tomar como ejemplos a empresas como Lamborghini, Gucci o Rolex, éstas deben poner el acento en el diseño con altos estándares de calidad de sus productos y asegurar que la producción y el abastecimiento se realice de manera eficiente. Si a dichas características, sumamos que el producto es frágil o perecible, las decisiones de transporte y almacenaje juegan un rol sumamente importante.



FIGURA 2. EL USO DE LA CADENA DE SUMINISTRO PARA COMPETIR.

Un elemento muy importante que deben considerar estas compañías es el manejo completo de la trazabilidad de sus productos, mediante la incorporación de una serie de procedimientos que permitan seguir el proceso de fabricación en cada una de sus etapas. Aquellas empresas que compiten en la mejora de la experiencia de los consumidores –la que genera mayores beneficios económicos para las compañías y disminuye la fuga de clientes– deben comprender a cabalidad las preferencias de los consumidores y ajustar la cadena de suministro a cada uno de ellos.

Finalmente, las compañías que compiten en la dimensión de costo ofrecen precios atractivos para cautivar a los clientes que son sensibles al precio o para mantener el Market share. Esta forma de competir requiere ser muy eficiente en las operacio-

nes. Las empresas tienen que mejorar la estandarización de los procesos y productos fundamentales al momento de reducir los inventarios o costos de transporte. En esta dimensión, los enfoques analíticos basados en la investigación de operaciones y el Management Sciences tienen mucho que aportar.

ELEMENTOS CENTRALES DE LA CADENA DE SUMINISTRO

La búsqueda de la eficiencia, la reducción de los costos y mejora en la experiencia de los clientes es un problema interesante de resolver dentro de la cadena de suministro. Para analizarlo, hay que contemplar una serie de actividades y decisiones interconectadas, que buscan dar soporte a la estrategia seguida por la compañía, la que debe estar alineada a la cadena de suministro, a la hora de competir. Podemos identificar al menos cuatro elementos fundamentales (Figura 3) cuando se desea alinear la estrategia comercial de la compañía.



FIGURA 3. ELEMENTOS CENTRALES DE LA ESTRATEGIA DE LA CADENA DE SUMINISTRO.

Uno de los elementos más importantes al diseñar la estrategia de la cadena de suministro tiene que ver con el nivel de servicio que será entregado a los clientes. Tanto la rapidez del despacho, así como la exactitud y flexibilidad en la entrega del producto resulta primordial para los distintos tipos de clientes. Sin embargo, de-

pendiendo del negocio, se debe analizar si es necesario responder con la misma premura a todos los clientes, por lo que hay que ordenar las prioridades, respecto de quiénes son los más rentables para que reciban primero los productos.

Hoy en día existen múltiples canales, – venta indirecta, distribuidores o retailers, o canales directos como internet y fuerza de venta en terreno–, para hacer llegar los productos y servicios a los clientes. La decisión de inclinarse por una opción u otra dependerá del canal que prefiera el cliente. Por lo tanto, tiene vital importancia establecer el mix óptimo, ya que gracias a esta elección se generarán mayores utilidades para la compañía. En la industria del agua natural, por ejemplo, se utilizan al menos tres canales de venta para atender los diferentes segmentos de clientes. Cada uno de ellos requiere de diferentes procesos, activos, proveedores e indicadores de desempeño en la cadena de suministro.

Otro elemento clave dentro de este análisis tiene relación con comprender qué actividades de la cadena de suministro deben ser realizadas por la compañía y cuáles por los partners del negocio. En este punto, las empresas deben considerar las actividades relacionadas con la toma de decisiones en sí y las de ejecución. Las primeras se mantienen dentro de la compañía para tener un mayor control, siendo las candidatas naturales al outsourcing las actividades de ejecución.

Para una mayor claridad de este tema, las empresas realizan outsourcing de ciertas actividades de la cadena de suministro cuando sus partner pueden aportar en: **1) Escalabilidad (al existir ciertas economías de escala), 2) Alcance (cuando se desea llegar a mercados geográficamente distantes), 3) Experiencia tecnológica (cuando el partner tiene ciertas habilidades para la elaboración de productos o procesos con una alta inversión en capital) y 4) Recursos**

disponibles (cuando estos pueden acceder a materias primas, talentos o financiamiento de manera rápida).

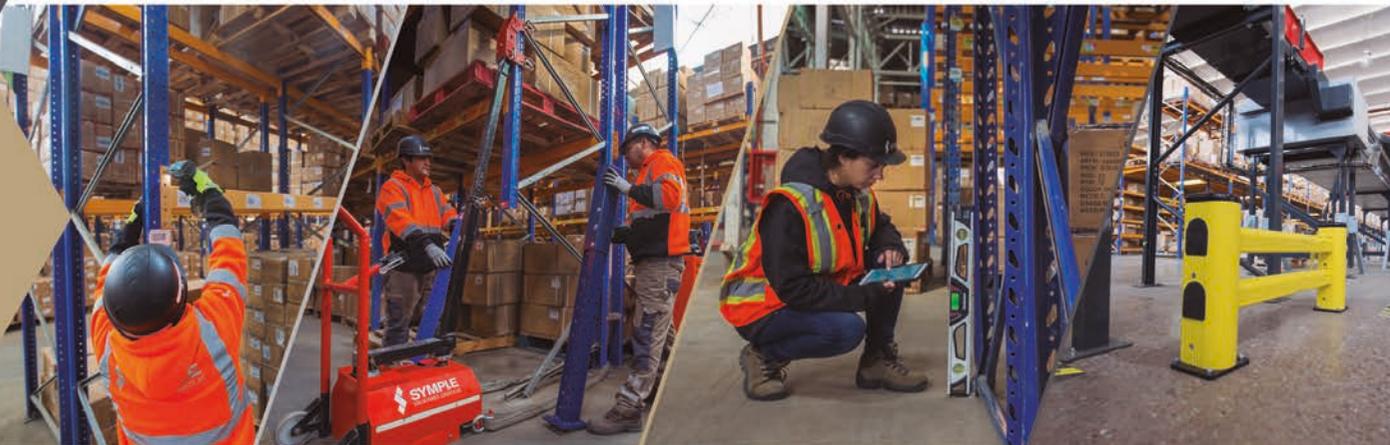
Finalmente, uno de los aspectos más relevantes dentro de la cadena de suministro es el modelo operacional con que se trabaja, ya que determina cómo la compañía produce los bienes y servicios. En este modelo, hay que contemplar la planificación, la administración de las órdenes, el manejo de los inventarios y el despacho físico. Todos estos aspectos deben ser bien tratados, para obtener buenos resultados. Actualmente, el desafío de las compañías va más allá de una simple minimización de costos. Éstas deben conseguir alinear la cadena de suministro con la estrategia de negocios, integrando un modelo operativo diseñado en función de mejorar la experiencia de los consumidores.



Por Por Jaime Miranda,
Académico DCS Universidad de Chile

SYMPLE SOLUCIONES PARA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Ofrecemos soluciones transversales para asegurar la continuidad operacional y seguridad de las personas en los centros de distribución



**OPTIMIZACIÓN DE RACKS
Y RECONFIGURACIONES**

REPARACIONES DE RACKS

**INSPECCIONES
Y CERTIFICACIONES**

BARRERAS Y SEÑALÉTICA

Conoce nuestros servicios y productos en
www.symple.cl o al **+56 2 28401339**

 **SYMPLE**
SOLUCIONES PARA CENTROS
DE DISTRIBUCIÓN

¿VIVIMOS UNA NUEVA ERA LOGÍSTICA?

AL IGUAL QUE EL SER HUMANO, LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA HA MADURADO Y HA IDO CAMBIANDO CON EL CORRER DE LOS AÑOS. MUCHOS HABLAN DE UNA NUEVA ETAPA DE LA INDUSTRIA; UNA ETAPA MARCADA POR LA PENETRACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS, EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y TRANSNACIONAL, EL ROL DEL NUEVO CONSUMIDOR Y LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO. ACTUALMENTE, NO BASTA CON LLEVAR UN PRODUCTO DE ORIGEN A DESTINO, SINO QUE ES UN 'SERVICIO DE CALIDAD' CON FOCO EN LA INMEDIATEZ; TODOS FACTORES QUE A LA LARGA SUMAN AL ÉXITO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS.

LA CLAVE DEL ÉXITO ESTÁ EN QUIENES SABEN ADELANTARSE A LOS CAMBIOS

Hace más de 35 años el mercado chileno se abrió a una nueva era comercial y transaccional, escenario que fue reflejando la importancia de la Logística en la operación de una compañía. La llegada de los grandes retailers al país, la firma de importantes Tratados de Libre Comercio -que abrían Chile al mundo y que generaron cambios en los índices de exportación e importación- y la llegada de nuevas tecnologías fueron algunos de los factores que incidieron en el desarrollo de la industria y que ha llevado a que hoy se posicione como un pilar central en el éxito de un país y también a nivel interno de cada compañía.

Así, con el correr de los primeros años de la década de los 90, la logística se presentaba -desde su definición- como un proceso para controlar flujos y almacenaje de materias primas, productos semi elaborados o terminados y de manejar la información relacionada desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos

de los clientes. En otras palabras, se pretendía proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar indicado, en el tiempo exigido y a un costo razonable. Es así como de estas definiciones se desglosan los puntos centrales de esta actividad: productos, destinos, clientes y costos.

No obstante, la logística es un sistema en el cual confluyen distintas actividad; una verdadera red que actores que forman un todo. Por ejemplo, no basta con mantener equipos con excelentes profesionales o buenas tecnologías, si no se logra establecer una estrecha relacionan entre ellos en función de un objetivo común: el servicio a sus clientes. Esta actividad fue cobrando un rol relevante al interior de las organizaciones; un papel fundamental al momento de analizar la productividad y también los costos de un proceso.

Dada la importancia de esta área muchas empresas iniciaron a mediados de los '90 fuertes inversiones con el objetivo de optimizar su operación y así enfren-

tar el futuro con confianza. En esta línea, surgieron los primeros Centros de Distribuciones modernos, aquellos donde la tecnología ya era una realidad; así como también se inició la era de la profesionalización de la industria con la incorporación de la logística en las mallas curriculares de importantes universidades chilenas.

Bajo dicha lógica, y considerando los cambios culturales de un Chile en procesos de crecimiento, la logística dejó de tener sólo un carácter operativo, transformándose en un factor de importancia financiera y, en definitiva, un elemento clave para el éxito de una empresa. Actualmente, estamos viviendo lo que para algunos es 'una nueva era' en la industria logística nacional. Un periodo marcado por el rol del Cliente.



Jorge Chávez
Co-Founder
Ideum Group Inc.



Juan Carlos Sáez
Socio Consultor
SCB Logística

En esta oportunidad, conversamos con dos ejecutivos y actores de la industria logística chilena que han sido testigos de los cambios que ha experimentado el mercado y de su actual momento, con quienes analizamos los principales aspectos e hitos en la historia logística chilena.

TECNOLOGÍA

El cambio económico chileno obligó a las compañías a salir en la búsqueda de una optimización logística, tanto de salida como de entrada, donde se hizo indispensable darle fluidez a los procesos y disminuir los costos involucrados; ¿y cómo

hacerlo? Es ahí donde asomó la tecnología como uno de los mejores aliados para la industria.

Para Juan Carlos Sáez, las tecnologías -hoy en día- son el factor que marca diferencias en una operación logística. El ejecutivo -quien encabezó en 1995 el proyecto del entonces nuevo y moderno CD de Johnson, el cual se materializó dos años después y que se transformó en un hito para la empresa por los cambios que significó en la operación logística- recuerda que en ese momento “no existían en Chile empresas de tecnología enfocadas a la logística, por ejemplo en WMS, por lo que había que ir a buscarlos a EE.UU y Europa y ahí aprender cómo manejar estos nuevos CD”.

Dada la carencia de soluciones tecnológicas presentes en el país, la inversión que la compañía realizó en su nuevo CD fue cercana a los 18 millones de dólares; cifra que –a juicio de Sáez- hoy en día “sería una locura. Eran otros tiempos y otros valores, por lo que una inversión así sólo podía responder a una decisión estratégica que, en este caso, era la intención de crecer y la única forma de hacerlo era con la construcción de nuevas instalaciones. Así llegamos a las 90 tiendas”.

“Hoy la tecnología es barata versus lo costoso que está la mano de obra; factores que se conjugan y hacen muy atractivo la incorporación de estas soluciones”, comentó Sáez. Así, la segunda mitad de la década de los 90 fue el momento del crecimiento de las principales cadenas de retail.

Una visión distinta es la que tiene, Jorge Chávez, destacado académico de Supply Chain en Chile, para quien las tecnologías no son más que un “habilitador” y “no hace los modelos mejores ni genera cambios. Cuando hablamos de implementaciones hay varios actores que se conjugan, pero siempre detrás está la persona”.

Chávez, considerado uno de los primeros académicos en desarrollar un diplomado

de Logística en Chile (1994), manifestó que los cambios profundos vividos en la industria, se deben a tres hitos importantes. “El primer de ellos, fue la creación del pallet, elemento fundamental para poder transportar los productos y hacerlo más fácil. La segunda revolución fue el Container y el tercero, y relacionado a los anteriores, fue la eficiencia en el transporte (barcos post panamax, grandes aviones de carga, camiones potentes)”, comentó. Dichos hitos logísticos habrían - a su juicio- generado los primeros cambios en la industria, lo que sería una ejemplificación de la tecnología como facilitar de la operación, ya que recalcó que “el único y real cambio en las industrias es generado por el consumidor”.

En esta línea, el ejecutivo llamó a las empresas a tener conciencia que para el éxito de una implementación tecnológica se debe considerar, lo que él define como “la ecuación perfecta”: 1/3 de inversión en Software, 1/3 en Hardware y 1/3 en capacitación.

Hoy la logística vuelve a protagonizar un periodo de cambios y de adaptación al nuevo entorno digital; un entorno que cambia constante y vertiginosamente de la mano de la innovación, especialmente en un industria como ésta donde, por ejemplo los datos son fundamentales para los procesos, siendo el BIG Data, entre otros, un aliado fundamental en el presente y futuro de las empresas.

EL PROFESIONAL

“Nos hicimos en la práctica”. Esta frase engloba la realidad de los primeros profesionales que incursionaron en el área logística; quienes poco a poco se fueron profesionalizando, viendo a la operación como un todo y conociendo los reales alcances de esto.

“Los profesionales fuimos, poco a poco, incorporando conocimiento logístico y así profesionalizando esta área que se asociaba en un inicio con la administración de

la bodega, proceso de recepción, almacenaje y despacho. Luego se transformó en Supply Chain Management, entendida como la administración de la cadena de suministro desde el proveedor hasta el cliente final. Ahí nos dimos cuenta que esta visión ¡era la empresa completa!”, recordó Juan Carlos.

En la misma línea, Jorge recalcó que “el logístico se fue haciendo en la marcha y en la medida en que la industria fue tomando fuerza. Antiguamente se mandaba a la ‘bodega’ al colaborador por algún problema, lo que refleja que para muchos era una especie de patio trasero de las compañías”.

A juicio de los ejecutivos, el desafío de las empresas y también del sector académico es el Talento de los profesionales. “Cuando las empresas son grandes tienen los recursos para contratar talentos, lo que muchas veces aquí no se valora. El capital intelectual es muy importante para enfrentar los desafíos de la industria”, enfatizó Chávez.

Por otra parte, mientras que para unos, estos conceptos (Logística y Supply Chain Management) parecen hablar de lo mismo y que la diferenciación sería una cuestión de moda; otros plantean claras diferencias, dadas fundamentalmente por la amplitud del enfoque, ya que para ellos la logística se ha asociado a un concepto más operacional que ahonda en el día a día de los distintos tareas que conforman esta área, versus el noción de Supply Chain Management que contemplaría una visión más amplia con foco en el negocio.

El desarrollo que ha tenido la industria con el correr de los años ha llevado a que estos conceptos se vayan diferenciando, a pesar de que ciertamente se parecen. No obstante, el cambio de visión y de foco de algunos profesionales ha permitido que SCM se vaya posicionando al interior de las compañías, permitiendo a los ejecutivos de esa área ser, en muchas empresas, parte de los directorios o alta gerencias.

Estos cambios no se entenderían sin la profesionalización académica de esta área.

Jorge Chávez recordó que hablar de Supply Chain Management, significó “un cambio importante al comprender que las variables económicas y lineamientos de las empresas afectan a todos, lo que obliga a que haya una alineación importante entre todas las áreas. Sin embargo, este concepto también, a mi juicio, tiene errores semánticos porque no incorpora al consumidor como eje central, cuando son ellos el foco de la industria”.

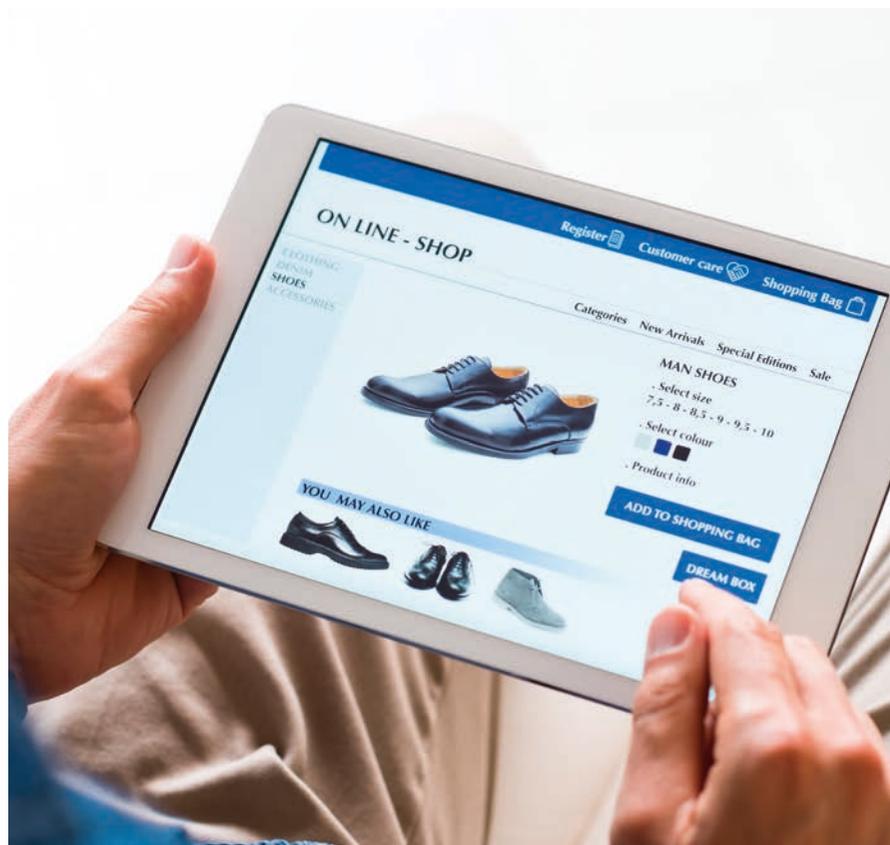
Para el académico, dicho con concepto “no permite comunicar realmente lo que es la logística. Sin embargo, hoy todos hablamos de Supply Chain Management” y, en parte, estos cambios han permitido que “la logística sea hoy una concepción del mundo de los negocios que está en todas partes”.

COMERCIO ELECTRÓNICO

“La guerra siempre va estar entre las cadenas logísticas”. Dicha frase hoy cobra relevancia de cara al posicionamiento del comercio electrónico. Según Sáez, el e-Commerce está cambiando las cosas.

“El cierre de grandes tiendas ya es una tendencia en Estados Unidos; reflejo de que el enfoque actual está en el servicio, el cual se ha posicionado como el factor clave de la operación. Hoy las empresas tienen una buena página web, un producto y el resto es logística”, comentó Sáez.

Hoy las compras online e incluso en otras latitudes son una tendencia ya instalada en el país, con cifras que van en constante alza, lo que ha obligado al crecimiento y profesionalismo de un mercado logístico capaz de dar respuesta a este escenario, marcado fundamentalmente por el concepto expreso. “Desde el 2015, el comercio electrónico hizo un cambio feroz en la logística, aseverando la importancia de



tener una cadena de suministro eficiente. Aquí lo importante es que el producto llegue gracias a un buen servicio. Las empresas saben que el mundo va hacia el comercio electrónico”, enfatizó.

Hoy los ojos de la industria no están puestos en los costos o los tiempos; sino que la preocupación, hoy el cliente y su experiencia de compra, es decir, el servicio. En esa lógica, la operación logística debe estar a nivel para ayudar a concretar este objetivo comercial.

“El cliente hoy compra donde quiere, cuando quiere y desde donde quiere. El consumidor es el que ha cambiado, por lo tanto, los cambios profundos que ha vivido la industria vienen de los clientes”, expresó Jorge Chávez, quien también relativizó los efectos que el desarrollo del comercio electrónico tendría sobre los canales tradicionales: “No importa por el canal que se mueva el producto, lo que hay detrás siempre será lo mismo. Los canales

tradicionales van a subsistir al comercio electrónico sí o sí”.

En base a la experiencia y los comentarios anteriores, ¿Dónde está la clave del éxito de las empresas? La respuesta a esta interrogante está en al interior de cada compañía, al definir cómo enfrentan los cambios y qué rol le dan a la logística, a sus clientes y, en especial, al servicio.

Hoy todos en la industria saben lo que deben hacer. Y uno de los aspectos conocidos y asumidos por todos es que la tecnología será un factor clave para el futuro de los negocios. Sin embargo, eso por sí sólo no basta, se requiere ir rediseñando los procesos. ¿Y tú empresa, cómo enfrenta el futuro?. **LGT**



TW CRECE CON NUEVO CENTRO EN LAMPA



20 años
EXPERIENCIA

TW aumenta su capacidad hasta en 20.000 posiciones de pallet. **Cumpliendo la nueva exigencia del DS 43**, que rige desde septiembre de 2016.

4PL LOGÍSTICA



TRANSPORTE



ALMACENAJE



VALOR AGREGADO



COMERCIO ELECTRÓNICO

¿CUÁNTAS VECES HA QUERIDO ELUDIR LA EN OCASIONES EXTENUANTE TAREA DE IR AL SUPERMERCADO? SIN LUGAR A DUDAS, EN MÁS DE UNA OCASIÓN, HA DESEADO DISFRUTAR DE SU TIEMPO LIBRE Y ESQUIVAR ESTA TAREA; NO OBSTANTE, AÚN SURGE LA PROBLEMÁTICA DEL ABASTECIMIENTO DEL HOGAR, UNA NECESIDAD QUE DIFERENTES EMPRENDEDORES DEL MUNDO E-COMMERCE HAN CONSIDERADO PARA EMPENDER EN EL RUBRO DE LOS DENOMINADOS SUPERMERCADOS ON LINE.

26

ADIÓS A LAS FILAS...
¡BIENVENIDO EL
SUPERMERCADO ON LINE!

Gran variedad de ofertas, completos catálogos de productos, la oportunidad de controlar el presupuesto del hogar, y- por supuesto- la posibilidad de recibir las compras en la comodidad del hogar, evitando pasillos atiborrados y las extenuantes filas de los concurridos supermercados tradicionales; son sólo algunas de las ventajas que los supermercados on line prometen a sus clientes. Características que posicionan a esta categoría de comercio electrónico como una tendencia en alza.

Para conocer más acerca de la actual oferta online en el sector 'supermercado' en Chile, Revista Logistec contactó a ejecutivos y fundadores de tres exitosos emprendimientos del rubro: foods.cl; elsuper.cl y supermercadovirtual.cl; cada uno con una interesante propuesta de valor y una operación logística particular. A partir de estas experiencias conoceremos más acerca de este rubro que gana adeptos en todo el territorio nacional.

FOODS.CL *"TU MERCADO A TAN SOLO UN CLICK"*

En enero de 2015 surge Foods.cl, mercado virtual cuya visión de servicio se fundamentó, desde el inicio a la fecha, en ofrecer productos saludables y de calidad en forma rápida y sencilla, según lo descrito por Ignacio García, Gerente y Cofundador de la empresa. Principalmente enfocados en la venta de productos frescos (fruta y verduras), orgánicos y gourmet, este emprendimiento destaca por su enfoque progresivo en términos logísticos, a partir de integración con los proveedores.

En esta línea, Ignacio García explicó que "en el supermercado tradicional apreciamos que la venta de productos frescos es muy compleja y frágil. Es difícil encontrar variedad y calidad en este tipo de productos en los supermercados, si se considera que éstos deben permanecer por varios días en la propia sala de ventas, sin contar

que antes han pasado por una etapa de almacenamiento en los centros de distribución; un proceso que afecta al producto en su integridad, grado de maduración y calidad. Observamos esta realidad y definimos que nuestra solución pasaba por integrar en tiempo real a los productores y distribuidores que tienen el producto de calidad; un producto con alta rotación y mucha variedad; realizando el proceso logístico que implica traspasar los pedidos a cada uno de los proveedores, consolidar los pedidos en una "cesta" por cliente y hacer la entrega".

A partir de esta operativa, Foods.cl garantiza la entrega de productos "frescos" – su principal línea- desde el productor/distribuidor hasta la mesa de sus clientes. "En este segmento, partimos con frutas y verduras; y fuimos incorporando otras líneas de productos, tales como: legumbres, huevos, frutos secos, quesos, fiambres, pescados y mariscos, siendo el próximo paso incorporar a nuestra oferta productos cárnicos", explicó García. "Consecuentemente, nuestro catálogo de productos fue derivando hacia la oferta de productos de nicho, productos de exportación que sólo se encuentran en tiendas especializadas en algunas partes de la ciudad", agregó.

En torno al backstage logístico, Ignacio García comentó que "una vez que el cliente hace el pedido le hacemos llegar en tiempo real el requerimiento al proveedor que tenemos integrado. Él ya sabe que para la próxima jornada deberá preparar un pedido que recogeremos en sus instalaciones. Específicamente, trabajamos con proveedores ubicados en zonas muy concretas como Lo Valledor, la Vega Central o el Terminal Pesquero, por mencionar algunos, de tal forma que luego de realizado el requerimiento nos desplazamos hasta estos puntos y centralizamos todas las "recogidas" en nuestro centro logístico, ubicado en Lo Valledor".

En torno al picking, este se realiza durante la noche o en las primeras horas de la mañana y ahí los pedidos son consolidados

en el Centro Logístico de la empresa para salir a reparto. "Distribuimos pedidos de lunes a viernes, de un día para el otro, es decir, un cliente que compra a las 11 de la noche el día de hoy puede esperar su pedido al otro día en la mañana o durante la tarde si lo desea. En este sentido, para la entrega de productos refrigerados o congelados establecemos con el cliente una franja de entrega de tres horas (durante la jornada), ya que es fundamental que alguien esté para recibir el pedido en el domicilio. Ahora bien, estamos trabajando para ampliar las ventanas de reparto para el día sábado y en un futuro poder entregar en el mismo día, es decir, que aquellos productos que sean requeridos durante la mañana puedan ser entregados durante la tarde de esa misma jornada", sostuvo el Gerente de Foods.cl

Al día de hoy la empresa distribuye a 13 comunas de la Región Metropolitana, ubicadas en el sector centro y oriente de la región. No obstante, García destacó que para 2018 se espera abarcar las 52 comunas del plano metropolitano. En esta línea, el gerente comentó que Foods.cl cuenta con una flota propia de camiones refrigerados para la distribución, no obstante se encuentran evaluando la posibilidad de tercerizar este servicio para emprender el desafío de llegar a las comunas que hoy no incluyen. "Al optimizar la logística de reparto podemos entregar muchos pedidos en una jornada con un solo repartidor, de tal forma estamos seguros de poder llegar a más comunas sin incurrir en sobrecostos", comentó al respecto.

Si bien Foods.cl enfoca gran parte de su oferta hacia el cliente final, también ha dirigido su servicio a entidades y empresas que apuestan por brindar a sus trabajadores snacks y productos saludables. En esta línea, el ejecutivo señaló que "las empresas cada vez están demandando más productos saludables para sus trabajadores, como un incentivo para que éstos se sientan cómodos en sus lugares de trabajo. Este servicio 'oficinas' fue despegando poco a poco y hoy tiene buenas proyecciones", agregó.

ELSUPER.CL LO TRADICIONAL AL MUNDO VIRTUAL

Con 90 categorías de productos y 220 subcategorías y casi 5 mil SKU's, Elsuper.cl es lo que podríamos denominar como un supermercado tradicional en el mundo virtual. Inspirados en el modelo online de las grandes cadenas de retailers "supermercadistas", pero con un enfoque renovado, elsuper.cl inició operaciones hace apenas un año y a la fecha se ha convertido en todo un suceso gracias a su amplia variedad de productos y a un trato transparente y preferencial hacia el cliente.

La propuesta de valor de esta empresa se concentra en tres promesas: 'compra hoy y recibes hoy'; 'recibes exactamente lo que compraste' y 'la entrega de servicios de valor agregado para el cliente'. "Nuestra propuesta se basa en consolidar estos tres ejes para brindar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra, poniendo a su disposición ventanas horarias que le entreguen certidumbre respecto a cuándo recibirá su pedido; garantizando que recibirá aquello que compró, ya que todos los productos que aparecen en nuestro catálogo están efectivamente en stock (eliminando así el reemplazo de productos) y ofreciendo servicios de valor agregado entre los que destaca, por ejemplo, la oferta de productos de 'corta duración', un servicio mediante el cual ponemos a disposición de nuestros clientes productos que están prontos a cumplir su vida útil, pero que cuentan con todas las cualidades de calidad e integridad para el consumo, a un precio rebajado", explicó Mauricio Soto, Gerente General y Socio fundador del elsuper.cl.

En términos logísticos, la operación de elsuper.cl es muy dinámica, considerando las ventanas horarias que manejan. En esta línea, Soto explicó que "cada ventana tiene una extensión de dos horas, que se distribuyen entre las 8 de la mañana y las 10 de la noche de lunes a jueves y el viernes hasta las 6 de la tarde. Nuestros

clientes pueden comprar hasta las 16:00 horas y recibir su pedido el mismo día, eligiendo una de las ventanas horarias que se presentan".

El ejecutivo agregó además que "una vez que recibimos la orden de compra, comenzamos a trabajar en la preparación de dicho pedido en nuestro CD. Ya que vendemos lo que tenemos, eliminamos la opción de reemplazo de producto o la posibilidad de pedidos incompletos. Posteriormente, los pedidos pasan por un sistema de control y verificación y se empacan en cajas para su posterior distribución. Hay que considerar que algunos de estos productos tienen características especiales, como por ejemplo las frutas y verduras o los refrigerados y congelados que tienen un proceso de picking y empaque separado para mantener la cadena de frío y, por supuesto, estas mercaderías también cuentan con empaques especiales para garantizar la integridad y calidad de los mismos", explicó el Gerente General.

Con una flota tercerizada y dedicada en exclusiva a su operación de despacho, Elsuper.cl actualmente llega a 12 comunas de la Región Metropolitana, ubicadas en las zonas nororiente y centro de la ciudad. Otro aspecto destacado del proceso logístico y comercial de esta empresa dice relación con su compromiso con el medio ambiente, a partir del uso de materiales reciclados, por ejemplo, y con la comunidad, a partir de un esquema de donativos de aquellos productos que no se comercializaron y aún conservan su calidad e integridad para el consumo humano.

SUPERMERCADO VIRTUAL.CL LA EXPERIENCIA REGIONAL

Considerado como uno de los emprendimientos pioneros en el país para el rubro del supermercado online, supermercado-virtual.cl comenzó operaciones hace 6

años, en la Región del Bío Bío. A partir de un catálogo de productos variado que incluye a reconocidas marcas nacionales y regionales, esta plataforma se ha transformado en una opción conveniente y confiable para los consumidores penquistas.

Productos secos, frescos, refrigerados, congelados e ítems de perfumería, limpieza e incluso comida para perros son sólo algunas de las categorías que comercializa este supermercado electrónico que en 2010 esperaba iniciar operaciones; deseo que se vio truncado tras el terremoto de febrero de ese año que afectó a la zona centro sur del país.



Mauricio Soto
Gerente General
elsuper.cl



Ignacio García
Gerente Co Fundador
foods.cl



Iván Castillo
Gerente Comercial
supermercadovirtual.cl

"Teníamos todo listo para lanzar nuestra plataforma, pero la naturaleza dijo lo contrario, por lo cual debimos reformular nuestra operación y comenzar desde cero", explicó Iván Castillo, Gerente Comercial y cofundador de Supermercado-virtual.cl. No obstante, el proyecto tomó nuevos bríos y, poco a poco, se fue consolidado.

A nivel logístico, esta empresa adoptó un modelo de integración con los distribuidores y proveedores a nivel nacional que concentran operaciones en la VIII Región;



“Nuestro principal objetivo era dar solución simple, sencilla, confiable y eficaz, a aquellos consumidores que deseaban una opción de compra virtual para el abastecimiento del hogar”. Considerando el volumen y la amplia cobertura que poseen, con entregas en todo el plano urbano del Gran Concepción, que integra las comunas de Concepción, San Pedro de la Paz, Chiguayante, Hualpén, Talcahuano, Coronel, Penco, Hualqui. “Una vez que la orden de compra ha sido activada los pedidos son preparados, consolidados y despachados con una ventana de entrega que fluctúa entre los 2 a 3 días hábiles”, sostuvo Castillo.

En torno a la experiencia, el ejecutivo destacó que si bien el crecimiento y la penetración del supermercado virtual en la Región fue lenta en los tres primeros años, en el último periodo se ha visualizado un mayor volumen de visitas y ventas, gracias al acceso a Internet y al cambio en los patrones de compra de los consumi-

dores. “Hoy las personas quieren disfrutar de su tiempo libre y no pasar horas en un supermercado para hacer la compra del mes. Para ellos, nosotros somos una alternativa”, finalizó Castillo.

DE LOS CONSUMIDORES...

La compra tradicional, el mix entre el mundo físico y el virtual, y el despegue del mundo online se presenta como la triada que da pie al despegue de los denominados supermercados virtuales. En esta secuencia, los consumidores chilenos han transitado en los últimos años paulatinamente, siendo el último periodo el de mayor despegue.

En este contexto, cabe destacar los resultados del estudio realizado por In-Store Media, agencia multinacional de Shopper Marketing, la cual estableció la relación entre el exponencial crecimiento de las

compras on line en Chile, tanto en redes fijas como en conexiones móviles, y la penetración del supermercado online. Así, según el “Observatorio Shopper Experience (OSE)”, realizado por In-Store Media, el 19% de los consumidores encuestados realiza sus compras de supermercado vía online. De este grupo, un 6% lo hace únicamente de forma online, mientras el resto combina canales de compra físicos, súper e hipermercados en su mayoría, y en menor grado, almacenes y ferias.

Ahora bien, en torno al perfil de los compradores, según el Estudio, el segmento C3 es el que efectúa la mayor cantidad de compras en supermercados online (54%), seguido del C2 (28%) y el ABC1 (18%). Quienes cumplen este rol son principalmente mujeres (62%), en un rango etario de 25 a 44 años; provenientes de familias con un promedio de cuatro integrantes, con dos hijos en su mayoría. Entre las tendencias destacadas del comprador de supermercados online, está el gusto que tienen por realizar las compras (97%). Ellos afirman en su mayoría ser los encargados de todas las tareas del hogar (85%). Asimismo, un 62% dice tener un gran interés por llevar una alimentación saludable, razón por la que les gusta cocinar sus propios alimentos (61%), pese al poco tiempo que tienen disponible.

Ahora bien, cuando se trata de escoger un punto de venta virtual, los compradores le dan mayor importancia a la experiencia de compra que entrega el retailer, les interesa tener un buen servicio post venta; que al recibir sus productos estos vengan completos y en buen estado; que las ofertas del punto de venta físico sean igual o mejores en la tienda online y que el sitio web sea de fácil uso.

Finalmente, el estudio arrojó que los denominados “shoppers” de supermercados online son, en general, personas activas virtualmente, considerando que cerca de un 99% utiliza alguna red social (95% Whatsapp, 94% Facebook, 73% Youtube). **LGI**

CÓMO OPERAR EN...

LA ÚLTIMA ETAPA DE UNA ENTREGA HA ENTRADO EN EL DEBATE DE LA INDUSTRIA, DADA LA IMPORTANCIA QUE TIENE PARA EL ÉXITO, EFICIENCIA Y COSTO TOTAL DE UNA OPERACIÓN. CONOCIDA TAMBIÉN COMO LOS ÚLTIMOS 15 METROS SE CARACTERIZA POR LA ESTRECHA RELACIÓN ENTRE LOS ASPECTOS PÚBLICOS Y PRIVADOS QUE INFLUYE EN LA OPERACIÓN, ASPECTO QUE HA GENERADO EN ALGUNOS ACTORES UN IMPACTO OPERACIONAL. CONOCE CÓMO DISMINUIR Y OPTIMIZAR LOS COSTOS EN IMPORTANTE FASE DE LA OPERACIÓN.

“LOS ÚLTIMOS 50 PIES”

El e-commerce experimenta crecimientos de doble dígito (en Chile, 24% para el año 2016 según CCS) y nos obliga a replantear la logística en nuestras empresas para mantener costos bajos y ser competitivos. Adicionalmente, los clientes desean opciones de despacho más rápidas. En EEUU, se reporta que dos de tres compradores esperan opciones de entrega al día siguiente para compras antes de las 5PM y tres de cinco esperan poder elegir el mismo día si la compra es realizada antes del mediodía. No obstante, en términos de preferencia, los clientes optan envíos gratis por sobre velocidad. En cuanto a costos, el viaje de la última milla se estima en un 28% del costo total de transporte.

peoneta deja el vehículo en una calle o área de descarga, camina por una vereda de propiedad pública, pasando por un espacio de propiedad privada y llegando al lobby, departamento o área comercial destino. Esta etapa es especialmente importante por su impacto en la utilización del camión (y con ello, en el costo) y por la interacción público/privada en el trayecto. **En los párrafos siguientes analizaremos el impacto del tiempo de parada en esta etapa sobre el costo, la necesidad de una agenda privado/pública para disminuir esta pérdida y estrategias para reducir la extensión de estas detenciones.**

Desde la perspectiva financiera del activo “camión”, el tiempo detenido en los “úl-

Pueden repetir este ejercicio con su propia realidad y les aseguro que el porcentaje está entre 20 a 30%.

Este impacto aumenta si nuestros conductores tienen que estacionarse lejos del cliente o pierden tiempo buscando dónde estacionar. Más aún, visitar a un cliente es perder estos minutos por más de una vez como, por ejemplo, cuando hay primeros intentos de entrega fallidas. Claramente, reducir este tiempo podría permitirnos visitar más clientes con el mismo camión y tripulación e incluso realizar segundas vueltas si el camión se llena por volumen o peso, antes que tiempo total disponible.

ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

Durante esta fase de la operación existe una importante interacción público/privada. Típicamente, el camión debe detenerse en un espacio público como estacionamientos en la calle o áreas dedicadas a la descarga de vehículos. La tripulación camina por veredas públicas y entra a una propiedad privada, en donde debe existir también (idealmente) una infraestructura que permita la entrega (pasillos con dimensiones suficientes para evitar daños, espacio para productos en conserjería, ascensores para subir productos pesados, etc.). Hay escenarios más difíciles para la operación como la entrega de materiales de construcción donde los tiempos de descarga son mayores y el entorno puede no estar pavimentado, generando dificultades para el tránsito.

EN RESUMEN, TENEMOS CLIENTES CADA VEZ MÁS EXIGENTES QUE LLEVAN NUESTROS COSTOS AL ALZA, SI NO REALIZAMOS CAMBIOS PROFUNDOS.

El costo logístico proviene del almacenamiento, actividades en bodegas y de las diferentes etapas del transporte, pero concentrémonos en la última de etapa de la última milla: “the final 50 feet” o “los últimos 50 pies”, conocido también como los últimos 15 metros. Esta etapa comprende desde que el conductor y/o

timos 15 metros” es dinero perdido. Para flotas de entrega de productos pequeños podemos asumir conservadoramente 80 entregas con un tiempo de parada de 1,5 minutos por parada. Al analizar este ejemplo, se desprende que se perdieron 2 horas o 22% del tiempo potencial de uso del activo para un turno de 9 horas.



Felipe Sandoval
Consultor
Andes Consultores S.A.

Cada componente del trayecto puede afectar lo expedito de la parada. No obstante, hay una variable social y colectiva



ar racking
SISTEMAS DE ALMACENAJE

(56 2) 2955 6692

info@ar-racking.com

ESTANTERIAS METÁLICAS INDUSTRIALES

EXPERTOS EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE PARA SU BODEGA



SOLUCIONES GLOBALES DE ALMACENAJE PARA LOGRAR EL MÁXIMO RENDIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN DE SU BODEGA

- ✓ RACK SELECTIVO
- ✓ RACK DINÁMICO
- ✓ RACK PENETRABLE
- ✓ RACK PICKING MANUAL
- ✓ RACK MULTINIVEL
- ✓ BASES MÓVILES
- ✓ RACK AUTOPORTANTE
- ✓ RACK AUTOMÁTICO

(56 2) 2955 8588
(56 2) 2955 8328

AR SISTEMAS DE ALMACENAJE LTDA
Puerto Madero N° 9710, 3° Piso, Of. A-379
Comuna de Pudahuel, Santiago

www.ar-racking.cl



que también se hace relevante en esta etapa: el e-commerce está al alza como también la urbanización. A nivel mundial, la tasa promedio es de 2% y en Chile las personas viven en un 90% en urbes (Banco Mundial); realidad que conlleva más vehículos de reparto, subiendo la demanda de estacionamiento y uso de veredas, espacios que tienen un uso compartido.

Muchos nos hemos visto enfrentados a una situación, donde –por ejemplo– un camión estacionado afecta la posibilidad de estacionar o la descarga de un vehículo dificulta el tránsito en una vereda. Existe una ‘competencia’, en cuanto al uso de espacios públicos, por lo tanto, cualquier mejora en los “últimos 15 metros” es un desafío que requiere tanto de los actores privados como del Estado. Los problemas que surjan en este segmento no los solucionará cada actor por separado y aquí podemos observar los desafíos que surgen de coordinar acciones público-privadas. Sin embargo, existen alternativas que el sector privado puede aplicar para reducir el tiempo de parada, tales como:

1 Consolidar paradas mediante lockers y retiro en tienda: la entrega de varias órdenes en un solo lugar permite ahorros tanto en tiempo de parada como tiempo de manejo. En EE.UU., UPS está aumentando su red de lockers para bajar costos, así como, Walmart y Target aumentar puntos de pick-up in store. Hemos visto lockers en estaciones de carga de gasolina pero podrías expandirse a condominios habitacionales o edificios. El retiro en tienda tiene el beneficio adicional de atraer clientes quienes también pueden realizar compras, pero es importante mantener bajo los costos de handling y de entrega.

2 Probar diferentes vehículos como bicicletas: Correos de Chile ya las está usando. Puede avanzar más rápido en zonas congestionadas. Estas alternativas presentan beneficios en zonas con densidad de entrega y para entregas pequeñas. DHL Express buscará reemplazar 10% de su flota con bicicletas y que 65%

de sus rutas urbanas serían servidas por ellas.

3 Reducir paradas con drones: algo que se verá en los siguientes años son drones saliendo desde vehículos de reparto, dejando la caja en el destino y luego retornando al vehículo el cual puede haber continuado su ruta. Este avance reducirá tiempos de parada y ruta al no tener que manejar a cada punto. Lo anterior se proyecta como una alternativa útil para entregas en zonas rurales o poco densas como se ve en YouTube en el video llamado “UPS Test Residential Delivery Via Drone”. La entrega por dron podría incluso producir menos CO2 que si fueran hechas tradicionalmente.

Y algunas alternativas para aumentar entregas a primeros intentos:

4 Ventanas horarias, tracking del envío, aviso de próxima llegada a domicilio: en mi experiencia y por conversaciones, hay un 2-5% de fallo de entrega por domicilio sin persona que pueda recibir. Ofrecer un periodo de horas v/s todo el día para las entregas junto con mantener informado al cliente del avance de su envío y avisar sobre la llegada del camión podrían aumentar los primeros intentos.

5 Conserjería: capacitar y asegurar que edificios tengan protocolos y espacio para guardar los productos recibidos, así como, medios para luego llevar los productos hacia los departamentos.

6 Puntos de retiro: asociarse a sucursales de courier o empresas que recepcionen paquetes. Estas empresas cobran una tarifa por el servicio y los clientes tienen la flexibilidad de ir a una hora que les acomode. Desde el sector público, las siguientes son algunas alternativas que podrían concretarse:

7 Plan de entregas en hora fuera de peak: en 2010, se realizó un piloto en Nueva York para cambiar la hora de abastecimiento entre 7PM a 6AM de algunas

tiendas. Las empresas de transporte experimentaron menos tráfico, potencial ahorro por tener cuadrilla de día y noche, más disponibilidad de estacionamientos y menos partes por mal estacionamiento. Una experiencia interesante que da luces de políticas de manejo de demanda.

8 Planes de transporte para gestionar los espacios de carga. Por ejemplo, la ciudad de Barcelona está controlando las detenciones en áreas con restricción de tiempo mediante aplicaciones móviles con la visión de informar a los transportistas los lugares disponibles. La ciudad de Seattle piloteará medidas para optimizar la entrega de productos en la ciudad, a través de un trabajo con empresas de transporte y universidades donde se catastrará los lugares de descarga actuales, patrones de compra, diseño de edificios entre otra información. Estas medidas incluirían gestión de estacionamientos y pasajes de detención junto con la forma de usar ascensores de carga.

COMO VIMOS
SON MUCHAS LAS
OPORTUNIDADES
QUE EXISTEN EN LOS
“ÚLTIMOS 15 METROS”
PARA REDUCIR COSTOS,
ALGUNAS DE MÁS FÁCIL
IMPLEMENTACIÓN QUE
OTRAS

La necesidad de optimizar la última milla toma mayor relevancia cada día y parece crítico tener conversaciones entre los stakeholders privados y públicos para abordar los cambios que trae el e-commerce a nivel ciudad. Coordinaciones y soluciones que se plasmen en planes de transporte y políticas públicas son una alternativa aunque la tecnología pueda que nos permita gestionar la operación e infraestructura de manera transparente en post de reducir los tiempos de entrega.

LGT



DERCOMAQ TU ASESOR EXPERTO EN MAQUINARIA LOGÍSTICA



EL TRABAJO LOGÍSTICO DE TU EMPRESA, ESTARÁ HECHO A TU MEDIDA CON DERCOMAQ

Integramos todas las marcas y servicios para entregarte una solución más eficiente, ajustada a tus necesidades y presupuesto.

Una asesoría experta, personalizada y más conveniente para tu empresa, con todo el respaldo de una amplia red a lo largo de todo el país.



KOMATSU
FORKLIFT

STILL

HANGCHA
FORKLIFT

JLG

Arriendo - Ventas - Servicio - Repuestos - Financiamiento

Visítanos en nuestra red de sucursales a lo largo del país.

600 786 1000
dercomaq.cl





BODENOR FLEXCENTER

MARCA IMPORTANTE HITO GRACIAS A CD PHARMA CON ENERGÍA GEOTÉRMICA

34

Con una inversión cercana a los 14 millones de dólares, el moderno Centro de Laboratorio Chile fue el primer cliente en incursionar en esta tecnología a base de energía geotérmica; con excelentes resultados lo que motivó que actualmente esté en plena construcción un nuevo edificio pharma. Esta vez para la empresa Logística Kuehne + Nagel. A un año de implementado este proyecto, Laboratorio Chile ha logrado reducir en más de 100 toneladas las emisiones de carbono y alcanzó ahorros energéticos por sobre un 30%.

Bodenor Flexcenter en su política de mejora continua, en pro de satisfacer los requerimientos y estándares de logística de sus clientes, marca un nuevo hito en tecnología y eficiencia con el desarrollo de edificios especializados, esta vez enfocados al rubro farmacéutico, incorporando, entre otras innovaciones fuentes de energía sustentables como la geotermia.

“Con la expansión del proyecto Parque Logístico, ubicado en el sector de Enea, comuna de Pudahuel, cuyo término se estima para fines de este año, se incorporarán más de 650 mil m2 construidos de modernos centros de distribución, donde hemos plasmado toda nuestra experiencia”, explica Fernando Arancibia, gerente comercial de Bodenor Flexcenter.

En esta línea, la empresa ha dispuesto un plan de innovación con una importante inversión, destinada a los proyectos farmacéuticos, cuyas características operati-



vas obligan a contar con importantes innovaciones para, por ejemplo, mantener la temperatura y humedad controlada. Para dar cumplimiento a estos requerimientos, Bodenor Flexcenter ha dispuesto la instalación de equipos de climatización de grandes capacidades y de alta gama, sumado a importantes obras civiles que permiten obtener a más de cuatro metros de profundidad un flujo constante de temperatura que se inyecta a la bodega. En la práctica, estas medidas hacen más eficiente el encendido de los equipos convencionales de clima.

“Es exigencia para estos proyectos que exista un completo y permanente monitoreo, para lo cual Bodenor Flexcenter ha equipado estos edificios con una importante cantidad de sensores de temperatura y humedad, dispuestos a diferentes niveles de altura y repartidos en forma uniforme por toda la superficie de la bodega. Todos conectados a una moderna y compleja unidad central de monitoreo, la cual permite programar el encendido automático de todo el sistema de climatización mixto. Este sistema es capaz de encender conforme se requiera tanto los sistemas geotérmicos como los de clima convencionales, según sean requeridos en las marcadas estaciones del año”, detalla Arancibia.

INNOVACIONES QUE SUMAN CALIDAD

La energía geotérmica consiste en el uso de la temperatura de la tierra la cual a profundidades del orden de los 4 metros es muy estable y fluctúa entre los 16 y 18°C. “El proceso consiste en construir grandes y largas zanjas e instalar dentro éstas un sistema de tuberías conectadas, las que deben ser de hormigón por su transmisibilidad térmica de un diámetro determinado. Este sistema queda conectado al exterior y a las bodegas en línea”, agrega Arancibia.

Una vez instalado este sistema, por un extremo se toma aire del exterior y se inyecta mediante turbinas al sistema subte-

rráneo que al pasar por éste va tomando la temperatura de esa profundidad para luego inyectarla a la bodega, logrando subir o bajar las temperaturas de invierno (hasta -2°C) y de verano (más de 30°C) a una temperatura constante del orden de los 16°C.



“Dado que la energía geotérmica no es capaz de satisfacer el 100% del requerimiento, ya sea por temperatura o por humedad, es necesario igualmente incorporar equipos convencionales, pero con un importante ahorro en el uso de éstos, gracias al aporte de la tierra”, agrega el ejecutivo de Bodenor Flexcenter.

UN HITO QUE DA FRUTOS

La inversión que ha realizado la compañía para concretar este centro de distribución de 16 mil M2 con esta tecnología -que mantiene un rango de temperatura entre 15 a 25°C de forma permanente con una humedad relativa que no supere el 60%- fue del orden de los US\$ 14 millones.

Este sistema de control de temperatura ha permitido a Bodenor Flexcenter transformarse en un aliado de calidad para la industria farmacéutica. Hoy la empresa cumple a cabalidad con los más altos estándares de calidad impuestos por Laboratorio Chile (Teva) y a la vez los que impone el Instituto de Salud Pública (ISP). “A un año de su implementación, Laboratorio Chile ha logrado minimizar el consu-

mo de electricidad en más de un 30% en comparación con las antiguas instalaciones, reduciendo la huella de carbono en 100 toneladas por año”, afirmaron desde el Laboratorio. En la actualidad se encuentra en construcción un nuevo proyecto con las mismas características, destinado

a Kuehne + Nagel, un operador internacional, que tiene dentro de sus áreas logísticas una fuerte presencia en el área farmacéutica. Se proyectan más de 21.000 m2 para entrega en mayo de 2018. Se mantendrán las mismas características de aire acondicionado complementado con energía geotérmica para un volumen de más de 210.000 m3.



A estos modernos centros de distribución de alta tecnología para la industria farmacéutica, Bodenor Flexcenter se encuentra desarrollando en Parque Logístico en Enea una nueva fase de más de 100.000 m2 para la industria en general, lo que es reflejo del éxito de esta compañía, posicionándose como un líder en la industria de la mano de la calidad de su servicio y de sus instalaciones. **LGI**



Sherwin Williams operando con máxima seguridad y confianza.

JUNGHEINRICH

UN SOCIO EN QUIEN SE PUEDE CONFIAR

Un aliado de confianza. Así definió, el gerente de abastecimientos de Sherwin Williams, la relación comercial que ambas empresas mantienen, la cual nació debido a la política de renovación de equipos como visión estratégica de la empresa, la cual fue apoyada desde un comienzo por el equipo de profesionales de la compañía alemana.

Cuando iniciaron la fabricación de equipos y maquinarias en 1953, Jungheinrich nunca imaginó que tras años de trabajo y esfuerzo se transformaría en el líder de la industria de las soluciones intralogísticas. Hoy en Chile, la empresa disfruta del reconocimiento y posicionamiento en el mercado, dado fundamentalmente por la calidad de sus equipos y el servicio que entregan a cada uno de sus clientes.

El reconocimiento de Jungheinrich en la industria logística se debe principalmente

al soporte que ofrecen, a la calidad de sus equipos y a la flexibilidad y asesoría que ofrecen en la elección de las soluciones para la gestión de materiales y el movimiento de mercancías con tecnología de alto nivel, dependiendo de las características operacionales de cada cliente.

El enfoque holístico, a largo plazo y los beneficios de las ventas directa son las piedras angulares de la empresa y que han sustentado su crecimiento y desarrollo en este competitivo mercado. Es así,

como la columna vertebral de la empresa, ha sido siempre el trabajo en función de convertirse en un socio de contacto fiable a largo plazo y, tal como plantea su visión empresarial, son "visionarios en la actitud, abordando y superando todos los desafíos para desarrollar la solución correcta en colaboración con los clientes".

Es gracias a esta disciplina de trabajo que -lo que comenzó como un pequeño taller con treinta empleados en el distrito alemán Barmbek- se ha consolidado como una empresa que hoy se posiciona como una de las tres primeras firmas del mundo en ingeniería de grúas horquilla y tecnología de almacén y flujo de materiales. Estos atributos fueron algunos de los factores que llevaron a la empresa Sherwin Williams a confiar en Jungheinrich para la renovación de sus equipos en Chile.

EL ÉXITO ESTA EN EL TRABAJO

La historia de la relación entre ambas empresas surgió en el marco de la política



global de Sherwin Williams de dar cumplimiento a los aspectos de seguridad y a las normas medioambientales, por lo cual decidió realizar la actualización de su equipamiento (50 equipos), en este caso, equipos de levante, grúas horquillas y todo lo relacionado al manejo de bodegas.

De acuerdo a Flavio Cavallo, Gerente de Abastecimiento de Sherwin Williams Chile, la decisión calzó con la entrada en vigencia del Decreto Supremo 78, hoy DS 43, que aborda el tema de la manipulación de productos peligrosos.

“En ese momento, del total de equipos que teníamos una parte era propio y otra arrendada, lo que generaba un grado de desorden; por lo cual tomamos la decisión de salir a evaluar el mercado y conocer qué es lo que había”, recordó el ejecutivo.

Fue así como la empresa comenzó a investigar sobre la oferta de equipos en Chile y “nos encontramos con que habían tres marcas principales y una de ellas era Jungheinrich. Considerando los acuerdos globales y regionales que tenemos con ellos hicimos el acercamiento en Chile”, comentó Cavallo.

Tras los primeros vínculos comenzó el trabajo. Jungheinrich realizó el levantamiento de las necesidades de Sherwin Williams para establecer cuáles eran los equipos que se requerían para cada una de las funciones que la empresa desempeña, tanto en sus bodegas como en su Centro de Distribución.

El trabajo continuó y luego del levantamiento, vinieron los ajustes, “porque –si bien algunos equipos eran estándar– requeríamos cosas específicas para nuestra operación. Es ahí donde Jungheinrich marcó la diferencia y nos hicieron, por ejemplo, todo el asesoramiento y el diseño de la sala de batería. Además, llegamos a la negociación de que ellos tienen

un técnico trabajando con nosotros que realiza capacitaciones a nuestros operadores y que también nos permite tener una relación directa con ellos”.

MÁS QUE UN PROVEEDOR

Contar con la confianza de un cliente es, sin duda, uno de los objetivos centrales de toda compañía y la base de una relación comercial a largo plazo. El trabajo, la asesoría y el diseño, encabezado por su equipo de profesionales, permitió a Jungheinrich lograr el reconocimiento y la confianza de Sherwin Williams.

Lo anterior se refleja en las palabras del Gerente de Abastecimiento, quien enfatizó que “esta no es una relación de cliente-proveedor, ya que para nosotros Jungheinrich es un partner que está en nuestras instalaciones. Nosotros les abrimos la puerta de nuestra casa y ellos se instalaron acá, gracias a la confianza que nos dieron”.

Uno de los factores determinante de la licitación fue las especificaciones técnicas que requerían los equipos, debido a las características de la operación de Sherwin Williams. “Fue una larga negociación, no sólo por la definición de equipos sino también por las necesidades que nosotros teníamos. Necesitábamos equipos específicos, dado que en nuestro trabajo se realiza, en parte, en lugares con peligro de explosión y manejo de sustancias peligrosas”.

La confianza es algo que se va gestando día a día y con distintas acciones; y aquí la asesoría ha sido primordial. “Ellos nos ayudaron a optimizar nuestros requerimientos, ajustándose a nuestro presupuesto, obteniendo un costo por equipo que fue la mejor del mercado., porque lograron comprender nuestra operación, fruto de un largo trabajo hartas reunio-

nes, flexibilidad y un compromiso único”, reconoció Flavio Cavallo.

SEGURIDAD: FACTOR CLAVE

Tal como comentó Cavallo, la operación productiva y de almacenamiento que tiene Sherwin Williams cuenta con características que lo hacen especial. El manejo de sustancias peligrosas obliga a la empresa a contar con los más altos niveles de seguridad en toda la cadena de su operación.

Este compromiso con la seguridad es algo que Sherwin Williams no tranza y así se lo manifestó a Jungheinrich. “Esto no es igual que comprar un auto. Esto es la adquisición de un equipo que está basado en normas de seguridad y ahí la asesoría que ellos nos entregaron fue primordial y decisiva”.



“Para nosotros lo mejor, desde el punto de vista del abastecimiento y licitación, es que el proveedor traiga la tarea hecha y Jungheinrich es de esos que llegan con las cosas listas”, añadió. Sin embargo, el ejecutivo reconoció que “siempre hay temas, nada es perfecto, pero lo importante es el respaldo que nos dan cuando estas cosas pasan. En ellos siempre hemos encontrado una respuesta inmediata”.

Actualmente, Sherwin Williams regional trabaja con Jungheinrich en Brasil, Argentina y ahora en Chile. En esta línea, el Gerente de Abastecimiento manifestó el deseo de que la relación comercial entre ambas empresas se extienda y vaya más allá de los 5 años que establece el vigente contrato”. **LGI**

Flavio Cavallo
Gerente de Abastecimiento
Sherwin Williams Chile





Líder:
Andrés Amigo,
Gerente de
Operaciones
Megaarchivos S.A.;
Gerente General
HQB S.A. y Co
Director Académico
Diplomados
Logística FAE-
USACH

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES UN FENÓMENO QUE POCO A POCO ACAPARA ESPACIOS EN LA PRENSA Y LAS REUNIONES DE PASILLO, EN CADA INDUSTRIA, APARECEN ÁMBITOS CONCRETOS DONDE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL SE ESTÁ MATERIALIZANDO GRADUALMENTE A UNA VELOCIDAD CADA VEZ MAYOR. SIN EMBARGO ¿QUÉ ES Y CÓMO AFECTA O AFECTARÁ A LA LOGÍSTICA ESTE TREMENDO TEMA?

Vayamos por parte... La transformación digital es, en palabras muy simple, el cambio de la organización basada en procesos concebidos con interacción física de información a una organización concatenada, a través de flujos de información digital normalmente en línea.

Es decir, una empresa sin papeles. Hasta allí todo suena fantástico. Pero ¿qué tan real o próximos estamos a poder ejecutar esta definición en nuestra empresa?

Por muy entusiastas que nos parezca todo lo dicho, la realidad nos muestra que la brecha para alcanzar dicha transformación es aún muy grande, la industria del almacenamiento físico de información crece en torno al 7% anual. Y aun, con el efecto de los documentos electrónicos como facturas o guías de despacho, se puede apreciar que muchas empresas siguen "confiando" en la impresión y posterior almacenamiento físico de esta información, principalmente debido a la falta de adopción de tecnologías digitales en los procesos administrativos.

Desde la vereda de un proveedor de la industria de la gestión de información física y digital, podemos ver día a día esta realidad y como "a lo chileno" buscamos revalidar el romántico rol del papel, encontrando un sinnúmero de casos donde una "mosquita" valida una guía de despacho electrónica impresa que es luego procesada y almacenada, con los costos que esto conlleva y el efecto que genera, por ejemplo, en algo tan crítico como el flujo de caja de la

empresa, pues al no estar en línea la información y la validación de esta, genera controversias que son complejas y lentas de resolver. Ese tiempo resulta valioso y costoso, pues es incapacidad pura de transformar documentos en contables en caja.

Por otra parte, las empresas aún se muestran muy reticentes a implementar procesos de transformación digital en el manejo crítico de información.

Estamos en la dirección correcta, pero sin la voluntad de las partes que conlleva compartir flujos de información y romper ciertos paradigmas, el camino se hará largo.

Es muy importante que este tema sea parte de la agenda estratégica de las organizaciones, es la única manera de no quedarnos sólo en discursos y ser un real aporte a la generación de valor a través de la disponibilidad de información.

¿Cómo afecta directamente al mundo de la logística? No podemos en la era de los omnicanales, de la simplificación y búsqueda de eficiencia de los modelos transaccionales y de distribución obviar tan importante cambio.

Es imprescindible que nos pongamos manos a la obra y concibamos nuestros modelos de operación incorporando el cambio digital. Normalmente vemos como las empresas gastan sus energías en incorporación de nuevas tecnologías y procesos que no se alinean de partida con este cambio, y buscan entonces salidas poco ortodoxas para armar una "torre de parches" para integrar estos procesos.

Muchas veces tiene que ver con la poca integridad entre áreas, por lo cual no se pone por delante el real beneficio no sólo para la empresa, sino para la cadena e incluso el cliente. **LGT**

ESTAMOS EN LA DIRECCIÓN CORRECTA, PERO SIN LA VOLUNTAD DE LAS PARTES QUE CONLLEVA COMPARTIR FLUJOS DE INFORMACIÓN Y ROMPER CIERTOS PARADIGMAS, EL CAMINO SE HARÁ LARGO.

Pero entonces, ¿qué nos falta para avanzar definitivamente? Probablemente la respuesta esté en tener la capacidad real y la confianza de integrar la cadena de información, de crear modelos uniformes de validación, de avanzar hacia el mundo de la identificación y autenticación digital (otro gran tema para conversar ligado a la firma electrónica).

Todas las soluciones en un solo lugar.



BT staxio

- ✓ Expertos en soluciones de logística
- ✓ Venta y Arriendo de Maquinarias
- ✓ Servicio Técnico y Repuestos
- ✓ Soluciones y Garantía
- ✓ 42 años apoyando a nuestros clientes

Somos Representantes exclusivos de:



RAYMOND



En ARRIMAQ contamos con la más amplia gama de productos de movimiento de carga, lo que nos permite entregar la mejor solución a su requerimientos.

www.ARRIMAQ.com
600 381 5000
marketing@arrimaq.com



Líder:
José Luis Araos
Montes, Ingeniero
en Transporte/
Ingeniero Industrial

TRANSPORTE

OPTIMIZACIÓN EN LA ÚLTIMA MILLA EN UN PAÍS EN QUE LA GENTE COMPRO CADA VEZ MÁS POR INTERNET (EL PRIMER TRIMESTRE DE ESTE AÑO SE VENDIÓ EN CHILE UN 30% MÁS QUE EL MISMO PERIODO DE 2016), LA LOGÍSTICA ES UN ELEMENTO DIFERENCIADOR PARA LAS COMPAÑÍAS Y LA GESTIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN DE TRANSPORTE DE ÚLTIMA MILLA AÚN MÁS.

Esta realidad impone desafíos y la tecnología es un factor clave en el proceso. el desafío de ser eficientes en distribución capilar o "última milla" es a lo menos complejo, considerando todas las variables que suele tener este último y tan importante tramo, ya sea porque canaliza una parte importante del costo logístico como por ser el último eslabón del proceso en el cual se ve concretado todo el esfuerzo logístico.

de envío y/o el plazo de entrega. La vorágine del comercio electrónico nos impone desafíos como país, ya que involucra que la logística de transporte y distribución sea altamente eficiente, con una alta productividad, optimizada, segura y de costos competitivos. Esta última palabra es clave, ya que nos permitirá como país que la distribución de compras online penetre cada día más.

la trazabilidad de los envíos, generar canales de información con el destinatario para retroalimentarlo respecto a su envío, conocer cuál fue su experiencia respecto a la entrega, entre otros.

La tecnología es un factor clave y es así como el BIG DATA, por ejemplo, es ya una realidad que nos permite generar reducción y optimización de los tiempos de transporte, optimizar la planificación de rutas, determinar y evitar áreas de congestión de tráfico, todas variables que pueden ser monitoreadas a través de big data asociada al transporte en tiempo real.

"ÚLTIMA MILLA" ES A LO MENOS COMPLEJA, CONSIDERANDO TODAS LAS VARIABLES QUE SUELE TENER ESTE ÚLTIMO Y TAN IMPORTANTE TRAMO

Las complejidades que atentan contra la eficiencia del transporte de última milla son variadas, atochamientos vehiculares, escasez de estacionamientos disponibles, limitado tiempo de distribución, centros urbanos de alta densidad, restricciones vehiculares, dispersión en los destinos de entrega, entre otros. Esto suele poner de cabeza a los líderes logísticos para hacer eficientes sus procesos de distribución de transporte.

Una encuesta realizada por UPS en Estados Unidos, señaló que un 58% de los encuestados en alguna oportunidad había desistido en finalizar el proceso de compra online de un producto, al ver su costo

Atrás quedaron los tiempos en que bastaba con que el envío llegara, ahora cada uno de nosotros es también un comprador online y como tal valoramos tener información de cuándo me llegará la compra y en lo posible tener certeza de la ventana horaria en que ocurrirá la entrega, lo que genera confianza y satisfacción; elementos claves al momento de optar por compras en línea.

Junto con poder optimizar la red de transporte logrando que sea eficiente, moderna, multimodal, poco contaminante, segura, de costos competitivos y de rápida respuesta. El desafío en los próximos años está dado por aumentar

El Internet de las cosas asociado al transporte es también otra solución, posibilitando tener dispositivos que permiten tener un sistema online del consumo de combustible, sistemas de registro de kilometraje de vehículos y camiones, sistemas de registros de horas de trabajo (inicio y término de jornada), horas y perfiles de conducción, paradas, etc.

Como vemos la tecnología asociada al transporte es y seguirá siendo clave para optimizar nuestra última milla. **LGT**



Universidad de Chile

U

EJECUTIVOS

DIPLO
MA
DOS

Uejecutivos 2018

Diplomados en

Gestión Integrada de Calidad, Seguridad, Medio Ambiente

Inicio: **9 de marzo 2018** / 116 hrs. presenciales
Santiago, FEN

Gestión de Operaciones y Logística

Inicio: **16 de abril 2018** / 120 hrs. presenciales
Santiago, FEN

Dictado en Región

Gestión de Operaciones y Cadena de Suministro

Inicio: **23 de marzo 2018** / 105 hrs. presenciales
Dictado en Temuco



Destaca tu valor en el mercado



22 978 3565

uejecutivos.cl
contacto@uejecutivos.cl



Líder:
Viviana Colazo,
Supply Chain
Council Chile

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

UN VERDADERO APOORTE EN LA CADENA DE SUMINISTRO DESDE EL SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE ME SOLICITARON QUE REDACTARA UN ARTÍCULO PARA ESTA EDICIÓN DE REVISTA LOGISTEC, SELECCIONANDO UN TÓPICO RELEVANTE ASOCIADO A LA CADENA DE ABASTECIMIENTO. INMEDIATAMENTE VIÑO A MI MENTE UN TEMA QUE ME APASIONA, "INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD", ENFOCÁNDONOS EN CÓMO ESTA MIRADA CONSTITUYE UN APOORTE EN EL ÁREA DE ABASTECIMIENTO.

Desde mi punto de vista, el concepto de inclusión y diversidad es muy amplio y no está atado solamente al género, sino también a la raza, orientación sexual, religión, nacionalidad, capacidades diferentes, edad y todos aquellos atributos que hacen de cada individuo un ser único e irreplicable en esta sociedad.

Sabemos que las cadenas de suministro exitosas están centradas fundamentalmente en el cliente y en el consumidor (y vaya que aquí hay diversidad y en eso todos somos testigos) y las tendencias del mundo actual exigen atención diferenciada en muchos casos, por lo tanto, qué mejor aporte que el que pueda brindar equipos constituidos por un recurso humano diverso.

Este nuevo "equipo de trabajo" es el reflejo del mundo en el que vivimos y en el que se desenvuelven las cadenas de abastecimiento, donde cada quien puede contribuir, desde su mirada, al logro de la mejor solución a un problema de suministro que se nos presente. En otras palabras, podemos afirmar que en esa diversidad hay riqueza y aporte.

Dos factores que contribuyen de forma relevante al desarrollo exitoso de la cadena de abasteci-

miento y que están relacionados directamente con inclusión y diversidad son:

A El valorar ideas diferentes, lo cual fortalece un círculo virtuoso que eleva los niveles de confianza dentro de los equipos de trabajo. Dicha situación hace que el grado de motivación se incremente, logrando una mayor conexión emocional empleado-compañía (se trabaja con un propósito en mente), mayor compromiso y, en consecuencia, aumentan los niveles de rendimiento de los equipos diversos, tal como lo demuestran estudios realizados en la materia.

de vista suman de forma única y valiosa a la hora de buscar soluciones innovadoras a problemas complejos, maximizando eficiencias y logrando excelentes niveles de servicio. En conclusión, actualmente es una realidad que la inclusión y diversidad se han convertido en una necesidad para todas aquellas compañías que quieren realmente trascender, a través de una ventaja única y competitiva como lo es su capital humano.

Y esa lógica, la cadena de suministro no puede estar desconectada de esa realidad diversa, por lo tanto se debe incorporar a los

"ES UNA REALIDAD QUE LA INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD SE HAN CONVERTIDO EN UNA NECESIDAD PARA TODAS AQUELLAS COMPAÑÍAS QUE QUIEREN REALMENTE TRASCENDER"

B Inclusión y diversidad abarca los conceptos de "creatividad e innovación" los cuales son claves para desarrollar cadenas de suministro ágiles, flexibles y eficientemente competitivas.

En mi experiencia dentro de este apasionante mundo, donde he estado expuesta a todas las formas de diversidad, he podido comprobar que diferentes puntos

esfuerzos deliberados para incrementar el nivel de participación de un recurso humano diverso como una vía fundamental para lograr la maximización de las eficiencias y el logro de un servicio de clase mundial. **LGT**



Almacenamiento Seguro y Confiable de Sustancias Peligrosas



Seguridad



Control



Sustentabilidad

Nuestras modernas instalaciones están diseñadas con los más altos estándares de seguridad para cumplir íntegramente la normativa legal vigente **DS 43-2016**, aplicable al manejo y almacenamiento de sustancias peligrosas.

Un servicio ágil, integral, eficiente, flexible y personalizado con lo que su empresa requiera.



Clase 2.1
Gases inflamables



Clase 2.2
Gases no inflamables,
no tóxicos



Clase 2.3
Gases tóxicos



Clases 3
Líquidos inflamables



Clases 4.1, 4.2
Sustancias sólidas inflamables



Clases 6
Sustancias tóxicas



Clases 8
Sustancias corrosivas



Clases 9
Sustancias peligrosas
varias



www.imolog.cl | info@imolog.cl



+56 2 2587 2809



Centro de Almacenamiento
Camino a Noviciado Ruta G-18 km 14,5
Lampa - Santiago.



AEROPARQUE

CARTA DE ÉXITO DE MEGACENTRO EN EL DESARROLLO BUILT TO SUIT

La empresa reconocida por sus servicios de logística y bodegaje con especial énfasis en el desarrollo de propuestas ajustadas a las necesidades del cliente, presenta un proyecto sin igual en el entorno del Aeropuerto de Santiago. El complejo Aeroparque entrará en operación a inicios de 2018 con una superficie de 80 mil m², de un total de 160 mil m². Este desarrollo y crecimiento de Megacentro es el reflejo del exitoso modelo que ha instaurado la empresa en el mercado chileno.

Con más de 22 años en el mercado chileno, enfocado en entregar a sus clientes facilidades para desarrollar sus operaciones logísticas, con distintos formatos, Megacentro se ha posicionado como uno de los líderes de la industria. De la mano de la calidad de servicio y de una infraestructura

que se adecua a las necesidades de los clientes, la empresa ha crecido fuertemente en los últimos años, a lo largo de Chile y también en Perú y Estados Unidos. Su visión de la industria ha sido lo que ha diferenciado a Megacentro, principalmente en la construcción de instala-

ciones, bajo el concepto de "Centros de Negocios", donde el cliente puede realizar integralmente sus operaciones.

Bodegas, oficinas, seguridad y otros servicios son el sello que diferencia a Megacentro en Chile, Perú y Estados Unidos, y que lo ha llevado a transformarse- hoy por hoy- en una empresa dedicada a la gestión inmobiliaria que entrega soluciones de infraestructura, diseño y operación, a través del arriendo de bodegas, oficinas y grandes centros de distribución. La empresa cuenta con una red de 45 propiedades en operación con un GLA total de 861.000 m² y propiedades en desarrollo con un GLA estimado de 600.000 m², a ser incorporado en gran medida hasta el año 2019. Gracias a la calidad de sus servicios, Megacentro se ha posicionado en el 2° lugar en el mercado nacional de bodegaje y centros de distribución con un 18% de participación de mercado por GLA.

Asimismo, se ha transformado en el 1° en el mercado chileno en proyectos Built to suit y en el segmento de mini bodegas (self-storage).



AEROPARQUE: UNA APUESTA GANADORA

Este año, Megacentro ha puesto foco en el desarrollo built to suit, infraestructura hecha a la medida de las necesidades de cada uno de los clientes, lo que se ha materializado con fuerza en su nuevo complejo Aeroparque, proyecto que contempla la construcción total de 160 mil m², en 51 hectáreas de terreno.

Luis Felipe Lehuédé
Gerente General
Megacentro



Uno de los factores que destacan en Aeroparque es la excelente ubicación que tiene con conexión a las principales autopistas (Vespucio Norte y Costanera Norte) y a pasos del Aeropuerto de Santiago, en una zona industrial muy desarrollada. Con un desarrollo industrial tipo condominio se proyectan 160 mil m² (en 6 etapas) para desarrollo built to suit y también para el desarrollo y construcción de Megacentro (bodegas y oficinas).

productividad de los equipos (grúas) y con comodidades para el parking de camiones, servicio de casino para trabajadores, seguridad, CCTV y la administración de Megacentro”, expresó el ejecutivo.

Así, Aeroparque se transformará en el proyecto más grande de Megacentro en el país, el cual significará una inversión aproximada de US\$139 millones, entre la compra del terreno y la construcción; y que se espera que esté operativo a comienzos de 2018.

Los número que ya maneja Megacentro sobre Aeroparque –a meses de su inauguración– hacen presagiar el éxito de este proyecto, puesto que ya tiene comprometida toda la Primera y Segunda etapa por aproximadamente 80.000 m².

Luis Felipe Lehuédé, agregó que “el dominio industrial de Aeroparque es, hoy

UN LUGAR A LA MEDIDA

El proyecto Aeroparque forma parte del plan continuo de Megacentro para ofrecer a sus micros, pequeños y grandes clientes las mejores instalaciones adaptables a sus necesidades del momento. “Megacentro ofrece un centro de negocios, donde el cliente puede realizar íntegramente sus operaciones, incorporando oficinas y bodegas en terrenos y propiedades de alta calidad”, afirmó Lehuédé.

“Constantemente tenemos nuevos y desafiantes requerimientos de nuestros clientes y eso nos ha permitido seguir creciendo y desarrollarnos”. Con esta frase, el gerente general, describe el compromiso de Megacentro con la innovación y el crecimiento en satisfacer las necesidades de sus clientes. En esta línea, cabe destacar que las empresas que se incorporen a Megacentro Aeroparque podrán acceder a una completa asesoría en materia de requerimientos logísticos y constructivos para adecuar la infraestructura a las características de cada operación.

De acuerdo al diseño, el proyecto contempla, 30 hectáreas destinadas a la construcción y arriendo de Centros de Distribución y 20 hectáreas para un complejo industrial, consistente en 27 lotes que parten de los 3.700 m².

Asimismo, el ejecutivo se declaró confiado del desarrollo y posicionamiento que Megacentro tendrá de cara al 2018, año que –a su juicio– “se ve favorable para seguir creciendo”, tanto en Chile como en Perú y EE.UU.

Finalmente, Luis Felipe Lehuédé comentó que en Perú “estamos desarrollando nuestra quinta etapa de Megacentro. Mientras que en Estados Unidos hemos crecido fuertemente y hoy tenemos 10 proyectos en distintas etapas de desarrollo, de los cuales cinco están en Miami y otros cinco en Houston”. **LGI**



De acuerdo a Luis Felipe Lehuédé, Gerente General de Megacentro, Aeroparque está enfocado a clientes que “buscan crecer en un nuevo CD, en un lugar privilegiado y con el respaldo, garantía y seriedad de Red Megacentro”. “Son bodegas de alto estándar, con pisos de alto rendimientos o súper planos que permiten la máxima

por hoy, la mejor apuesta para las empresas que necesitan arrendar instalaciones con una conectividad inmediata con las principales vías de acceso de la capital, asegurando ventajas logísticas únicas, al estar ubicado en el triángulo formado por Vespucio Norte Express, Miraflores y el camino a Lampa”.



SLI TAMEGAL

BUSCA CONSOLIDARSE COMO LÍDER DEL MERCADO CON FOCO EN LA CALIDAD DE SERVICIO

46

Transformarse en un referente para la industria chilena, aumentando su participación de mercado, es lo que proyecta esta nueva empresa, resultado de la unión de Tamegal y SLI Servylog. Complementar la experiencia, trayectoria y oferta de ambas compañías es la base de esta alianza que en la práctica suma el prestigio de Servylog en materia de la calidad de los servicio que ofrecen y el conocimiento de Tamegal en la fabricación, diseño y desarrollo técnico de soluciones de almacenaje.

“La unión hace la fuerza”. Esta frase acuñada en la antigua Grecia está más vigente que nunca en la nueva empresa SLI Tamegal, fruto de la alianza entre Tamegal y SLI Servylog, dos empresas con historia y reconocimiento en el mercado nacional.

La popular frase se refiere al poder que alcanzan las personas, en este caso empresas, cuando trabajan en conjunto para lograr un objetivo común que en el caso de SLI Tamegal es posicionarse como la compañía fabricante y proveedor integral

de soluciones de almacenaje y logísticas líder en Chile y el extranjero, proyectando además un aumento de su participación de mercado. Rodrigo Jofré, Gerente General y Gerardo Zamora, Gerente Comercial, ambos de SLI Tamegal ahondaron en los motivos que llevaron a concretar esta unión y las proyecciones que tienen con esta nueva compañía.

HISTORIA DE UN ACUERDO

Lograr la unión de dos empresas es un camino largo y a veces complejo, donde la clave para alcanzar el éxito está en congeniar una visión de futuro en común y también en reconocer y aceptar las ventajas, conocimientos y experiencias de cada uno. En otras palabras, lo primordial es definir el aporte de cada una de las partes para construir una nueva historia.

Bajo esta visión, los ejecutivos de ambas compañías se sentaron a conversar preliminarmente a mediados de 2016; momento en que fueron colocando sobre la mesa sus visiones del mercado de las



soluciones de almacenaje, definir qué necesitan y buscan los clientes y así establecer un objetivo en común: ser líderes de la industria. Ya a mediados de 2017, las negociaciones se hicieron más concretas, lo que derivó en la creación de la nueva compañía que entró en operación en agosto pasado.

En el camino que iniciaron fue relevante considerar, por una parte, los 40 años de experiencia de Tamegal en la fabricación de soluciones de almacenaje con una amplia expertise en el diseño y desarrollo de dichos sistemas, cumpliendo con todos los aspectos técnicos y normas de calidad. Por otra parte, se suma la trayectoria de SLI Servylog, con más de 13 años en el mercado, ofreciendo servicios para la industria logística que van desde el desarrollo de almacenamiento y todo lo relacionado con esta demanda como planificación y consultoría, obras civiles, proyectos a la medida, automatización hasta la ingeniería y construcción.

Todos estos aspectos destacados en cada uno de ellos fueron formando los cimientos para levantar esta nueva empresa SLI Tamegal, la cual hoy se posiciona con fuerza en un mercado competitivo con el respaldo de la experiencia alcanzada y la calidad de servicio; dejando atrás los factores débiles de cada uno de ellos.

Zamora recordó que esta unión significó para Tamegal "mejorar la posición financiera y volver a tomar un mercado donde estábamos como marca perdiendo terreno, debido a las situaciones internas que habíamos vivido. Si bien, teníamos el reconocimiento como fábrica y nuestra calidad de producto y experiencia, nos faltaba un lado financiero y administrativo que nos respaldara".

Por su parte, Rodrigo Jofré, comentó que SLI Servylog si bien tenía la capacidad para responder al mercado, "buena parte de sus productos eran importados y cada vez estábamos maquilando más en Chile, a través de terceros, lo que nos restringía en los tiempos y costos. Los proyectos en



los que comenzamos a participar requerían que tuviéramos una ingeniería y fabricación propia; y ahí surgió la idea de unirnos, porque ese era el fuerte de Tamegal. Nosotros teníamos la capacidad, pero nos faltaba lo propio en cuanto al desarrollo y fabricación".

WIN-WIN

"Esta alianza hace que seamos una empresa tremendamente competitiva con una capacidad de producción importante y con un departamento de ingeniería que vamos potenciando constantemente. Hoy logramos en nuestra participación en proyectos ofrecer un cierre total de ellos", reconoció el Gerente General de SLI Tamegal.

La suma de virtudes ha llevado a que SLI Tamegal se posicione en el mercado como una empresa enfocada en el servicio y calidad, avalado por una ingeniería eficiente y la experiencia que han alcanzado en los años de presencia en el mercado.

Para el Gerente Comercial lo más interesante de esta alianza es "la sinergia automática que se dio. Por ejemplo, Servylog no tenía fabricación, Tamegal sí; Servylog tenía una posición financiera sólida, Tamegal no; Servylog tenía un departamento comercial en crecimiento, Tamegal estaba disminuyendo su departamento; y finalmente, Servylog desarrolló muy bien

lo que es la postventa muy superior al que tenía Tamegal". A reglón seguido, Gerardo Zamora enfatizó en que lo principal es que "nosotros no éramos competencia, a pesar de ser del mismo rubro, por lo que no llegamos a 'pisarnos' clientes, sino que hemos sumado nuestras bases de datos. Hoy los clientes de Servylog tienen una fábrica y los clientes de Tamegal tienen un servicio".

En lo práctico, los colaboradores de ambas empresas también se unieron, por lo cual cerca de un 70% del personal de Tamegal se sumó a esta nueva empresa, gracias a que no existían muchos puestos duplicados. Con esta acción, se buscó asegurar la continuidad de conocimiento, de experiencias y de procesos productivos.

"La recepción de nuestra unión por parte de los clientes ha sido muy positiva y lo será aún más cuando vean que todo se transforma en beneficios y hechos concretos para ellos. Hoy podemos ofrecer servicios desde la ingeniería y diseño de un proyecto hasta su implementación completa con obras civiles, construcción, iluminación, etc.". A este respecto, Jofré agregó que "tenemos los productos y un servicio integral para la industria logística, con una gran capacidad de adecuarse a las necesidades del cliente, en términos de tiempo de entrega, implementación, puesta en marcha y servicio postventa personalizado". **LGT**



REFRICENTRO

PONE FOCO EN EL CLIENTE: “EN LA CADENA DE SUMINISTRO NO SE IMPROVISA”

48

La empresa es reconocida por entregar soluciones para habilitar ambientes controlados de alta exigencia y productividad. Con más de 37 años de historia y un portafolio de proyectos ejecutados en distintos países y para diversas industrias, Refricentro ofrece una solución a la medida de cada cliente; destacando en un mercado cada vez más competitivo.

“Desde el enfoque en el producto al enfoque en el cliente; segmentando, estructurando procesos de atención y midiendo”, así define Carlos Castro Ilabaca, Gerente de Marketing y Nuevos Negocios, la etapa en que Refricentro ha estado el último tiempo. Con más de 35 años de trayectoria en Chile y varios ya en la región, a través de distribuidores (casi 2 años de manera directa en Perú), la empresa está

liderando la nueva forma de atender en el rubro de la refrigeración industrial, puertas y paneles para ambientes controlados de alta exigencia.

La logística es una de las industrias de mayor crecimiento en los últimos años. Nuestra geografía, nuestra ubicación en el continente, nuestros múltiples tratados de libre comercio y el desarrollo de

las tecnologías han abierto oportunidades para el desarrollo y perfeccionamiento de soluciones que antes caían todas bajo el mismo paraguas: La logística.

UNA INDUSTRIA COMPETITIVA

Las nuevas tendencias y los desafíos comerciales, operacionales y financieros de un mercado cada vez más centrado en el cliente ha obligado a evolucionar hacia la especialización, abriendo espacios para varios actores. Hoy encontramos conceptos y actividades mucho más específicas que demuestran que pensar en soluciones promedio ya no sirve; el almacenaje, transporte, distribución, los puntos de venta, cadena de frío, trazabilidad, inocuidad, centros secos, centros refrigerados, materiales peligrosos, entre otros, hacen de esta industria un ecosistema diverso.

Debido al auge, son múltiples las empresas que ofrecen soluciones para la cadena de distribución y sus distintas etapas. Esta industria se ha transformado en una altamente competitiva donde la especializa-



ción y la rentabilidad por metro cuadrado son el pan de cada día. A pesar de lo anterior, no debemos perder la razón de existir de esta industria: conservar y trasladar los productos desde su origen hasta destino asegurando que lleguen con la mejor calidad para sorprender al cliente final.

Debido a que la logística no tiene vida propia (depende de la industria a la que sirva) el ecosistema global es diverso y complejo; por un lado existen las industrias a servir, dentro de las cuales encontramos la de productos perecibles (alimentos, lácteos, cárnico, cecinas, productos del mar, bebidas, entre otros) y la de productos No perecibles (construcción, vestimenta, electrodomésticos, laboratorios, materiales peligrosos, entre otros), y por el otro lado las actividades de la cadena (Transporte, Recepción, Procesamiento, Almacenamiento, Despacho).

La globalización, el aumento de exigencias/regulaciones por parte de los mercados, las presiones competitivas y financieras, la masificación de redes sociales, el continuo empoderamiento de los consumidores pone de manifiesto que cometer errores en esta industria puede salir muy caro, no sólo a nivel económico directo sino a nivel de imagen /reputación de marca. Para que las empresas de este ecosistema logren un buen desempeño se requieren procesos rigurosos y proveedores a la altura de las circunstancias: el promedio no sirve. Las soluciones deben ser a la medida, con equipos técnicos profesionales, equipamiento de calidad, experiencia en la industria y compromisos reales de soporte y postventa; en esta industria la improvisación resulta muy caro.

UN SOCIO QUE DA SOLUCIONES

Refricentro es reconocido en entregar soluciones para habilitar ambientes controlados de alta exigencia y productividad. Son más de 37 años de historia con un vasto portafolio de proyectos ejecutados en distintos países y para diversas industrias (alimentos, agroindustria, logística

seca y refrigerada, minería, supermercados, acuicultura, etc) ofreciendo desde equipamiento puntual hasta soluciones llave en mano.

“Tenemos gran presencia en la región a través de sucursales propias y distribuidores autorizados, contamos con plantas productivas para la fabricación e integración de nuestra gama de productos: Refrigeración Industrial, Puertas Industriales, Paneles Aislantes y Equipamiento de Andén”, comentó Castro.



El ejecutivo destacó además que la propuesta de Refricentro incluye desde el diseño y la ingeniería de soluciones hasta la construcción y posterior postventa de los mismos, todo en un solo lugar, “permitiéndonos garantizar homogeneidad, calidad y mayor velocidad en la entrega de nuestras soluciones”. Las características mencionadas anteriormente se traducen en ahorros directos e indirectos para los clientes al evitarse, entre otros aspectos, coordinar entre distintos proveedores.

Durante los últimos 3 años las soluciones para la industria logística han permitido a la empresa apoyar la habilitación de más de 200.000 m2, distribuidos entre centros logísticos secos y centros refrigerados.

“Cuando decimos que ponemos al cliente en el centro de atención, lo hacemos. Venimos desde hace unos años estructurando un modelo de atención segmentado con una estrategia multicanal en proceso de implementación. Contamos con una estructura de ventas segmentada por industria y tipo de requerimiento, lo cual nos permite mejorar velocidad de respuesta, precisión en la solución y mejor

calidad de atención”, detalló. En esta línea, Castro añadió que desde el año pasado se viene incorporado a los objetivos de gestión la experiencia de compra. “El circuito se cierra cuando evaluamos la entrega de lo que prometemos. Nuestros productos y soluciones atraen a nuestros clientes, ahora trabajamos para que nuestro proceso de atención lo enamore”, sostuvo.

EL VALOR DE LA TRAYECTORIA

El compromiso con sus clientes y el mercado está presente en cada una de sus acciones, lo cual se resume en la propuesta de valor que recoge Refricentro, cuyo eje central es resolver las dificultades que se detectan en los clientes y que se agrupan –según su Gerente de Marketing y Nuevos Negocios- en los siguientes puntos:

EL VALOR DE LA TRAYECTORIA

- **Experiencia:** más de 35 años de experiencia permiten recomendar soluciones exitosas ya probadas en distintas aplicaciones e industrias
- **Asesoría:** Los clientes conocen su negocio, Refricentro el suyo; “ellos saben el Qué y nosotros sabemos el Cómo”
- **Responsabilidad:** Profesionales íntegros y comprometidos diseñan soluciones excepcionales utilizando productos de calidad que garantizan clientes satisfechos. “Damos soporte a lo que entregamos”
- **Integración:** Diseño, Ingeniería, Construcción y Postventa de manera de asegurar una experiencia armónica, eficiente y de calidad para el cliente
- **Retorno financiero:** Se combina experiencia, capacidades técnicas y financieras para construir proyectos que garanticen el menor costo de operación por unidad producida al cliente
- **Diversidad y escalabilidad:** La oferta contempla desde repuestos, equipamiento, servicio de postventa hasta proyectos llave en mano, y las aplicaciones van desde plantas de procesos para alimentos procesados (platos preparados, cecinas, lácteos, cárnicos, etc.), plantas agroindustriales, plantas para productos del mar, recintos hospitalarios, tiendas de supermercados, talleres mineros hasta centros de distribución secos o fríos.

¡EL BLOCKCHAIN YA ESTÁ EN LA MIRA DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA!



50

ESTA TECNOLOGÍA HA REVOLUCIONADO LA TRANSACCIÓN DE DATOS Y SUS REALES ALCANCES AÚN SE DESCONOCEN, PERO SE CREE SERÁ UNA NUEVA FORMA DE VER LOS NEGOCIOS CON UN SELLOS PUESTO EN LA SEGURIDAD Y LA CONFIANZA. SIN DUDA, BLOCKCHAIN SE HA TRANSFORMADO EN UNA DE LAS TECNOLOGÍAS MÁS ATRACTIVAS DEL ÚLTIMO TIEMPO, POR LO CUAL YA CIENTOS DE ORGANIZACIONES LO ESTÁN IMPLEMENTANDO Y MUCHOS OTROS YA LA TIENEN EN LA MIRA.



Por: Carolina Vera (Directora Senior Miebach Consulting)
y Juan Pablo Aboitiz (Director Miebach Consulting)

Que la industria logística ha cambiado gracias a la tecnología, no cabe duda. Y que la tecnología tiene como diferenciador sus constantes innovaciones, tampoco cabe duda. Y es así, como hoy somos testigos de una nueva aplicación tecnológica que ha destacado por la versatilidad de sus funciones y la capacidad que tendría de aplicarse a la naturaleza y exigencias de las distintas industrias, desde el sector financiero, la salud e incluso el logístico.

¿Pero qué es blockchain? A grandes rasgos se trata de una tecnología que en términos simples funciona como una base de datos encriptada y distribuida en cadena. Para algunos, blockchain es un nuevo paradigma llamado a transformar los modelos existentes en muchos negocios con la definición de nuevas plataformas distribuidas en las que las figuras de los intermediarios o

terceros de confianza pierden vigencia en favor de planteamientos de consenso y confianza.

En esencia, una red blockchain es un conjunto de computadores, llamados nodos, conectados entre sí usando un protocolo común con el objetivo de validar y almacenar la misma información en una red P2P (peer to peer). Esta información se interpreta como un libro mayor común (ledger), de ahí el acrónimo DLT (Distributed Ledger technology) asociado a este tipo de arquitecturas. El ledger registra todas las transacciones entre nodos que han ocurrido desde la creación de la red blockchain.

TRAZABILIDAD, SEGURIDAD Y TRANSVERSALIDAD

La tecnología blockchain, según se señala en el informe “Cómo impacta

blockchain en la Logística 4.0”, elaborado por Minsait, unidad de negocios de Indra especializada en la transformación digital, en colaboración con la asociación logística UNO, potencia la interoperabilidad entre sistemas y proveen una única fuente de verdad, compartida por todos los participantes, permitiendo un gran nivel de integración de información, a la vez que garantizan que la información no puede ser alterada y ofrece unos altos niveles de transparencia y auditabilidad.

Los bloques que almacenan la información operan en una red y de forma colaborativa, a fin de permitir transacciones sin la necesidad de que medie un intermediario centralizado que identifique y certifique la validez de los datos. Todo por medio de algoritmos complejos. Lo novedoso es precisamente que blockchain almacena un registro certero y verificable de todas las transacciones que se han hecho en su his-



ELEVA TU PRODUCTIVIDAD

**DURABLES Y CONFIABLES, LA DIFERENCIA
DE TENER UN CAT® NO SE PUEDE IGUALAR**

- Diseño de control óptimo
- Visibilidad total para conducción y elevación
 - Dirección asistida
- Sistema de detección de presencia
 - Cabina total confort
- Financiamiento a tu medida

LLÁMANOS
229 277 000
FINNING.COM

VENTA DE REPUESTOS
229 286 000
ventasenlinea@finning.com



FINNING

toria. La descripción anterior refleja el atractivo que ha tenido esta tecnología en el mundo, gracias a la versatilidad y transversalidad de sus aplicaciones.

Tras conocer un poco sobre su funcionamiento queda al descubierto una de sus principales ventajas: su constitución criptográfica, así como también la trazabilidad de su uso, es decir, que cada vez que existe una modificación ésta queda registrada para siempre y no es posible de modificar.

Es así como surge como una alternativa que permitiría todos los registros con una única base de datos distribuida entre todos los involucrados, misma que no puede ser modificada de forma directa a menos que el 51% de los involucrados coincidan en el cambio.

BLOCKCHAIN Y LA LOGÍSTICA

La industria logística se ha desarrollado de tal forma que se ha transformado en un sector fundamental para la economía, lo cual ha obligado a todos los actores a estar atentos a los factores, herramientas y soluciones que puedan significar una mejora en la eficiencia de la operación.

Por eso, muchos creen que las empresas de logística y transporte, especialmente, están en un momento propicio para abordar proyectos de blockchain "con un enfoque integral y una aplicación progresiva", aseveró Fernando Cuenca, el director en prácticas digitales en Minsait, en la presentación del informe en noviembre de 2017, celebrada en la Feria Logistics & Distribution.

Según el experto, esta tecnología contaría con una gran capacidad transformadora en escenarios y procesos complejos en los que "varios actores tienen que confiar entre sí y colaborar, ya que aportan dos elementos esenciales para la transformación: más confianza y menos fricción, a la vez que pone el foco

sobre la privacidad de la información y el rendimiento".

¿Pero cuáles serían los aportes? Según las proyecciones sobre los efectos y beneficios que esta tecnología tiene en la industria logística (tras los primeros proyectos), los estudios internacionales hablan de que esta tecnología tendría un rol destacado en la trazabilidad, la transparencia y la confidencialidad que aportaría a las nuevas estrategias de gestión de las cadenas de suministro, tanto desde un enfoque más global de importaciones y exportaciones o relaciones entre cliente y proveedor hasta el reparto final en la distribución urbana de mercancías.

En el estudio de Indra se asegura que el ámbito de la logística y el transporte no es ajeno al desarrollo de iniciativas en torno a blockchain y aunque se encuentra en una fase inicial respecto a otros sectores, se empieza a observar una actividad relevante y la expectativa es que ésta se incremente en el corto plazo. Los autores afirmaron que, al día de hoy, se están llevando a cabo ya varios proyectos referentes al comercio internacional, el transporte terrestre de mercancías, la trazabilidad de producto o el reparto de "última milla".

"El potencial impacto de blockchain exige a todos los actores del sector un posicionamiento al respecto, así como una valoración rigurosa de las amenazas y oportunidades que puede introducir, para evitar quedarse al margen en la transformación del negocio, poder dar respuesta a los nuevos modelos que puedan surgir y definir un planteamiento estratégico que les permita obtener ventajas competitivas", plantea en el informe.

PROYECTOS PILOTOS

¿Qué iniciativas de aplicación de blockchain se están llevando a cabo en el sector logístico a nivel mundial? Tras

unos años de implementación en el sector financiero, a través de aplicaciones en distintas entidades bancarias, la industria logística ha vuelto su mirada a esta tecnología con la finalidad de incrementar su competitividad.

Según un sondeo realizado por Accenture el 90% de los bancos a nivel mundial está evaluando actualmente la implementación de esta tecnología, lo que refleja el crecimiento y desarrollo que ha tenido. De acuerdo al informe, estas organizaciones están estudiando esta nueva tecnología, debido a los beneficios que traería para el negocio. Sin embargo, los ejecutivos entrevistados en el estudio aseguraron que las principales barreras actuales para la adopción de blockchain son la regulación y el compliance.

En esta línea, el blockchain asoma como un facilitador y habilitador de la operación logística y que se suma a otras herramientas que buscan agilizar y optimizar la operativa de las empresas. Es así como entre los principales beneficios estaría lo que dice relación con el manejo de información, tales como la posibilidad de rastreo continuado de cada paso y transacciones del proceso logístico, así como de activos e inventarios.

Es una tecnología que ha revolucionado la transacción de datos y cuyos alcances aún se desconocen, pero se creó será una nueva forma de ver los negocios con un sellos en la seguridad y la confianza. Y es así, el por qué blockchain se ha transformado en una de las tecnologías más atractivas del último tiempo.

De acuerdo al informe de Indra, este modelo de tecnología se "presenta con capacidad para mejorar la eficiencia y reducir los costes en distintos ámbitos de operación. La utilización del registro inmutable y confiable de blockchain permite garantizar quién es el responsable en cada momento del bien transportado. Por otro lado, una mayor in-

tegración entre los participantes a nivel de stocks e inventario puede mejorar los procesos desde una visión más amplia, sincronizando y automatizando la relación entre flujos de inventario, flujos financieros y datos para conseguir una optimización a nivel de costes y una mejor evaluación de riesgos”.

A nivel mundial, y Chile no es la excepción, ejecutivos de la industria logística, del transporte y el retail ya hablan de esta tecnología y de sus eventuales aplicaciones, lo que permite deducir el rol que jugará esta aplicación en los próximos años, fundamentalmente, debido a las expectativas que genera en el sector en cuanto a su aporte y en cómo podría solucionar algunos problemas de la operación actual. De modo enfático el artículo “Cómo impacta el blockchain en la logística 4.0” sostuvo que el blockchain “no supone un cambio tecnológico profundo, sino que el verdadero cambio deberá partir de un cambio en la forma de llevar a cabo las

relaciones comerciales”. El artículo preparado por Indra ahondó en la aplicación de blockchain en el comercio internacional, asegurando en que “el comercio internacional de bienes implica complejas operaciones logísticas transnacionales en las que participan un gran número de entidades de todo tipo.

Además, junto con el movimiento de mercancías es necesario administrar flujos de información y dinero. La evolución a nivel de plataforma en este ámbito ha partido desde arquitecturas de servidor central, evolucionando hacia soluciones en la nube, y, al día de hoy, blockchain se presenta como un modelo de futuro prometedor que aporte descentralización, confianza y colaboración para potenciar la eficiencia en las operaciones. Un ecosistema basado en blockchain para la gestión de las transacciones de comercio internacional conectaría a importadores/exportadores, bancos, aseguradoras, operadores logísticos, autoridades y, en definitiva, a

todas las parte implicadas, pudiendo acelerar los procesos mediante la utilización de smart contracts en la gestión de operaciones (como pueden ser las actividades relacionadas con las cartas de crédito o los conocimientos de embarque). Una plataforma con estas características tendría capacidad de proporcionar, en virtud de las propiedades de blockchain, una operativa más ágil, menos costes, mayor transparencia, reducción de litigios (acceso a una fuente única de verdad) y una auditabilidad mejorada”.

Tras lo señalado y las diversas publicaciones y estudios podemos concluir que entre las ventajas del blockchain en logística están: mayor transparencia gracias al registro y recopilación de información; más seguridad en el sistema de encriptado que evita la manipulación de toda la información registrada y una mejor comunicación con el proveedor, el fabricante y con el cliente final. **LGI**

DANCO

BODEGAS DE ESTÁNDAR INTERNACIONAL

32,6 mts libres de pilares

Altura hombro 11 mts

Nuevo centro de distribución para arriendo y proyectos dedicados al interior de Parque Capital.

Fecha entrega próxima etapa:
Agosto 2017.



www.danco.cl / almacenaje@danco.cl / 2 2739 1027

PNDP

PROGRAMA NACIONAL DE DESARROLLO PORTUARIO INFORME ACCESIBILIDAD VIAL PORTUARIA 2017. ZONA CENTRO - SUR - PARTE II

54

¿Cómo han avanzado los proyectos de conectividad portuaria que han hecho parte de las discusiones de los principales actores públicos y privados del sector durante los últimos 4 años? La interrogante anterior encuentra respuestas a partir del Informe "Accesibilidad Vial Portuaria 2017" publicado por el Ministerio de Transportes y el Ministerio de Obras públicas que explica los avances en esta materia a nivel nacional..

A la presentación del informe, el Ministro de Obras públicas, Alberto Undurraga sostuvo que "queremos que nuestros puertos puedan tener una mejor accesibilidad y que esa accesibilidad respete y se integre al desarrollo de las ciudades y que de la misma forma esa mayor accesibilidad baje los costos y así nuestros puertos puedan ser más competitivos no solo para nuestros productores, sino que también para los productores de nuestros países vecinos".

Por su parte, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones ha enfocado sus esfuerzos para que la planificación de los sistemas portuario-logísticos se realice bajo una mirada sistemática y coherente, especialmente cuando se trata de puertos estatales cuyos servicios de transferencia, además de conectividad vial y ferroviaria, son de interés general en el país.

Siempre en esta línea, cabe destacar que el Ministerio de Obras Públicas sigue impulsando la "Agenda de Infraestructura, Desarrollo e Inclusión: Chile 30/30", lanzada en julio de 2014 por la Presidenta Michelle Bachelet, y cuyo fin está orientado a que el año 2030, el país se convierta en una nación de 30 mil dólares per cápita, con niveles de impulso similares a España y Australia.

En concordancia con lo señalado, el objetivo es que Chile sea la puerta de entrada y salida del Asia Pacífico hacia América del Sur, de modo que potenciar los puertos, su logística y conectividad vial es fundamental. A continuación presentamos la segunda parte y final del men-

tado Informe con los datos relativos a los puertos estatales de la zona Centro y Sur del país, detallando el estado de avance de cada proyecto acordado para cada puerto de cara a 2030.

V REGIÓN. AVANCE DEL PRINCIPAL ENCLAVE PORTUARIO

Con dos puertos representativos, Valparaíso y San Antonio, la Quinta Región es el enclave portuario más importante del país, adjudicándose el mayor volumen de transferencia de Teus a nivel nacional con un total de 14.585.556 (1° semestre de 2017).

Según el documento "Accesibilidad Vial Portuaria 2017", actualmente, la Terminal Portuaria de Valparaíso tiene en inventario 4 proyectos en evolución denominados: "Mejoramiento Accesibilidad Puerto de Valparaíso", "Acceso Nuevo Terminal Sector Yolanda", "Mejoramiento Y Habilitación R 60ch (La Pólvara)" y "Mejoramiento de Ruta 68". El primero de ellos: "Mejoramiento Accesibilidad Puerto de Valparaíso", tiene como objetivo dar solución al bloqueo en el acceso al terminal 1 y a la Interzona Muelle Prat, producido por el alto tráfico de camiones. Lo anterior implica un riesgo para las personas y un problema logístico en el flujo de vehículos de carga.

La solución propuesta para enfrentar dicha problemática se traduce en la construcción de una nueva estructura vial que incluirá 3 pistas de bajada y una 1 pista de subida en el acceso a los terminales. Además de la construcción de un paso vial soterrado con dos 2 pistas que permitirá la circulación de camiones y vehículos en el sector Muelle Prat.

Según detalla el Informe, el avance de dicho proyecto, cuyo ejecutor es la Empresa Portuaria de Valparaíso, se encuentra es estado de Estudio, tanto en materia de ingeniería de detalle (EID), como también en la Tramitación ambiental (TA). Según la planificación tentativa propuesta, la ejecución de las obras debería finalizar el segundo semestre de 2019.

El segundo proyecto en evolución, denominado: "Acceso Nuevo Terminal Sector Yolanda". Según, el documento, "la falta de capacidad vial del acceso actual a las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, sumado a la proyección de la actividad portuaria vinculada al proyecto Terminal 3 - Yolanda en el Puerto de Valparaíso, generaría la necesidad de

construir un acceso alternativo a la ciudad que permita segregar el flujo de camiones vinculados a la operación portuaria".

La solución propuesta para enfrentar dicha problemática se traduce en la construcción de un nuevo acceso a Valparaíso desde la Ruta 68 por la quebrada de Cabritería, que permita el mejoramiento de la conectividad y accesibilidad a la vía longitudinal costera (Av. España) y al futuro Terminal 3 - Yolanda.

Según detalla el Informe, el proyecto aún se encuentra en etapa de Financiamiento para estudio de ingeniería de detalle.

En tanto, el tercer proyecto en evolución, denominado: "Mejoramiento y Habilitación R 60ch (La Pólvara)". Establece la existencia de "riesgo de seguridad vial para la conducción de los usuarios de la Ruta 60 CH, también conocida como Camino La Pólvara, entre la Ruta 68 y el Puerto de Valparaíso, dado que es un camino sinuoso con marcadas pendientes y se generan de manera recurrente fenómenos de niebla densa".

La solución propuesta para enfrentar dicha problemática se traduce en aumentar el nivel de seguridad de la ruta, implementando diversas obras viales. Según detalla el Informe, el proyecto aún se encuentra en etapa de Financiamiento para estudio de ingeniería de detalle.

Finalmente, el cuarto proyecto en evolución, denominado: "Mejoramiento de Ruta 68", cuya problemática a resolver es la "congestión vial en la principal ruta troncal de acceso al Puerto de Valparaíso, Ruta 68, pro-

vocada principalmente por los vehículos livianos en los tramos Santiago - Túnel Lo Prado y Casablanca - Acceso a Puerto de Valparaíso", según establece el documento, se encuentra en etapa de Estudio de demanda y evaluación social. De acuerdo a la planificación tentativa, dicho proyecto debería ver la luz durante el segundo semestre de 2022.

SAN ANTONIO, MÁS PROYECTOS PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

Para el Terminal Portuario de San Antonio, en tanto, actualmente se encuentran vigentes 5 proyectos, denominados: "Mejoramiento de Vías Aledañas al Puerto"; "Construcción Conexión Vial Acceso Norte a San Antonio"; "Mejoramiento Acceso Sur del Puerto de San Antonio"; "Mejoramiento de Ruta 78" y "Mejoramiento de Ruta 66".

debido a la interacción entre flujos de camiones de aquellos que desean acceder a la zona de espera y los camiones que egresan del puerto". A partir de ello, se ha acordado la pavimentación de diversas vías aledañas al puerto; obras que aún se encuentran en búsqueda de financiamiento para su implementación.

En torno al segundo proyecto, denominado: "Construcción Conexión Vial Acceso Norte a San Antonio", el Informe establece que para acceder al terminal granelero del Puerto de San Antonio (Terminal Panul), los camiones deben transitar obligatoriamente por el centro de la ciudad, lo que implica "roses con los flujos urbanos y el transporte público". Por ello, se propuso la construcción de un nuevo acceso por el norte de la ciudad y mejoras en la geometría de acceso al estacionamiento del terminal Panul.

Actualmente, este proyecto se encuentra en Estudio de Ingeniería de detalle y se espera que la ejecución de obras finalice para el segundo semestre de 2020.

Para el tercer proyecto propuesto para el Puerto de San Antonio, denominado "Mejoramiento de Acceso Sur del Puerto de San Antonio", se propone la ampliación del acceso actual a tres pistas desde

Actualmente, el proyecto se encuentra en Estudio de demanda y evaluación social, mientras la construcción de obras asociadas a extensión de la concesión se espera para el segundo semestre de 2019. Finalmente, el quinto y último proyecto, llamado "Mejoramiento de Ruta 66", propone concesionar la Ruta 66 que actualmente es de tuición de la Dirección de Vialidad Regional. "El proyecto contempla el mejoramiento de la Ruta 66, desde su conexión en Ruta 5 (Pelequén) hasta el acceso al Puerto de San Antonio, con una longitud aproximada de 138 kms. Además, se plantea ampliar a segundas calzadas entre los sectores de Pelequén y Peumo, y una calzada bidireccional ya sea emplazada por la ruta actual o en variante, para el resto del trazado", establece el documento.

El proyecto se encuentra en Preparación de las bases de licita-

"El Informe establece que para acceder al terminal granelero del Puerto de San Antonio (Terminal Panul), los camiones deben transitar obligatoriamente por el centro de la ciudad, lo que implica "roses con los flujos urbanos y el transporte público".

56

El primero de ellos: "Mejoramiento de Vías Aledañas al Puerto", espera dar solución a la problemática que deviene del estado actual del acceso al sector sur del puerto. Según el documento, "si bien presenta un diseño de pavimento acorde al uso intensivo de camiones, las restantes vías que conforman la red de uso portuario presentan segmentos con pavimento de bajo estándar o simplemente sin pavimento. Más aún, existe un conflicto en la intersección Aníbal Pinto con Primero de Enero,

el empalme de la ruta 66 hasta el entronque entre el acceso al Puerto de Gran Escala y el acceso a los terminales actuales (PCE y STI). Actualmente el proyecto se encuentra en Estudio de Ingeniería Básica y se espera que el término de ejecución de obras finalice el primer semestre de 2020.

En torno al cuarto proyecto, denominado "Mejoramiento de Ruta 78", el proyecto propone extender por dos años la concesión de la Ruta 78 a cambio de construir terceras pistas entre los kilómetros 4,5 y 39,1. De esta forma se espera solucionar el problema de congestión vial que afecta a la ruta troncal del acceso al Puerto de San Antonio, en el tramo urbano de la ruta 78, comprendido entre la Autopista Central y Talagante.

ción, mientras que las expropiaciones y ejecución de obras de la concesión se esperan para 2021.

LOS PROYECTOS PARA EL SUR DE CHILE

Las propuestas de Accesibilidad Vial también se extienden para los puertos ubicados al sur del país, entre los que destacan las terminales de San Vicente y Puerto Montt.



Soluciones de almacenamiento que mejoran la rentabilidad de su bodega

Aumento de la productividad • Control de inventarios • Reducción de costos
Optimización del espacio • Flexibilidad • Alta rentabilidad



Especialistas
en ingeniería
antisísmica

Una solución para cada necesidad de almacenamiento

Racks para pallets • Estanterías para picking • Soluciones automáticas para pallets y cajas
Software de gestión de bodegas Easy WMS

Stock disponible - Entrega rápida

Calidad garantizada por
los certificados internacionales
más reconocidos

ISO 9001
ISO 14001
OHSAS 18001
BUREAU VERITAS
Certification



Para la terminal de la VIII Región, actualmente existen 2 proyectos en carpeta, denominados "Conexión Terminal San Vicente -Ruta Interportuaria" y "Gestión de Tráfico en Acceso al Terminal de San Vicente".

Para el primer proyecto: "Conexión Terminal San Vicente -Ruta Interportuaria", el documento establece que "la falta de conectividad entre el Terminal San Vicente y la Ruta Interportuaria obliga a que los camiones circulen por sectores residenciales del Gran Concepción, implicando una constante interacción con peatones, flujos urbanos y transporte público". Así, la falta de una adecuada conectividad vial limita la competitividad del Terminal de San Vicente. Entonces, el proyecto espera mejorar la accesibilidad al Terminal de San Vicente en dos tramos:

Tramo 1 o proyecto de conexión Ruta Interportuaria hasta la Ronda Cementos Biobío (1,9 Km), que considere una vía elevada sobre Av. Colón y vía férrea, bajando en calle Echeverría y manteniéndose a nivel en el resto del tramo; y el Tramo 2 o proyecto de mejoramiento tramo Ronda Cementos Biobío al Puerto de San Vicente (2,4 Km).

Actualmente, el proyecto está en la etapa de Coordinación para desarrollo, mientras que la ejecución de obras se espera para 2021.

El segundo proyecto para el puerto de San Vicente, "Gestión de Tráfico en Acceso al Terminal de San Vicente", en tanto, busca implementar diversas medidas de gestión de tráfico en el acceso al recinto. Según el documento, "el Terminal de San Vicente



está inserto dentro de una zona eminentemente urbana y comercial, generando que los camiones en el acceso al terminal experimenten roces con flujos urbanos y de transporte público. Más aún, el acceso al terminal ve limitada su capacidad producto de estacionamientos no regulados, una parada de transporte público y la circulación del ferrocarril en ciertos periodos del día".

En torno al estado del proyecto, éste se encuentra en proceso de Estudio de Gestión. Mientras que la ejecución de las obras se esperan para el primer semestre de 2019.

En tanto, para Puerto Montt el avance en los proyectos de vialidad es mayor, considerando que el primer proyecto, denominado: "Acceso a Terminal de Panitao", que estipulaba la construcción de una caletería en la Ruta 5 (al sur del enlace Trapén) que permitiera a los camiones recorrer los 600 km que separan el enlace Trapén del acceso a la Ruta V805, evitando así que los camiones con destino a Panitao desde Puerto, tuvieran que recorrer aproximadamente 14 km adicionales para utilizar un enlace de retorno, ya fue ejecutado.

En tanto, el segundo proyecto, denominado: "Acceso a Recinto Extraportuario Localizado en Sector de Trapén", está en etapa de Búsqueda de financiamiento para desarrollar estudio del impacto vial por parte de su ejecutor: Empresa Portuaria de Puerto Montt. Según el documento, el proyecto "busca implementar medidas de mitigación, previa realización de un análisis del impacto vial que generará la implementación de un recinto extraportuario en el sector de Trapén, con el objeto de cuantificar los costos/beneficios atribuibles al proyecto en términos de la circulación de camiones, en la vialidad de la ciudad de Puerto Montt". **LGI**



Linde High Lift Chile S.A.

Linde

Nueva generación de equipos Linde-ION



Linde High Lift Chile S.A.
Av. El Retiro 1251, Renca, Santiago
www.linde-hl.cl info@linde-hl.cl

¿Creceremos? Es la gran pregunta económica que se hace el mundo empresarial. Si bien, muchos actores del mercado hablan de un repunte macroeconómico de cara al 2018, el clima electoral reinante en estos meses pone un manto de duda sobre la reactivación de la economía. Cifras más o cifras menos, la duda está en qué sucederá en los próximos 12 meses.

PROYECCIONES

¿UN AÑO PARA LA ESTABILIDAD Y EL CRECIMIENTO?

Sin duda hablar sobre las proyecciones económicas para 2018 es complejo, ya que no sólo se trata de proyectar los índices macroeconómicos, considerando todos los factores que pueden influir, sino que es más difícil en esta oportunidad dado que es un año de elecciones presidenciales y eso deja un espacio para la especulación.

Para nadie es un misterio que la economía chilena ha vivido un periodo de contracción con situaciones que captaron la atención de expertos y analistas durante el último tiempo como 'síntomas' como la baja en el precio del cobre que se vivió en gran parte del año (en los últimos meses se registró una leve alza), la variación del dólar, las preocupantes cifras de desempleo, entre otras.

Sin embargo, finalizando el 2017 los analistas vaticinan una leve alza en las condiciones de la economía nacional, periodo que han denominado popularmente "tiempos de brotes verdes". Así lo dejó entrever la Presidenta

Michelle Bachelet, durante la presentación del Presupuesto Nacional 2018, el pasado 1 de octubre, donde anunció un incremento de un 3,9% para el próximo año.

La cifra anunciada por el Ejecutivo se ubica por sobre lo que esperaban economistas y parlamentarios de diferentes sectores, quienes especulaban con una cifra cercana al 3%. Al abrir el discurso, la Mandataria destacó la reactivación que ha experimentado la economía nacional durante los últimos meses y que sería el piso que permitió construir este presupuesto.

"Las señales son claras: lo vemos en el repunte del empleo asalariado y de las remuneraciones de los trabajadores, en el renovado interés de los inversionistas, en el alza sostenida de la confianza de consumidores y empresarios respecto al futuro del país, y en el fuerte incremento de la Bolsa que hemos visto estos últimos meses. ¿Qué significa esto, concretamente? Que las proyecciones económicas son alentadoras: el 2018 podríamos crecer el doble de los que crecimos el 2017", indicó Bachelet, denotando en sus palabras un claro optimismo a lo que vivirá la economía nacional en los próximos 12 meses.

¿CIFRAS DE CONFIANZA?

Tras informarse el IMACEC de agosto que registró un crecimiento de 2,4%, en comparación con el mismo mes de 2016, el ministro de Hacienda, Nicolás Eyzaguirre, sostuvo que "estamos un poco más allá de los brotes verdes, están las primeras

floremitas. Son muy robustas las señales". Para el ministro, la cifra "es interesante", sin embargo, llamó a que "nadie se asuste" ante el Imacec que se puede registrar en septiembre (considerando el feriado de fiestas Patrias), el cual podría reflejar una baja en el índice, lo cual no significa -a juicio del titular de Hacienda- "que la economía este desacelerándose".

Los comentarios y proyecciones de los actores económicos en Chile no se detienen. Por su parte, el presidente del Banco Central, Mario Marcel, consideró que la economía se va a ir acelerando a pasos crecientes. "Vemos hoy día que la actividad económica sigue acelerándose (...) tenemos velocidades positivas muy similares a las que hemos supuesto en nuestras proyecciones; por lo tanto, se va haciendo realidad, poco a poco, el crecimiento en el rango de 1,5% -1,75% para 2017 que el Banco Central planteó en el informe de Política Monetaria de septiembre", recaló Marcel.

Estas fechas son por siempre periodo de análisis. Cada uno de

los actores tiene su propia interpretación de las cifras. Sin embargo, lo importante de estos análisis es conocer cómo se vislumbra la economía para los próximos meses; conocimiento que permite diseñar los planes de inversiones, crecimiento y expansión para algunas empresas.

Con el fin de esclarecer algunos factores, en esta oportunidad, Logistec analizó los principales aspectos económicos a considerar de cara a la economía chilena 2018.

¿DE LA DESACELERACIÓN A LA REACTIVACIÓN?

Un conjunto de información económica abre la discusión acerca de si ya nos encontramos en un punto de inflexión en la actividad económica. En este análisis caben todas las cifras, todas las tendencias nacionales e internacionales y también caben todas las posturas y visiones económicas. Veamos qué resulta

de todo esto. De acuerdo al economista Manuel Rivera, profesor de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Central, las últimas cifras conocidas hablan de un repunte. "En efecto, si además del dato del repunte de la producción industrial consideramos la caída en la tasa de desempleo se refuerza la impresión de que podríamos estar en un quiebre de tendencia.

Según el académico, cabe preguntarse entonces si la desaceleración que hemos experimentado este último período está llegando a su fin y si estamos transitando hacia una recuperación de la economía. Para ello, Rivera analizó para Logistec algunas de las cifras.

Precio del cobre: En cuanto al precio del cobre se fue recuperando en el curso del año, podría estabilizarse, en un escenario optimista, en torno a US\$ 3,0 la libra. (Ver gráfico N°2). El que se mantenga en ese nivel depende principalmente de la recu-

peración que experimente la economía mundial. Si mantiene su recuperación China, y la economía global en general, el precio del cobre podría oscilar entre US\$ 2,6 y US\$ 3,0 la libra. Sin duda un precio de ese nivel, en los rangos más altos, constituiría un sustantivo aporte para la recuperación de la economía en su conjunto y un alivio para la política fiscal.

Tipo de cambio: Se observa un fortalecimiento de la moneda nacional hasta principios de septiembre. Luego de ello el valor de la divisa ha subido, llegando a cifras al borde de la \$641,00.

TPM estable: Se estima que la TPM se mantendrá estable en un 2,5% hasta el próximo año. En palabras del Banco Central, en su último comunicado, "se mantendrá en torno a sus niveles actuales y comenzará a aumentar hacia su nivel neutral sólo una vez que la economía empiece a cerrar la brecha de actividad". Economía global: La economía a nivel



FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE

DIPLOMADOS USACH

EN GESTIÓN LOGÍSTICA

ABASTECIMIENTO Y ADQUISICIONES

PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

INTEGRAL

VER HOY DONDE
QUIERES ESTAR
MAÑANA

OTROS DIPLOMADOS

- > RECURSOS HUMANOS
- > FINANZAS
- > GESTIÓN
- > MARKETING

www.diplomadosfaeusach.cl

2 20178 0853
2 20178 0793
diplomas@usach.cl

global mundial mantiene una recuperación gradual lo que lo puede redundar en un buen precio para los commodities. Estados Unidos mantiene una gradual recuperación, aunque los huracanes, que azotaron sus costas en septiembre pasado, le pasarán la cuenta en los meses que vienen.

Perspectivas para las empresas: Se está esbozando un cambio de tendencia el que señalaría el término de la desaceleración que hemos vivido hasta la fecha, el mismo no está plenamente consolidado, hay que seguir la evolución de las cifras más relevantes. Sin embargo, la probabilidad más alta es que la economía inicie una recuperación.

Finalmente, el economista y académico de la Universidad Central entregó un mensaje esperanzador de la economía nacional para el próximo año, apelando a una recuperación gradual de la actividad económica. "Se respiran aires primaverales, pero hay cautela, en otros periodos ha habido expectativas elevadas, y luego éstas se han frustrado. Basta recordar la discusión generada a propósito de los 'brotos verdes' en periodos anteriores. No obstante lo anterior, la probabilidad más alta es que se inicie una recuperación gradual de la actividad económica", concluyó Rivera.

LOS GREMIOS DE CARA AL 2018

Durante el seminario "Proyecciones Económicas Sectoriales 2018. ¿El inicio de un nuevo ciclo?, organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), seis gremios de los principales sectores de la economía nacio-

nal dieron a conocer su visión para el próximo año. Agricultura: Francisco Gana, gerente de Estudios de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), dijo no poder afirmar aún que el sector está en franca recuperación. El ejecutivo proyecta que el PIB silvoagropecuario del 2017 será de -0,8% y el 2018 de 2.7%. Para el 2018, Gana señaló que los cultivos anuales como trigo, maíz y papas se seguirán contrayendo y que la fruta va a experimentar un salto.

Comercio: George Lever, gerente de Estudios de la CCS señaló que el sector comercio espera alcanzar un crecimiento en las ventas de un 4% real en 2018, levemente superior al 3,9 estimado para 2017. La principal explicación proviene del consumo de bienes no durables, que luego de dos complejos años (2016-2017), con crecimientos en torno al 1%, mostrarían finalmente una recuperación hacia niveles cercanos al 3% en 2018. Las ventas de durables, en tanto, mantendrán un mayor dinamismo, pero desacelerándose hacia un 11% en 2018, luego del altísimo registro de este año (15,4%).

Industria: Rafael Palacios, director de Políticas Públicas de la Sofopa, explicó que para este año la institución espera un crecimiento del PIB de 1,5%. "Para el 2018 esperamos un escenario más optimista. Nuestros principales socios comerciales muestran señales favorables. Las expectativas de crecimiento de EE.UU. para este año serían superiores a las del año pasado, lo que sin duda dará un impulso al sector exportador de nuestro país.

Asimismo, China ha tendido a estabilizar su ritmo de crecimiento en algo menos de 7% anual, lo que se ha traducido en una mayor demanda por cobre, reactivando parte de proyectos de inversión en minería". En lo interno, agregó que las expectativas empresariales comienzan a dar señales de recuperación, aunque continúan en zona pesimista. Una política monetaria algo más expansiva debiera impulsar la actividad económica y -en particular- las exportaciones industriales, con lo que el crecimiento para el próximo debiera ser mayor a lo que vemos hoy.

Sonami: El gerente de Estudios de Sonami, Álvaro Merino, proyectó que el próximo año el sector minero crecerá un 6,0% con una producción de cobre cercana a los 5 millones 900 mil toneladas, un precio del cobre promedio anual entre 2,9 y 3,0 US\$/lb y exportaciones mineras por un monto de 42 mil millones de dólares. "El crecimiento de la in-

dustria minera se explica por la baja base de comparación y el relevante incremento en la producción de cobre, que este año cayó fundamentalmente como consecuencia de la huelga en La Escondida", precisó y agregó que "la minería será uno de los motores que impulsarán el crecimiento económico de Chile el año 2018, que en Sonami estimamos alcanzará un 3%", precisó Merino. Sin embargo, el ejecutivo advirtió que frente a estas proyecciones hay que tener una dosis de cautela.

Construcción: Javier Hurtado, gerente de Estudios Cámara Chilena de la Construcción, explicó que la construcción hoy es el 7% del producto nacional, el 8,4% del empleo nacional y el 64% de la Formación Bruta de Capital Fijo, donde un tercio de la actividad (33%) corresponde a vivienda y dos tercios (67%) a infraestructura. Explicó que, si bien la venta de vivienda acumula un avance de 15% a septiembre de 2017, debido a una débil base de comparación, los niveles de actividad se encuentran planos desde el cuarto trimestre de 2016 a la fecha.

La Banca: Carmen Gloria Silva, subgerente Asociación de Bancos e Instituciones Financieras, explicó que el crédito se ha estabilizado en torno al 3% y señaló que los créditos a grandes empresas fueron los que exhibieron sistemáticamente un menor dinamismo. Silva explicó que en la opinión, de al menos 20 bancos, las condiciones para prestar han sido más restrictivas, con una actitud de mayor precaución.

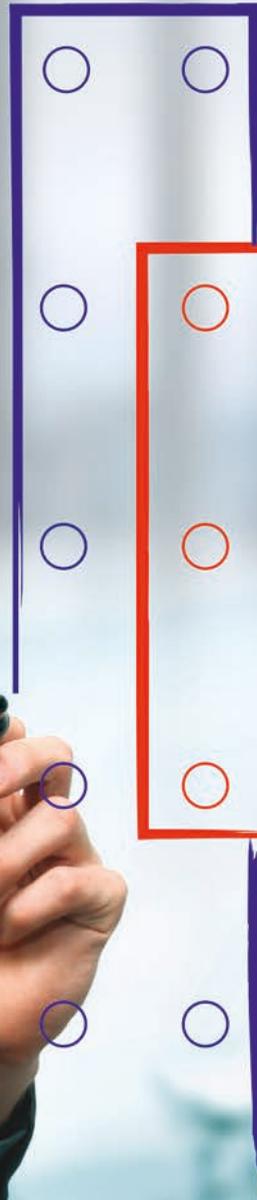
LGI



LA UNIÓN YA ES UN HECHO, AHORA SER LÍDERES DEL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL, NUESTRO OBJETIVO.

Esta unión convierte a SLI Tamegal en un referente en el mercado, por lo que queremos ser los principales actores de la industria de soluciones para el almacenaje y logística.

Buscamos dar un valor agregado distinto, siempre enfocado en proyectos que requieran ingeniería y servicio, donde los clientes cuenten con un socio estratégico que entienda sus operaciones y busque soluciones a sus requerimientos con productos de excelente calidad.



www.sli-tamegal.cl ventas@sli-tamegal.cl



AV. RÍO PALENA #9677, PUDAHUEL
PARQUE DE NEGOCIOS ENEA.
VENTAS: + (56-2) 2437 5198
CENTRAL: + (56-2) 2437 5170



AV. VÍCTOR ANDRÉS BELAUNDE 147,
VÍA PRINCIPAL 140, EDIFICIO REAL SEIS, PISO 7,
SAN ISIDRO/ LIMA - PERU
CENTRAL: + (5) 716-5926
FAX: + (511) 716-5626



AUNQUE LIDERA LA REGIÓN, CHILE SE ESTANCA EN EL LUGAR 33 DE COMPETITIVIDAD ¿Cómo enfrentará la nueva administración esta compleja tarea? Lo cierto es que los expertos diagnostican que esta labor supone un intenso trabajo a nivel político y un compromiso creciente a nivel privado y público. Así, superar las limitantes de la actividad económica en nuestro país es una tarea muy compleja y de largo aliento.

INFORME GLOBAL DE COMPETITIVIDAD DEL WORLD ECONOMIC FORUM (WEF 2017-2018)

Ad portas de la elección presidencial que decidirá el rumbo del país en los próximos 4 años, la última versión del Informe Global de Competitividad del World Economic Forum (WEF 2017-2018), dado a conocer en septiembre pasado por el Foro Económico Mundial y la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez, indicó que Chile se ubica en la posición 33 de un total de 137 países en materia de competitividad económica.

Si bien el país mantuvo la misma posición del año pasado y sigue liderando en la región, lo cierto es que los análisis tras el Informe no parecen ser alentadores, toda vez que el documento refleja cuatro grandes limitantes que, a juicio de los empresarios chilenos, dificultan el desarrollo de negocios en Chile: las restrictivas regulaciones laborales; la ineficiencia de la burocracia estatal; la inestabilidad política y regulaciones tributarias y tasas de impuestos; factores que constituirían el 70% de las trabas que afectan negativamente su capacidad de efectuar negocios en nuestro país.

LAS CIFRAS...

El informe destaca que pese a ser el país mejor posicionado de Latinoamérica, se mantiene bastante distante de la ubicación número 22 que obtuvo en 2004-2005. Así, el leve incremento en su puntuación respecto al año pasado -de 4,64 a 4,71 pun-

tos-, no se muestra alentadora. Si hablamos de las fortalezas, según el reporte éstas están radicadas en dos áreas: Desarrollo del mercado financiero (puesto 17) y Educación Superior y Capacitación (26). Por el contrario, 10 son los pilares en los cuales la posición relativa es peor que el ranking global. Así, entre las debilidades, sobresale negativamente, Salud y Educación primaria (66), Innovación (52) y Sofisticación de los Negocios (50).

Sin embargo, la peor noticia entregada por el reporte para Chile, tuvo que ver con el entorno macroeconómico, sector que de acuerdo al documento, por primera vez dejó de ser uno de los pilares que contribuían a mejorar la posición global del país, pasando del lugar 34 el año pasado, a la posición 36. Al quedar por debajo -en términos relativos- del índice global del país (33), este pilar pasó a ser considerado una debilidad (en la edición anterior, dicho pilar ocupaba el lugar 32 y la posición global de Chile era el 33).

En esta línea, cabe recordar que en el reporte de 2007-2008, el pilar macroeconómico del país en materia de competitividad, se ubicaba en el lugar 12 a nivel mundial, 24 lugares por sobre el nivel actual. ¿A qué se debe esta caída? Según el informe, la principal causa corresponde al balance presupuestario fiscal, que anotó un significativo retroceso de 20 posiciones respecto al año pasado, quedando en el lugar 60 a nivel global. Asimismo, en este mismo pilar, la tasa de ahorro nacional empeoró tres posiciones, alcanzando en esta oportunidad el puesto 73.

En tanto, la deuda pública registró una caída de 4 lugares, quedando en el lugar 12, que si bien sigue siendo una buena posición, está muy lejos del quinto puesto registrado en 2005. En esta línea, Chile mantuvo su lugar 23 en la calificación crediticia, a pesar del recorte de la nota soberana sufrida por las agencias S&P y Fitch.

LA MIRADA DE LOS EXPERTOS

Durante la presentación de las cifras, Alfredo Moreno, Presidente de la Confederación de la Producción y de Comercio, expuso que la productividad es uno de los factores que haría la diferencia en el proceso de reactivación que el país requiere.

Según Moreno, "Estos informes nos permiten preguntarnos si estamos siguiendo o no por ese ca-

mino que durante tanto tiempo nos dio buenos resultados. (...) Lo que vemos en materia de inversión no es alentador si seguimos la estimación para los próximos 4 años que predice una caída en la inversión. (...) La confianza empresarial del sector privado y los consumidores está bajo los 50 puntos es decir estamos bajo el índice pesimista que se arrastra durante un largo periodo”.

Para el experto, si bien las expectativas son cada vez más bajas, “Chile sí puede. Sí podemos cambiar la situación que vivimos y progresar”. En esta línea, la productividad tiene un papel central. “La productividad se ha estancado e incluso hemos tenido productividad negativa y eso hace que las perspectivas de crecimiento sean mucho más bajas. Ser más productivo es fundamental para el crecimiento del país”, expresó Moreno, siendo el desarrollo de Capital Humano una de las fórmulas para el crecimiento de este índice.

“El desarrollo del Capital Humano, es uno de los elementos a trabajar para elevar los índices de productividad, una tarea donde el sector privado puede ser un aporte importante”, expresó Moreno. Y es que, según el experto, una de las debilidades más evidentes en torno a la formación de Capital Humano tiene relación con la base académica y la pertinencia de lo que se enseña en las aulas versus los conocimientos que se requieren en el mundo laboral.

La existencia de coherencia y pertinencia entre lo que requiere el mundo laboral y los contenidos académicos que se enseñan en las aulas, según el experto, es muy baja; a lo que se agrega –por ejemplo- el que las tecnologías cambian a una velocidad vertiginosa y las personas no tienen la capacidad de ponerse al día en forma rápida. ¿Cómo se supera esta brecha? Desde lo académico. “Necesitamos un sistema educativo que reconozca esta problemática. (...) Siendo parte de la solución la educación conjunta entre el mundo laboral y el mundo académico para que esa formación sea de excelencia. Juntar ambos mundos es un tremendo beneficio”.

A partir de las cifras, el Presidente de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), Fernando Larraín, también hizo su propio análisis, poniendo énfasis en las brechas que Chile mantiene con los países de referencia como Nueva Zelanda –que han aumentado en el sentido negativo- y el estrechamiento de las brechas respecto de aquellos países con los cuales existía más distancia, entre ellos Perú. Con ello se manifiesta un evidente estancamiento. “En términos generales estamos estancados y aumentando brechas respecto a países con los cuales nos queremos asimilar y disminuyéndolas con aquellos países menos competitivos de la región” sostuvo Larraín, siendo “estos rankings una oportunidad para poner en el debate público temas que son bastante invisibles y que explican este fenómeno”.

Según Larraín, existen dos factores que viene a explicar las 4 principales trabas que afectan negativamente la capacidad del empresariado para efectuar negocios en nuestro país y que a su vez generan el estancamiento que se evidencia. En esta línea, cabe recalcar que dichas trabas son: Las restrictivas regulaciones laborales; la ineficiencia de la burocracia estatal; la inestabilidad política y regulaciones tributarias y tasas de impuestos.

Así, el primer factor expuesto por el Presidente de la Sofofa es “la mala calidad de políticas públicas que se están generando en el proceso político en el último tiempo”, lo que se explica por varios elementos, entre ellos: El frenesí legislativo. “Todo problema se enfrenta con una nueva legislación y cuando se hace una nueva ley no se revisa la coherencia con legislaciones vigentes y se generan problemas”, expresó al respecto Larraín.

“Estamos en el último lugar de la OCDE en el concepto de Evaluación de Impacto Regulatorio Exante y Expost, eso dice relación con el proceso de formulación de políticas públicas. Más allá de la orientación de dichas políticas. Es legítimo que un sector político promueva una mayor recaudación de impuestos, pero lo que no

es razonable es que no se discuta y que no haya un proceso establecido e institucional, un derrotero a través del cual se expone el diseño de esa política pública a la participación de múltiples actores. (...) El proceso de formulación de políticas públicas se ha deteriorado”, sostuvo el Presidente de Sofofa.

Por ello, es fundamental incorporar la cultura de evaluación de impacto regulatorio ex ante y ex post en el proceso de formulación de políticas públicas.

El segundo factor expresado por Larraín dice relación con: “El deterioro de las resoluciones del Estado en distintas materias”, lo que según Larraín “también se han deteriorado”. Así, “la subjetividad de la autoridad afecta a la inversión. Imaginemos lo que es para un inversionista enfrentarse a la imprevisibilidad. Hoy no se sabe en qué etapa del proceso prevalece tal o cual criterio. Un inversionista enfrentado al Estado tiene muy pocas oportunidades de discernir con claridad y precisión cuales son los criterios que prevalecen y el Estado de Chile no ha sido capaz de aclarar cual o tal criterio prevalece”.

LIDERAZGO REGIONAL

Si bien Chile no registró un avance en el ranking, sigue siendo el mejor país posicionado de Latinoamérica, seguido por Costa Rica (47), Panamá (50), México (51) y Colombia (66). Este último rompió la tendencia positiva que mostraba desde hace algunos años, cayendo cinco posiciones en la presente entrega.

Por su parte, Perú sufrió también una caída de cinco posiciones en el ranking de este año, descendiendo a la posición 72, afectado por el impacto de los escándalos de corrupción observados en el último año, de acuerdo al reporte. **LGI**

La no discriminación se ha transformado en una bandera de lucha para una sociedad como la chilena y hoy la mirada está puesta en la inclusión laboral de personas con discapacidad, a través de la promulgación de la Ley 21.015 que impulsa a las empresas a sumar a estos nuevos trabajadores. Cómo la industria logística puede responder a este llamado, es lo que buscamos conocer en esta oportunidad.

LEY DE INCLUSIÓN LABORAL

¿TENEMOS UNA CULTURA LABORAL Y ORGANIZACIONAL INCLUSIVA?

La logística necesita de todos y todas. Bajo esta premisa, la recién promulgada ley de inclusión laboral o Ley 21.015 cobra relevancia para una industria en constante desarrollo como ésta y con actores de envergadura, por lo que es importante conocer las implicancias de esta nueva normativa.

Esta iniciativa se comenzó a gestar tras la ratificación que realizó Chile de la Convención Internacional de Derechos de las Personas con Discapacidad, el año 2008, según la cual los países reconocen el derecho al trabajo de las personas con discapacidad en igualdad de condiciones con los demás y se comprometen a proveerles y salvaguardarles en el ejercicio pleno de este derecho.

A más de nueve años de eso, el país hoy cuenta con una nueva ley de Inclusión Laboral que exige –entre otras cosas- la reserva del 1% de empleos para personas en situación de discapacidad, en empresas públicas y privadas con 100 o más trabajadores y trabajadoras. Se espera que esta iniciativa entre en vigencia a más tardar en diciembre de este año, lo cual va en la línea de la no discriminación, equidad y protección social.

“Ponemos otro ladrillo en el sistema de protección social que construimos día a día, abriendo oportunidades laborales para quienes tienen que hacer un esfuerzo mayor para surgir”, recalcó la Presidenta



Michelle Bachelet, durante la promulgación de la ley. La importancia de este nuevo estatuto radica en las cifras de discapacidad en Chile. De acuerdo al II Estudio Nacional de la Discapacidad, 2015, del Ministerio de Desarrollo Social, el 20% de las personas de 18 años o más (más de 2 millones 600 mil) se encuentran en situación de discapacidad, de las cuales solo el 39,3% tienen empleo. Con la nueva ley se proyecta habilitar hasta 27.500 cupos laborales; cifra no menor en un mercado como el chileno. De acuerdo a las primeras estimaciones serían cerca de 7600 las empresas que deberán cumplir con esta norma.

EL DETALLE DE LA NUEVA LEY

Cuando más de 2 millones de chilenos con discapacidad se enfrentan a la tarea de encontrar em-

pleo el camino es indudablemente más complejo y requiere de mayor esfuerzo por parte de los postulantes. Esta legislación busca ayudar y resguardar las condiciones donde se desenvuelven estos trabajadores, apostando por la inclusión en la vida laboral.

Entre los aspectos más destacados de esta normativa se encuentran:

■ Una reserva de empleos del 1% para personas con discapacidad o asignatarias de pensión de invalidez de cualquier régimen previsional, en organismos públicos y empresas con 100 o más trabajadores.

■ Respeto a la dignidad de las personas con discapacidad, permitiendo que accedan a una remuneración más digna con la base del sueldo mínimo.

■ Se prohíbe toda discriminación hacia personas con discapacidad. A modo de desglose de los puntos an-

terior, podemos señalar que para la inclusión de las personas en situación de discapacidad, las instituciones deberán tomar las medidas necesarias para la ejecución del trabajo. Pero de no poder dar cumplimiento de forma parcial o total a la ley 21.015, la organización deberá informar a la Dirección del TRABAJO, quienes analizarán como excusas válidas aquellas relativas a la naturaleza de las funciones, no contar con cupos disponibles en la dotación del personal o falta de postulantes con requisitos solicitados.

Esta ley permite además que se celebren "contratos de aprendizaje" hasta los 28 años de edad. Se entiende como contrato de aprendizaje a la obligación de una empresa de enseñar a un aprendiz por cuenta propia o a través de un tercero los conocimientos y habilidades de un oficio calificado dentro de un tiempo determinado. Y la contraparte, cumple y trabaja mediante una remuneración acordada. No obstante, uno de los puntos fundamentales de

esta nueva disposición dice relación con la prohibición a todo actor de discriminación arbitraria por motivos de raza, etnia, situación socioeconómica, idioma, sexo, orientación sexual, identidad de género, estado civil, edad, filiación, enfermedad, apariencia personal, ideología u opinión pública, discapacidad, religión o creencia, pertenencia o no a un sindicato u otra organización gremial.

Entre quienes han aplaudido esta nueva normativa surge la convicción de que estas medidas permiten implementar una nueva mirada hacia una realidad presente en el país de cara al reconocimiento de las capacidades y habilidad de personas con situación de discapacidad, asumiéndolos y reconociéndolos como sujetos de derecho.

ÉXITO DE INCLUSIÓN

Constanza Tellez, Gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de SMU,

Servicios de Escoltas a Transportes de Cargas Valoradas y Transportes en Vehículos Blindados

Experiencia Nacional e Internacional, con medios técnicos y electrónicos de última generación para el Transporte y Acompañamiento de mercancías valoradas en el Área Metropolitana, regiones y países vecinos.

- > Transportes de cargas valoradas en camiones blindados con seguros de carga y responsabilidad civil.
- > Servicios de escoltas y acompañamiento a transportes de cargas valoradas en carreteras.
- > Servicios de transporte y acompañamiento de cargas IMO.

www.paulsentransportes.cl



Paulsen Transportes • Chopin 3220 - Metro Estación Rodrigo de Araya
San Joaquín - Stgo. Chile - Teléfonos: (56)(2) 22512 2030 - 22205 5691



Nuevo servicio de camiones blindados

empresa que ha logrado un reconocimiento en la industria por sus políticas de inclusión, analizó los alcances de esta nueva normativa y los beneficios que estas iniciativas han tenido en su compañía. Aquí la experiencia de SMU:

“Desde 2012 comenzó el programa de inclusión laboral, ya que nos parecía que éste era un tema básico dentro de las organizaciones. Comenzamos a empujar este ‘carro’ como empresa y decidimos incluir a personas con discapacidad a nuestra operación, porque SMU tiene realidades distintas que representan a la variedad de familias chilenas; y ésta era una de ellas”, recordó Constanza al analizar los motivos de incursionar en esta política empresarial que ha llevado a que actualmente la empresa tenga más de 220 colaboradores en situación de discapacidad, a lo largo de Chile, en distintas funciones, en sus más de 500 locales.

Actualmente, tras más de cinco años desde el inicio de este programa –a juicio de la ejecutiva- ya es “parte de los ejes de la compañía con una mirada sostenible y de largo plazo. Hoy la inclusión es parte de los ejes estratégicos de la empresa y eso muestra, por un lado, el compromiso de SMU y el éxito de esta iniciativa”.

Según Constanza la importancia de estas políticas de inclusión laboral radican fundamentalmente en el porcentaje de la población chilena que tiene algún grado de discapacidad, lo que hace indispensable como sociedad abrir las compañías a esta realidad y fomentar las posibilidades de trabajo de este grupo.

“Para comprobar que esto era un tema relevante para la compañía, decidimos ponerle números a esta situación. Realizamos un estudio de rotación laboral que nos dio como resultado que las personas sin discapacidad rotan seis veces más que una persona con discapacidad. Además, los colaboradores en situación de discapacidad faltan y presentan menos licencias médicas; rompiendo el mito y los temores que se han generado en Chile, relaciona-

do con el rendimiento, la asistencia y el uso y presentación de licencias médicas. Finalmente, en términos de negocio es beneficioso para las empresas y eso, para nosotros, ha sido un gran aprendizaje”, comentó la ejecutiva de SMU.

Los números del estudio realizado por la cadena de supermercados no sólo reflejaron el compromiso de los “nuevos colaboradores” con la empresa, sino también arrojó resultados positivos en cuanto a la productividad que ellos tienen en sus funciones. Es así como se descubrió que la productividad de este grupo de funcionarios, en 6 de los 21 cargos, alcanza entre un 90% y un 100%.

De un punto de vista más humano, la inclusión laboral ha desarrollado una valoración de la independencia que les entrega a estas personas un empleo del punto de vista económico y sobre todo social. “Esta es una cultura de la organización que nos enriquece a todos”, recaló Constanza. En cuanto a la entrada en vigencia de la nueva ley, la ejecutiva aseguró que hubiese preferido que este tema se abordara desde las empresas por convicción y no por la obligación de cumplir una ley. Sin embargo, valoró el que “se vayan abrir un número importante de ofertas de trabajos que permitan a las personas con discapacidad desarrollarse laboral, social y económicamente”.

A reglón seguido, llamó a las empresas a “implementar esta ley de forma correcta y que no lo hagan por cumplir una normativa solamente, sino porque realmente saben lo que significa dar una oportunidad de trabajo y desarrollo a una persona que lo necesita, siempre en su ámbito. No contratar por contratar”.

En esta línea, Constanza agregó que “para alcanzar una verdadera inclusión de personas en situación de discapacidad (PesD), las compañías deben desarrollar políticas claras que las guíen en la implementación de una correcta identificación de cargos, selección de personal, capacitación de la PesD y su entorno, hacer seguimiento, es-

tablecer metas claras y evaluar su desempeño. En materia de contratación, sueldos y beneficios; éstos deben ser acordes a su cargo y con las mismas condiciones. Sólo así, lograremos un verdadero cambio cultural y social que nos llevará hacia el desarrollo como país”.

NO HAY QUE TEMER A LEY

Muchas empresas han manifestado su temor a los cambios que esta normativa pueda generar; tanto del punto de vista de la inversión en infraestructura como en los cambios en la gestión del personal. Sin embargo, Fernanda San Martín, directora de Gougain Arquitectos e integrante de la comisión de discapacidad de la Sofofa, llamó a las empresas a dimensionar los reales beneficios que la inclusión aporta al funcionamiento de las compañías y sus equipos.

La ejecutiva, quien también se desempeña como docente en Accesibilidad Universal en la Facultad de Arquitectura de la Universidad Central, aseguró que todas las modificaciones, mejoras, ajustes y adecuaciones, deberán abordarse considerando criterios y diseños de accesibilidad universal, previo una evaluación de accesibilidad a las condiciones actuales de infraestructura, donde se hace imprescindible además entender la naturaleza de las funciones que se desarrollan en las empresas, lo que permitirá entender de manera integral los planes de intervención, priorizando así las intervenciones más urgente y de las que se realizarán a futuro.

Otro aspecto a considerar, es la estrecha relación que existe entre la nueva Ley de Inclusión y la Ley de Accesibilidad Universal (Ley 20.422), la cual aborda todos los ámbitos de acción del Estado en cuanto al acceso que las personas con discapacidad tengan a la salud, la educación, el trabajo, entre otras áreas. En esta línea, Fernanda enfatizó en que no se puede pensar en inclusión sin contemplar los temas de accesibilidad. **LGI**



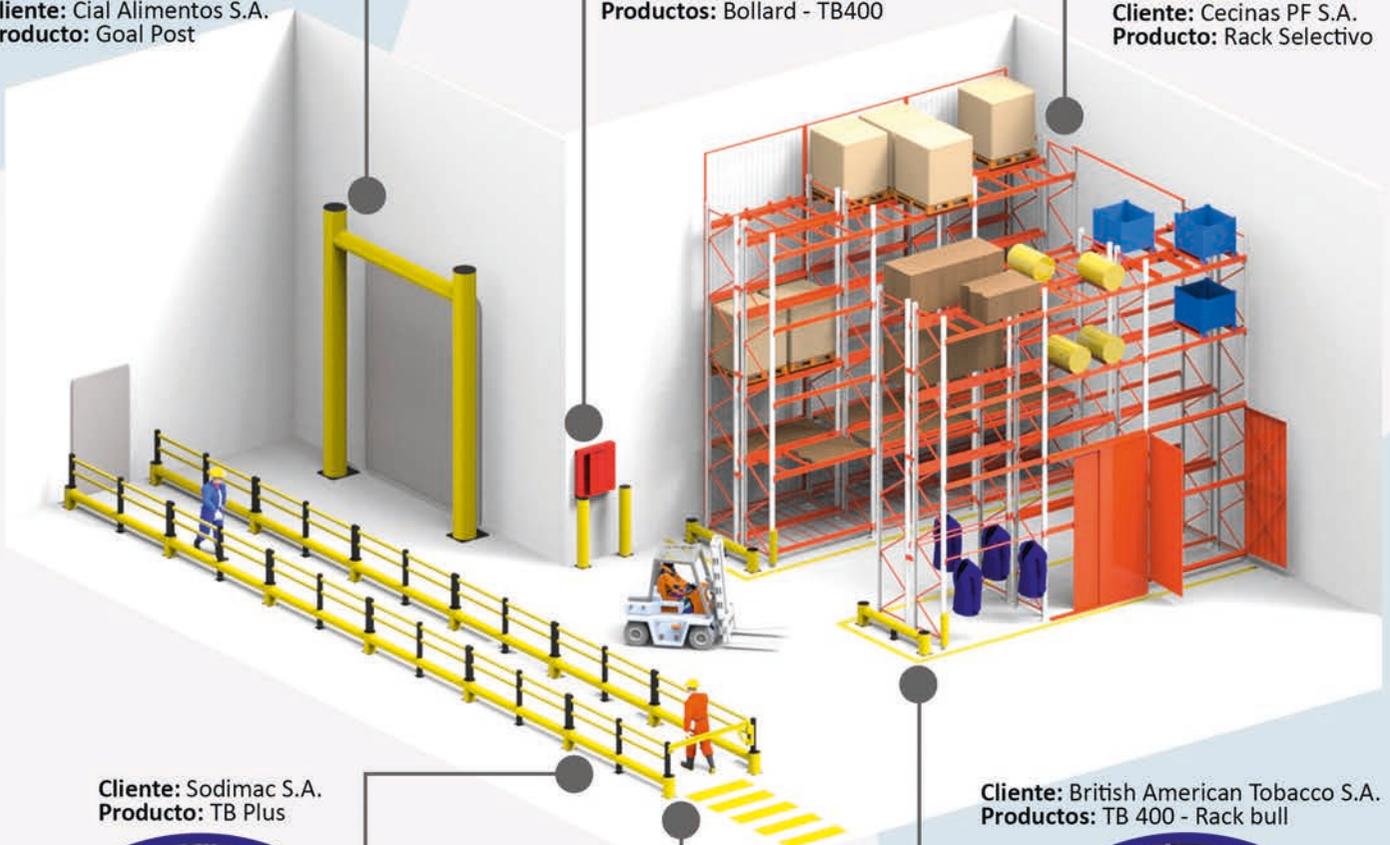
Cliente: Cial Alimentos S.A.
Producto: Goal Post



Cliente: Soprole S.A.
Productos: Bollard - TB400

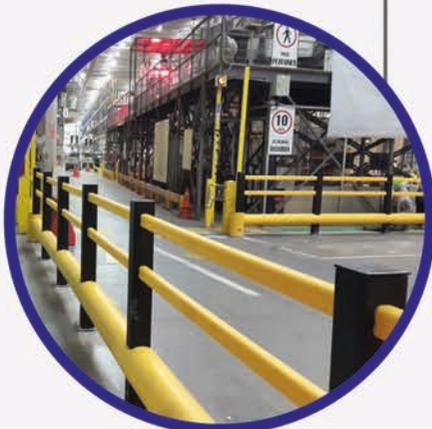


Cliente: Cecinas PF S.A.
Producto: Rack Selectivo



Cliente: Sodimac S.A.
Producto: TB Plus

Cliente: British American Tobacco S.A.
Productos: TB 400 - Rack bull



Cliente: Soprole S.A.
Productos: Cinta Delimitadora - TB Plus - Puerta



**“EL FUTURO DE LA
LOGÍSTICA YA ESTÁ EN
NUESTRAS NARICES”**

Ricardo Jungk

Ricardo Jungk, ingeniero civil Industrial de la Universidad Adolfo Ibañez y Master en Logística y Cadena de Abastecimiento en Heriot Watt University UK, se ha desempeñado por más de 15 años en áreas de lógicas y cadena de abastecimiento de importantes empresas nacionales y multinacionales.

A lo largo de su experiencia, Ricardo se ha posicionado como un destacado ejecutivo de la industria con conocimiento en la operación de las grandes cadenas de Supermercados, oportunidad en que ha diseñado, liderado y gestionado estrategias lógicas.

Queremos conocer la opinión de Ricardo Jungk, quien actualmente se desempeña como gerente de Abastecimiento de Supermercados Tottus, sobre el actual escenario de la industria y sus próximos cambios.

¿Cómo definirías hoy a la industria de los Supermercados? En Chile el nivel de penetración de los supermercados (canal formal) es alto, en torno al 60%, logrado por el desarrollo de diferentes formatos que se han adaptado a las realidades demográficas y económicas, destacando el crecimiento de mayoristas y el de tiendas de conveniencia. Chile presenta la penetración del canal formal más alta de la Región, sin embargo, aún está lejos de Europa (88%).

¿Cuál es el estado de la logística de los supermercados? Los supermercados en Chile, 20 años atrás, lideraron la logística, centralizando proveedores haciendo uso de CD. Luego, al poco tiempo, la industria farmacéutica entro al mundo de la automatización levantando la barrera y al mismo tiempo las tiendas de departamento siguieron este camino, generando procesos automatizados para distintas líneas de productos (colgado). Hoy, éstas están pegando un nuevo salto de automatización gatillado por el crecimiento de las ventas online y la amenaza de la llegada de los grandes Ecommerce mundiales.

¿Cuáles son los desafíos que se vienen en la industria? El desafío es el Ecommerce y para el caso de los supermercados la complejidad adicional es la administración de una cadena refrigerada altamente sensible y perecible. Aún los niveles de servicios alcanzados son bajos y el público local aún no logra un nivel de satisfacción superior al de la venta tradicional.

¿Cuál es la clave para enfrentar los próximos cambios? El operador que tenga la logística más robusta -que le permita cumplir una promesa de servicio confiable, rápida y económica- será el que tome ventaja en esta carrera. Para el caso de Chile con su complejidad de cobertura nacional da una ventana de ventaja a los operadores locales, que ya han construido sus redes.

¿Quién es hoy el profesional logístico? El profesional logístico está cambiando, en otras palabras, se está adaptando. La velocidad del Ecommerce más la globalización de éste con las amenazas de grandes players globales ha puesto a la logística en la vitrina principal con una participación clave y estratégica dentro de las compañías, forzando a los logísticos a un rol de cambio que involucra flexibilidad, rapidez e innovación para lograr enfrentar un futuro que ya está en nuestras narices.

La logística tiene que ir a lo menos 5 años adelantados, lo que en el escenario actual es todo un desafío. Por lo anterior, un equipo logístico debe ser capaz de soportar el día a día y a su vez trabajar el futuro, informándose, explorando y desarrollando planes y proyectos para no quedarse atrás y mantener su organización competitiva.

¿Qué piensas de cada uno de los conceptos?

Automatización: Velocidad y Certidumbre

Implementación Tecnológica: Clave para competir

Retail: En transformación

E-commerce: En fuerte crecimiento

Calidad de servicio: Diferenciador

'Nuevo Consumidor': Tecnológico e Infiel

Disrupción, Transformación, Mutación, ¿con qué adjetivo calificaría el impacto del e-Commerce en la operativa logística? Con los tres. El E-commerce está cambiando completamente al retail y una prueba clara se puede ver en EE.UU. donde las tiendas de departamentos tradicionales cierran tiendas y un Amazon gana participación de mercado.

¿Cuál será el futuro de la industria? Al igual que la tendencia mundial, la industria se profesionalizará cada vez más he irá generando especialistas de cara a las necesidades de cada negocio en la que participen, donde el factor común será la velocidad y la flexibilidad, principalmente, gatillada por la rápida evolución del Ecommerce.

Los buenos resultados y las proyecciones de crecimientos son los principales motivos por los cuales el Grupo Prisa concretará uno de sus hitos más importantes: la construcción de su nuevo y moderno Centro de Distribución, proyecto que verá la luz este 2018 y que busca convertirse en el soporte que permita a la empresa seguir creciendo y consolidarse como el líder, a nivel nacional, en la comercialización de insumos de oficina.

PRISA EL GRAN PROVEEDOR DE LA INDUSTRIA CHILENA QUE BUSCA CRECER CON SU NUEVO CD

Chile era gobernado por Patricio Aylwin, se vivía también el apogeo de la apertura económica, las alegrías futboleras tras el triunfo de Colo Colo en la Copa Libertadores, se disfrutaba de las emblemáticas teleseries de TVN y programas familiares como Video Loco o Maravillozoo, llegaban las grandes cadenas de comida rápida, nos sorprendíamos con el concierto del Rey del Pop, Michael Jackson y el boom de los grandes centros comerciales. Así era el Chile de la década de los 90, una etapa de cambios y también de cimientos de lo que es hoy el país.

Para dicho periodo, Chile se presentaba al mundo como una nación ordenada, estable a nivel económico y político; y segura; atributos que fueron los principales impulsores de la llegada de capitales y empresas extranjeras al país; liderado por empresarios que vieron en Chile la posibilidad de iniciar una exitosa nueva etapa comercial.

Este fue el caso de Rodrigo Restrepo, empresario colombiano que arribó a Chile junto a su familia, a inicios de los 90 en busca de la seguridad y tranquilidad que no disfrutaba en el país cafetero, convulsionado por los efectos del narcotráfico y por la poderosa figura de Pablo Escobar, muerto en 1994.

A más de 25 años de su llegada a Santiago, Rodrigo Restrepo se ha convertido en un destacado empresario, propietario del Grupo Prisa. Con la palabra Proveedor en la mente, el ejecutivo comenzó este camino tras la compra en 1994 de Proveedores In-



tegrales PRISA S.A, una pequeña distribuidora de artículos de oficina, ubicada en la comuna de Santiago, propiedad entonces de la familia Yarur.

El ejecutivo recuerda sus inicios en la localidad colombiana de Don Matías, donde comenzó vendiendo en una bicicleta. Entre risas cuenta que la distribución ha sido siempre lo suyo. Actualmente en Colombia, el empresario cuenta con 28 empresas con un enfoque en la distribución de productos.

Con la misión de convertirse en la empresa líder en la comercialización de suministros para la oficina, con un importante sello en la logística y distribución diaria de miles de pedidos, Prisa comenzó a crecer y fue así como desde 2000 arribó a la comuna de Cerrillos, donde se ubican las actuales oficinas y Centro de Distribución de la compañía.



**CENTRAL
BODEGAS**

Soluciones a la medida de cada empresa.

ESPACIOS PARA BODEGAJE



LA VARA
SAN BERNARDO



CASAS VIEJAS
MAIPÚ



LA CAPILLA
SAN BERNARDO



MILAGRO DE NOS
SAN BERNARDO

3° ETAPA EN CONSTRUCCIÓN



ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



11 AÑOS DE EXPERIENCIA · 120.000 M2 EN ARRIENDO

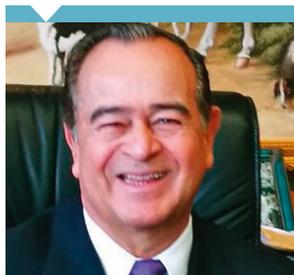
Fono: 2 - 2 726 29 00 · contacto@centralbodegas.cl
www.centralbodegas.cl

DISTRIBUIR: LA CLAVE DEL ÉXITO

De acuerdo al Gerente General de Prisa, el éxito y crecimiento que ha sostenido la empresa se ha dado gracias a que “hacemos lo que sabemos” y agregó que desde 1994, fecha en que adquirió la compañía, “comencé a hacer lo que sé: distribuir y hacer volumen”.

Restrepo adquirió la empresa que dio origen a Prisa por \$1 millón inicial y luego \$1 millón mensual por 50 meses. Entonces, la firma tenía ventas por \$50 millones mensuales y 60 empleados. Más de veinte años después, las ventas de Prisa y sus filiales superarían los 300 millones de dólares, con una infraestructura de más de 100 mil m² de bodegas, 2 mil trabajadores y surten más de 4 mil pedidos diarios. “Al principio enviábamos un camión, por ejemplo, a Antofagasta y no ganábamos por los costos que eso significaba; pero ahora por el volumen que manejamos es distinto”, comentó Restrepo.

Rodrigo Restrepo
Gerente General
Prisa



Los números hablan por sí solos del posicionamiento de Prisa. 200 proveedores activos, 15 mil ítems de productos y más de 25 mil clientes a nivel nacional son sólo algunas de las cifras que hacen atractiva la operación de este proveedor integral

de artículos de oficina, aseo, cafetería, iluminación, abarrotes, etc., y reflejan el rol que cumple la distribución en su éxito.

“Comenzamos con cerca de 50 empleados y hoy somos más de 2 mil trabajadores. Como empresa tenemos la característica de ser una compañía con un sello familiar, ya que -a nuestro juicio- esta política genera lealtad con la empresa por parte de nuestros colaboradores”, destacó.

Dada la historia personal de Restrepo se ha instalado en Prisa una cultura multiplural. “Tenemos cerca de 800 trabajadores colombianos, haitianos, venezolanos y desde luego más de la mitad de chilenos”. En cuanto a la misión que plantea la compañía, Rodrigo destacó que “atendemos las necesidades

del cliente. Tenemos clientes pequeños, medianos y grandes; y eso nos caracteriza y nos entrega una particularidad a nuestro trabajo, ya que contamos con pedidos de mil pesos hasta millones de pesos y todos son importantes y deben llegar a la puerta del cliente”.

Para lograr dicho cumplimiento, la empresa cuenta con 300 vehículos con los que atiende a todo Chile, independiente del volumen y valor del pedido. Una de las modalidades que el ejecutivo diseñó para responder al crecimiento y la demanda de los clientes fue la creación de otras compañías “hermanas” o filiales de Prisa.

“Dado el crecimiento de Prisa creamos Prilogic que atiende a los bancos y farmacias con una instalación de 10 mil m² para abastecer a 40 grandes clientes. Además, teníamos muchos clientes de colegio, almacenes y negocios a lo largo Chile y no podíamos responder y para eso surge Surtiventa que cuenta con vendedores en terreno que lo diferencia de Prisa. Luego nació PriSur (Temuco) para atender a los clientes de Chillán a Chiloé, aunque si el cliente le compra a Prisa también lo abastecemos desde acá. Finalmente, inauguramos PriNorte que abastece desde La Serena a Antofagasta y que atiende entre otras cosas las necesidades de la industria minera”, detalló.

¡LA CASA QUEDÓ CHICA!

Si bien, el Grupo cuenta con cerca de 100 mil m² de bodega a nivel nacional, la operación de Prisa requiere de mayor espacio. “Hoy en día, para abastecer la operación hemos tenido que sumar – a nuestra bodega principal, ubicada en calle Las Rozas- otras instalaciones que alimentan y ayudan al trabajo de Prisa, lo que no es lo más óptimo del punto de vista operativo”.

Gracias al crecimiento y el respaldo financiero, la compañía captó la atención del grupo mexicano Gigante, dueños de OfficeDepot, que tiene una fuerte presencia en Centro América y México con quien se asociaron el 2015; hito que según planteó el ejecutivo dio un nuevo impulso para seguir creciendo.

Así, uno de los motivos de Restrepo para la venta del 51% de Prisa al grupo azteca es la posibilidad de proyectar la compañía a América Latina. “Nos asociamos con ellos y eso nos dio el respaldo para

seguir creciendo. En esta línea, surge el proyecto de un nuevo Centro de Distribución”.

El proyecto del nuevo CD tiene como eje fundamental consolidar toda la operación en un solo lugar, obteniendo por supuesto los beneficios operativos que eso conlleva. La empresa estima que este hito tendrá una inversión del orden de los 25 millones de dólares para 30 mil m2; transformándose en el gran proyecto en la historia de la Compañía.

El proyecto se encuentra en etapa de estudios para el levantamiento del nuevo CD que integrará la tecnología que mantiene el grupo azteca, tanto en maquinarias como en líneas de producción y empaque. Además, dado el crecimiento que han tenido en su canal online (40%), la nueva instalación contará con un área específica para responder a las ventas por esta vía.

“Apuntamos a un CD con tecnología de punta y un nivel de automatización óptimo para responder a la demanda



El nuevo centro operativo se ubicará en las cercanías de Américo Vespucio y la Ruta 68, en la comuna de Pudahuel, en un terreno propiedad de la empresa que tiene una superficie de 50 mil m2, donde se proyecta un CD de alto estándar y con tecnología de punta, bajo el diseño establecido desde México.

Tras el ingreso del grupo Gigante en febrero de 2015 uno de los pilares de la empresa ha sido a la búsqueda constante de fortalecer su área logística para responder al crecimiento que proyecta la compañía con automatización y tecnología.

y abastecer a los más de 25 mil clientes que tenemos a nivel nacional. Aquí ya no teníamos espacio para seguir creciendo”, recalcó el ejecutivo.

Finalmente, Rodrigo Restrepo expresó que todas las acciones proyectadas van en la línea de que “los clientes sigan confiando en nosotros. Nuestro negocios es distribuir y seguiremos avanzando en esa línea”. **LGT**

-  AUTOMATIZACIÓN
-  SOFTWARE/TECNOLOGÍAS
-  LOGÍSTICA/SERVICIOS
-  ECOMMERCE/DISTRIBUCIÓN
-  EQUIPAMIENTO CD



**LOGISTEC
SHOW 2018**
NEGOCIOS EN MOVIMIENTO
9 Y 10 DE MAYO - MEGACENTRO
CENTRO LOGÍSTICO AEROPARQUE

**RESERVA
TU STAND**

Más información escribanos a
revista@revistalogistec.com

REVISTA
Logistec
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile
www.revistalogistec.com

Hace más de 20 años se presentó en Chile el primer diplomado de logística, lo que dio el puntapié inicial al desarrollo de la oferta académica en esta área. Hoy las universidades han ido adaptando sus mallas curriculares al nuevo profesional logístico; un profesional con un rol clave en el éxito de las empresas y con una mirada tecnológica..

UNIVERSIDADES Y EL DESARROLLO DEL NUEVO EJECUTIVO LOGÍSTICO

La industria logística ha cambiado. La tecnología se ha sumado a los procesos con fuerza, los Centros de Distribución son cada vez más complejos, la gestión se ha transformado en la clave de una logística eficiente y el cliente está, hoy por hoy, en el centro del engranaje operacional. Esos son sólo algunos de los cambios que ha experimentado la industria y que se ven reflejados en el rol que tiene la logística en los negocios.

Hoy, a 24 años del primer diplomado en Logística en Chile, las universidades se han transformado en un actor clave en el desarrollo de la industria logística nacional, cuyos profesionales se fueron gestando por años gracias a la experiencia ganada por el trabajo diario. Actualmente, diversas son las casas de estudios que imparten cursos, tanto en pregrado como postgrado, en esta materia.

El interés de desarrollar estas temáticas ha crecido a la par con el ejecutivo logístico que ahora se posiciona como un actor clave en el éxito comercial de una compañía, gracias a su visión global de la industria y del negocio.

Otra de las características que ha modificado las mallas curriculares de las universidades ha sido la penetración de las tecnologías en la industria y sus constantes innovaciones. Pero sobre todo y lo que ha marcado la diferencia en las universidades y en la formación de nuevos profesionales, ha sido la visión global del negocio.

¿Pero quién es el denominado 'nuevo profesional logístico'? La respuesta parece estar en las capacidades que desarrolla el ejecutivo para mirar el negocio, asumir los cambios, gestionar, implementar,

analizar y diseñar, todos conocimientos que paulatinamente se han ido incorporando.

Para conocer sobre el rol que juegan las universidades en la preparación de estos profesionales de la industria logística conversamos con el Director Académico Diplomado de Gestión de Operaciones y Logística de la Facultad de Economía y Negocios U. de Chile, Jaime Miranda y con Andrés Amigo, Co Director Académico Diplomados Logística FAE-USACH, quienes ahondaron sobre la tarea y los desafíos que tienen las Casas de Estudios para responder a las –siempre cambiantes- demandas del mercado.

CAPACIDADES DEL LOGÍSTICO

Para Jaime Miranda las capacidades básicas de este nuevo ejecutivo deben ser “analizar, diseñar, implementar y gestionar los diferentes sistemas logísticos que permitan proveer de bienes o servicios”.

Estas características -a juicio del docente- están en función de mejorar la productividad y eficiencia de los procesos que amparan las operaciones de una organización. Además, deben ser capaces de tomar decisiones acertadas, utilizando no sólo el juicio experto, sino también otras fuentes de información como las bases de datos.

En esta línea, Andrés Amigo agregó que la clave del éxito está en “formar a profesionales de la actividad logística en competencias que van más allá de las competencias duras convencionales de la logística. Es así que se deben incluir aspecto como: gestión y análisis de la información para la toma de decisiones, negociación, estrategia en la cadena de suministros y por cierto un fuerte foco a las nuevas tendencias y tecnologías”.

Cada una de estas cualidades se han ido haciendo necesarias en el transcurso del tiempo, luego que el logístico saliera de la bodega y mirara hacia el negocio. A su vez, los cambios en la conceptualización y definición de la industria han sido los motivos que han llevado a las Universidades a adaptarse a estas nuevas capacidades.

A este respecto, el Co Director Académico Diplomados Logística FAE-USACH, comentó que “a pesar de que la logística se transformó, hace tiempo, en una de las principales disciplinas de la administración de las operaciones y negocios, aún cuesta

ver en Chile una real propuesta formativa al respecto. No olvidemos que la logística igual que cualquier otra disciplina, tiene especializaciones, por lo cual no es fácil distinguir con tanta frecuencia a instituciones que desarrollen nuestra actividad”.

Para el Académico DCS U. de Chile, las casas de estudios se han adaptado principalmente en tres frentes: “habilidades de gestión; habilidades analíticas y habilidades tecnológicas y manejo de información”.

En el primer caso, las habilidades buscan mejorar aspectos relacionado al trabajo en equipo y la formación de buenos líderes. En el segundo caso, se busca mejorar las habilidades que permiten analizar de manera rigurosa los distintos procesos logísticos y ser capaces de optimizarlos. Finalmente, la tercera habilidad dice relación con que los estudiantes manejen las tecnologías actuales y que sean capaces de manejar, procesos y analizar enormes volúmenes de información. Es así como entre los pilares señalados está la importancia que tiene la información (los datos) como base para el desarrollo de un negocio.

CON LA INDUSTRIA EN LA MIRA

Ante los cambios y desarrollo que ha experimentado el sector logístico, las universidades se han visto en la obligación de ir adaptando sus contenidos y para eso ha sido fundamental mirar hacia el mercado, conocerlo y así vivenciar los cambios que ha tenido.

Saber cómo se mueve la industria ha sido la clave para la adaptación ante el nuevo rol que cumple la Supply Chain y para eso es importante que la academia esté con los ojos puestos en cómo se desenvuelven las empresas y los desafíos que plantean los cambios, porque no solo cambian los negocios, sino que cambian los ejecutivos, los servicios, los costos, los tiempos y por sobre todo el cliente. En cuanto al cómo se han adaptado, Miranda aseguró que la

adaptación de la academia a los nuevos ritmos de la industria se ha realizado de modo paulatino. “Todos los contenidos se han ido incorporando de manera paulatina. Sin ir más lejos en las versiones del diplomado en Gestión de Operaciones y Logística, hemos incorporado un nuevo módulo que ataca los temas asociados a tecnología e innovación”, reconoció.

A este respecto, Amigo reconoció que su tarea como casa de estudio es “ir constantemente revisando los programas y vamos incorporando nuevos contenidos a partir del feedback de nuestros propios alumnos, las necesidades y tendencias del mercado y el cuerpo docente. En este punto es fundamental contar con un equipo docente muy ligado a la industria, ya que nos permite constantemente dentro del aula dar foco a los problemas logísticos operacionales y gerenciales, desde la realidad y actualidad”.

Cuando vemos que los cambios no se detienen y la tecnología e innovación asoman su mejor rostro de “habilitador” para la industria logística, las universidades tienen la obligación de subirse a este carro del desarrollo y responder a su misión: preparación del ejecutivo logístico. Ante este desafío Jaime Miranda sostuvo que “nuestro rol es doble: primero buscamos formar profesionales de excelencia en la gestión de operaciones y logística y, segundo, poder desarrollar nuevos enfoques que permitan hacer más eficiente la gestión de la cadena de suministro y todas las áreas que esta cadena compete”.

Asimismo, recalzó que esta formación “va de la mano de la incorporación de las nuevas tendencias y avances en la gestión de la cadena de suministro, incorporando un fuerte componente tecnológico y analítico. Estos dos elementos son centrales en cualquier compañía u organización que enfrenta problemas complejos de gestión. Adicionalmente, deben enfrentar problemas de manejo de enormes volúmenes de información. Los profesionales que formamos apuntan a resolver estas dos problemáticas”.

LAS NECESIDADES DEL MERCADO

Desde mediados de la década del 90, la industria logística nacional ha crecido exponencialmente, aspecto que desafía a la academia. Pero para preparar a este nuevo profesional es necesario conocer qué demanda el mercado y para eso, dos ejecutivos de importantes empresa de Head Hunting nos entregaron las claves para enfrentar los nuevos desafíos de la industria.

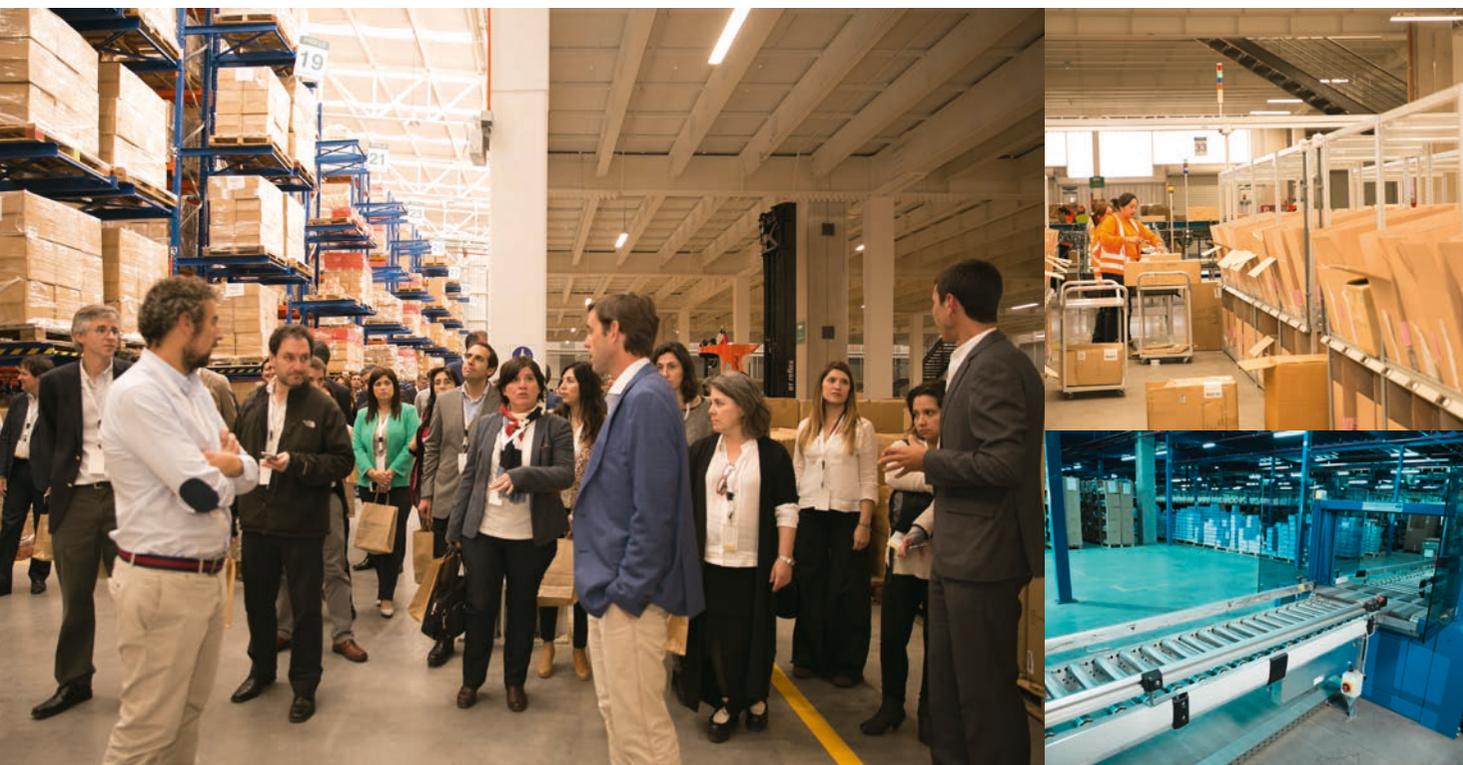
Así, Supply Chain Hunting y Randstad coincidieron que los aspectos del futuro están en la capacidad de gestionar y en el desarrollo de habilidades blandas, principalmente en el manejo de equipos y liderazgo. Un aspecto no menor es la capacidad del profesional de adaptarse a la globalización de las cadenas logísticas y a la inmediatez de las operaciones. Aquí algunas de las principales características: Liderazgo; Comunicación efectiva; Trabajo en Equipo; Pensamiento estratégico, Orientación a los resultados; Trabajo bajo presión. Además, se plantea que el ejecutivo debe ser metódico, ordenado, empático, tener una orientación comercial, ser proactivo, con visión del cliente y comprometido.

Si bien las habilidades blandas han ganado un espacio entre las condiciones que busca el mercado logístico en sus profesionales. Existen cualidades “duras” que constituyen la base del nuevo ejecutivo. Un buen Gerente de Logística o afín debe conocer materias específicas relacionadas a la Supply Chain, conocer cómo funciona un CD, saber acerca de softwares o tecnologías relacionadas. En cuanto a la preparación académica cabe señalar la importancia de los siguientes aspectos: dominio del inglés y conocimiento tecnológico.

Con todo, está claro que el desarrollo de la industria logística chilena pasa por el compromiso y trabajo de todos los actores involucrados: entes privados, públicos, la academia y también el profesional. **LGI**

CASA&IDEAS INAUGURA NUEVO CENTRO LOGÍSTICO DISEÑADO POR LOGISFASHION

Con más de 60 invitados, la empresa chilena, enfocada a la comercialización de productos de diseño y decoración, realizó la inauguración de su nuevo CD, el cual se caracteriza por contar con una importante inversión en tecnología para responder eficientemente a las crecientes demandas del mercado.



78

Con un recorrido por las instalaciones se realizó el lanzamiento del nuevo centro logístico de Casa&Ideas, hito que también significa el arribo a Chile de la empresa española Logisfashion, compañía que se ha especializado en logística para la industria de la moda y el hogar. El evento contó con la asistencia de importantes ejecutivos de la industria logística y retail chileno, autoridades españolas y altos ejecutivos de las dos compañías involucradas.

El recién inaugurado proyecto está ubicado en la comuna de Pudahuel y fue realizado a la medida para Casa Ideas, en aras

de responder a los nuevos desafíos de la industria, tales como el comercio electrónico, para lo cual la compañía española realizó un diseño marcado por la incorporación de tecnología y automatización en la operación.

Con una inversión cercana a los 4 millones de dólares, el nuevo CD de Casa Ideas se caracteriza por contar con una avanzada tecnología, automatización de proceso y sorter automático, entre otros aspectos, que contempla este nuevo CD de 14.500 m², y que buscan generar ahorros, mejoras y eficiencia en la operación.

De acuerdo a Juan Manzanero, CEO de Logisfashion, este Centro que tiene previsto mover alrededor de 20 millones de unidades anuales y generar alrededor de 100 puestos de trabajo para abastecer a las más de 30 tiendas a nivel nacional.

En cuanto a su llegada a Chile, Manzanero aseguró que "siempre nos ha parecido un país con alto nivel de apertura y con muchísima estabilidad. Veíamos como importantes marcas y empresas han ingresado en el país fuertemente, transformándolo en un líder en Latinoamérica."



CENTROS DE DISTRIBUCIÓN HECHOS A LA MEDIDA DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE



Contáctanos: contacto@redmegacentro.cl • www.megacentro.cl

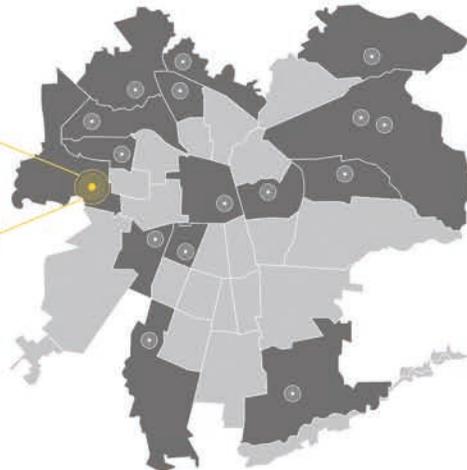
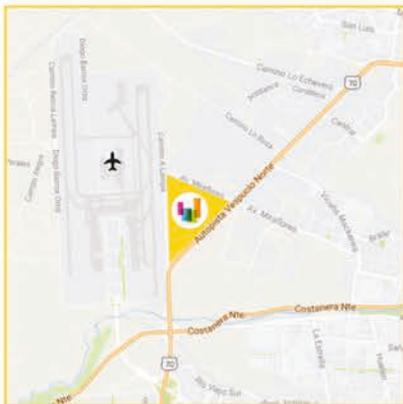
(+56 2) 2783 2214 • (+56 2) 2887 7900

Centro de negocios orientado a Bodegas de **Alto standard** y **servicios logísticos**.

Soluciones en materia de **Centros de Distribución, Bodegas y oficinas**.

Líderes en centros de distribución **hechos a la medida** del cliente.

PROYECTO AEROPARQUE



- Área total: **51 hectáreas**
- Condominio Megacentro: Bodegas y oficinas.
- Proyectos "Built to Suit": **160.000 m2**
- Fecha de entrega: **Marzo 2018**

SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

EXECUTIVE ROUND TABLE PROGRAM

Nuestra asociación Supply Chain Council Chile que nació hace poco más de 4 años, partió de una idea compartida entre algunos que querían iniciar un emprendimiento social, a través de su conocimiento específico, y hoy está dando sus frutos.... Con mucho orgullo vemos que a pesar de que en la vida son muy pocas las ideas que se ejecutan, el hecho que se haya realizado con éxito la 1era versión del Executive Round Table tiene un gran significado de sustentabilidad y nos permite mirar el futuro con gran optimismo.

Nos permite sentirnos orgullosos de los logros de este grupo, una comunidad integrada por más de 40 ejecutivos de nivel directivo – gerencial, profesionales independientes de alto nivel, especialistas en las disciplina de la cadena de suministro, sin fines de lucro que forman parte activa de la asociación Supply Chain Council Chile (SCCC, www.supplychainchile.cl).

Como ya lo hemos comentado en varias ocasiones, nuestra misión es generar una instancia de encuentro para ejecutivos de alto nivel de las áreas de Supply Chain de diversas empresas e Industrias, que promueven la colaboración y discusión en torno a temas de interés común, impulsando trabajos de investigación y facilitando alcanzar beneficios profesionales, industriales, gubernamentales y de bien social.

Así Cumpliendo con nuestra misión nace Executive Round Table Program, cuya primera versión abordó el tema de: S&OP, Planning, Sincronizando tu negocio a través de la Planificación de ventas y operaciones.

El proceso de planning, S&OP (sales and operation planning); es un proceso clave y colaborativo, donde su principal objetivo es lograr un plan consensuado que integre los Planes de Venta con los Planes Financieros y los Planes de Operaciones.

A través de un aprendizaje teórico práctico, hemos logrado una aplicación inmediata en las compañías de los 60 asistentes de diferentes empresas e industrias que par-



ticiparon, facilitando una sincronización estratégica de la cadena de abastecimiento con el negocio. Esta versión, realizada el pasado 26 de octubre, se desarrolló en el formato Executive Round Table Discussion, en el Hotel Cumbres Lastarria. El perfil de la audiencia fueron 60 Gerentes de supply, operaciones, comercial y finanzas, quienes participaron activamente durante las diferentes actividades que se realizaron durante la jornada de trabajo.

La actividad contó con una primera parte, cuyo contenido fue más teórico, a cargo de un expositor de clase mundial Jonathon Karelse, consultor canadiense experto en S&OP y otros temas de SupplyChain Management, dejando las bases para una discusión más practica en mesas de trabajo

para el segundo bloque, la que fue guiada por un relator y facilitador experto, Argenis Bauza, consultor con amplia experiencia en proyectos de SupplyChain Management, quien a través de encuestas, juego de roles y casos reales abrió la discusión entre todos los asistentes. Queremos seguir impulsando este tipo de programas en el 2018 y así aportar a los ejecutivos y a las empresas y por consecuencia a la productividad del país.

Como siempre los invitamos a visitarnos en nuestra página web www.supplychainchile.cl y contactarnos a través de nuestro email contacto@supplychainchile.cl para cualquier consulta y/o interés de postular a nuestra asociación.

K-LINE Y AGUNSA SE ASOCIAN PARA CREAR KAR LOGISTICS S.A.

La naviera japonesa K-Line, una de las compañías líder en transporte marítimo de todo tipo de vehículos, y AGUNSA, importante empresa chilena en logística, transporte terrestre y almacenaje, crearon la empresa de logística automotriz "KAR Logistics S.A." con cobertura regional en América Latina.



Debido al continuo crecimiento de la importación de autos en Chile y en la Región, se detectó la oportunidad de formar un nuevo operador logístico automotriz en el mercado.

La propuesta de KAR Logistics, con una inversión inicial de USD 5 millones, es ofrecer a todas las automotoras e importadoras de automóviles en Chile y la Región, un servicio integral de

transporte, almacenamiento, accesorización, pre-entrega y reparto a los concesionarios, ubicados tanto en Santiago como en regiones.

KAR Logistics cuenta con dos patios de cross-docking y almacenaje ubicados a 6 kilómetros del puerto de San Antonio; y en Noviciado en la comuna de Pudahuel -Santiago, que en conjunto disponen una capacidad de almacenar más de 7.000 autos. Además, dispone de una flota propia de chassis especializada para transporte y reparto de vehículos, todos equipados con GPS. La empresa ya está operando con General Motors y su red de concesionarios

DERCOMAQ PRESENTÓ EQUIPO HANGCHA 4X4

Como parte de su esfuerzo por buscar alternativas que se ajusten a las necesidades de operación de las empresas, DercoMaq comenzó a distribuir en el país un modelo Hangcha 4x4, lo que se suma a su completo portafolio de equipos en arriendo y venta para la manipulación de materiales en altura.



El nuevo modelo es el primero 4x4 de esa marca y tiene muchas aplicaciones para distintas industrias, especialmente las agrícola y forestal, con capacidades de carga de entre 2 y 3,5 toneladas. Presente en Chile desde 2007, Hangcha es uno de los mayores fabricantes de grúas en China con una producción anual de más de 80 mil unidades.

Esta grúa es más compacta que las 4x4 existentes actualmente en el país. "Sus principales atributos son su simpleza y solidez en la operación, confiabilidad, versatilidad, productividad, baja mantención y respeto al medioambiente", resaltó el jefe de combustión interna en DercoMaq, Ricardo Parada. El lanzamiento forma parte de los esfuerzos de DercoMaq por innovar y ser flexibles para ofrecer a las compañías lo que realmente requieren.

Los equipos para arriendo y venta de DercoMaq –uno de los actores principales en la distribución de maquinaria y repuestos en el país y con presencia también en otros mercados de Sudamérica-, operan en distintos sectores como el logístico y distribución; minero y construcción; retail; industria frutícola, forestal vitivinícola y salmonera; y portuario, entre otros. Hoy, la empresa tiene un portafolio integrado por diversas marcas: Fiori, Hangcha, Jac Motors, JCB, JLG, Komatsu Forklift y STILL. La empresa comenzó con 53 máquinas en arriendo y hoy ya cuenta con más de 1.000.

AR RACKING INSTALA ALMACÉN PARA ATA LOGISTIQUE EN FRANCIA

La empresa de logística ATA Distribution confió en AR Racking, especialista en almacenaje industrial, para la instalación de un sistema de almacenaje industrial para pallets en su sede de Heudebouville, en el departamento 27 al sur de Ecoparc 2, en Francia.

La empresa de almacenamiento, programación de pedidos y embalaje, que recepciona, controla y almacena productos de sus clientes ATA Distribution terminó la construcción de sus instalaciones el pasado mes de marzo.

El proyecto que llevó a cabo AR Racking en este nuevo almacén se caracteriza por el número de pallets que permite almacenar hasta 25.000, en una superficie de almacén de más de 21.000 m2 dedicados al almacenamiento, preparación de pedidos y embalaje de productos.



La solución de almacenaje instalada por AR Racking en el operador logístico francés es un sistema de almacenaje de paletización convencional, un sistema versátil por las posibilidades que ofrece para adaptarse a cualquier tipo de unidad de carga a los tipos de carretilla elevadora, permitiendo el acceso inmediato a todas las unidades de carga y/o referencias almacenadas.

Xavier Belhache, director general de ATA Distribution, aseguró que "esta instalación nos ha permitido adaptar el almacén a las necesidades y exigencias de cada uno de nuestros clientes y nos está ayudando a convertirnos en un centro logístico fundamental en nuestra región ofreciendo gran capacidad de respuesta, flexibilidad y versatilidad".

CENTRAL BODEGA PREPARA ENTRETENIDA ACTIVIDAD PARA SUS CLIENTES

Como todos los años Central Bodegas dedica un espacio de su agenda para compartir junto a sus clientes, en un ambiente distendido y de confianza.



Este espacio, fundamental para la empresa, es el que le permite afianzar lazos y conocerse en lo humano, lo que deriva en una mejor relación y en una resolución expedita de las temáticas de trabajo.

Este año la empresa realizará una clase de parrilla para todos los asistentes, donde habrá premios y sorpresas para las mejores preparaciones. El evento "Chef -Master Bodeguero" sacará a la luz el parrillero que todos queremos ser.

La actividad se llevará a cabo el 16 de noviembre en el centro Milagro de Nos, donde un experto parrillero animará y enseñará la mejor forma de cocinar diversas carnes y postres, todo sobre una parrilla.

La actividad se enmarca dentro de la política de fidelización de la empresa que busca crear relaciones de largo aliento con todos quienes arriendan bodegas.

EXITOSO EVENTO DE LA CCS ANALIZÓ LOS DESAFÍOS Y TENDENCIAS DEL ECOMMERCE

Importantes ejecutivos se dieron cita en el evento organizado por la Cámara de Comercio de Santiago, el pasado 19 de octubre, en Centro Parque. En la oportunidad se analizaron las tendencias del comercio electrónico y los desafíos que tienen las empresas en esta materia, considerando que el Ecommerce llegaría a Chile a los US\$3.700 millones durante este año.

Más de dos mil ejecutivos y emprendedores se reunieron en la segunda versión del eCommerce Innovation Summit, organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). En el encuentro participaron destacadas figuras del eCommerce internacional, como Sucharita Mulpuru, analista senior de Forrester y Jodi Goldberg, Head of Industry Retail de Google US.

El evento se llevó a cabo el pasado 19 de octubre en Centro Parque y su discurso inaugural, Peter Hill, presidente de la CCS, destacó los grandes cambios y avances en materia de comercio digital en variados frentes. "Entre ellos, los primeros síntomas

de una adopción más decidida del eCommerce por parte de las pequeñas empresas, un segmento que históricamente se ha mantenido más alejado de los modelos transaccionales online. Las grandes empresas, por su parte, habiendo asumido la importancia estratégica del comercio electrónico, se preparan para competir en un escenario cada vez más global".

Según estimaciones de la CCS, el comercio electrónico en nuestro país llegaría a cerca de US\$3.700 millones durante este año, un 20% más que en 2016 y se aceleraría hasta un 35% en 2018, para aproximarse a los US\$5.000 millones. En

2020, en tanto, las cifras superarían los US\$8.000 millones. Entre los motivos para este mayor dinamismo se encuentra una mayor adopción de hábitos transaccionales online por parte de los usuarios, una tendencia emergente por parte de pequeñas empresas a migrar al eCommerce y una adecuación, cada vez mayor, entre el despliegue de oferta y las necesidades de los consumidores. La eventual llegada de competidores internacionales, como Amazon.com fue descrita, por la CCS, como un gran desafío para el competitivo mercado local que, de hecho, contribuirá a esta mayor dinámica prevista para el comercio electrónico nacional.





VIVE LA EXPERIENCIA DE LA ALTA VELOCIDAD

**IFX INTERNET PREMIUM
PARA EMPRESAS**

Un servicio pensado para las altas exigencias de las medianas y grandes empresas que requieren conexiones de tráfico IP exclusiva, siempre garantizando el ancho de banda que necesitan, y la facilidad de funcionamiento de las aplicaciones esenciales del negocio.



www.ifxnetworks.com



informacionchile@ifxcorp.com



+56 (2) 2589.4500



/ IFXNetworks1



@IFX_NETWORKS



IFX Networks

ALOG

E-COMMERCE EN CHILE

El comercio electrónico está ascendiendo velozmente a nivel mundial. Chile no se escapa de este suceso. Se espera que en este año el e-Commerce llegue a los 2,5 billones de dólares, con China contribuyendo, por primera vez, con más de un tercio del monto total (alrededor de US\$ 900 mil millones). Estados Unidos, que hasta 2014 estaba acostumbrado a ser la potencia mundial, se estima que alcanzará un número aproximado a los US\$ 650 mil millones en 2017.

Cabe destacar que esta importante área sigue creciendo potencialmente a medida que pasan los años. En territorio chileno, la proyección de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) alcanza a los US\$ 2.800 millones. Pese a no ser el país más grande en cuestión de geografía, nos ubicamos en el tope del ranking regional (17 mundial), seguido en el lugar 19 por Argentina, Brasil en el 20 y México en el 22.

a internet, el 80% representa el consumo privado. Es evidente que estamos presenciando una camada de jóvenes que tienen a la mano mucha tecnología, cada día más innovadora y las utilizan en su vida habitual, que se adentran en el mundo virtual y ahí interactúan con todo tipo de aspectos de forma inmediata, sin la necesidad de tener que moverse de su casa, trabajo o lugar de estudios. Es gente joven sin

este mundo virtual y una billetera electrónica que les permite adquirir productos y servicios sin límites geográficos, es importante señalar que con el pasar del tiempo, debido a la gran demanda que hay actualmente, las empresas siguen innovando en este mundo y buscan ofrecer las mejores y más fáciles herramientas al momento de que alguien quiera realizar cualquier operación virtualmente. Es decir, la demanda está y crece rápidamente.



Es muy relevante como ha impactado el comercio electrónico en el mundo de la logística, generándole mucha más demanda a las empresas que trabajan en este rubro, ya que el ECommerce se trata de vender vía online cualquier tipo de producto, a su vez las empresas logísticas se encargan del buen manejo y distribución de estos artículos, tratando siempre de hacer menor el tiempo de espera que tienen los usuarios por lo que hayan comprado, en este sentido es donde el ámbito logístico se ve obligado a realizar un gran esfuerzo por alcanzar los tiempos establecidos por los proveedores electrónicos, generando mucha competencia y a que se implementen mejores tecnologías (Geolocalización) para cada día hacer menor el tiempo de despacho del producto comprado de manera virtual.

En Chile, y según la CCS, en la actualidad estamos llegando a los cinco millones de compradores online frecuentes. Lo anterior se traduce en un gasto estimado en promedio de alrededor de US\$740 al año en sus compras por este medio. En nuestro país prácticamente un 80% de la población total, tiene alcance a internet, colocándonos en el número 14 a nivel mundial en este aspecto. CCS afirma que del universo de chilenos conectados

obstáculos de aspecto geográfico, donde el mundo es su localidad.

En otro sentido, la banca en línea también llegó a estas nuevas tecnologías y les brinda a sus usuarios o clientes, una serie de herramientas que les permiten disponer de dinero en forma electrónica. Las tarjetas de crédito y débito son su método de pago más común. Estos jóvenes cuentan con un smartphone para acceder a todo

La logística es un gran valor diferencial en el E-commerce porque es una de las claves que las marcas y empresas tienen para destacarse por sobre la competencia. Un ejemplo claro de esto es la empresa Amazon, que es la empresa logística más grande del mundo.

UEJECUTIVOS PRESENTA DOS VERSIONES DEL DIPLOMADO EN GESTIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA EN 2018

Para quienes buscan especializarse en el área de la logística y operaciones, la unidad de Educación Ejecutiva (Uejecutivos) de la Universidad de Chile dictará en 2018 dos versiones del diplomado en Gestión de Operaciones y Logística, la primera de ellas en abril de 2018; mientras que la segunda, partirá en agosto.

“El programa entrega las herramientas conceptuales, metodológicas y muy prácticas para formar profesionales especialistas en la utilización de enfoques analíticos y tecnologías de la información. Todo estos elementos son necesarios para mejorar e integrar la cadena de suministro de las empresas y hacerla más eficiente”, indica el director académico del diplomado en Gestión de Operaciones y Logística, Jaime Miranda.



Como principal novedad, en ambas versiones de este diplomado, se incorporará un nuevo módulo que incluirá técnicas para la evaluación e implementación de sistemas de información en las diversas áreas de operaciones. Este nuevo contenido les permitirá a los profesionales establecer y priorizar los requerimientos funcionales de los procesos logísticos y productivos en cada contexto empresarial.

IMOLOG SIGUE CRECIENDO Y SUMA NUEVOS CLIENTES

El 2017 ha sido un año de crecimiento, desarrollo y posicionamiento para Imolog en el mercado del almacenamiento de las sustancias peligrosas. La confianza de sus clientes, las cifras y números de su operación lo han ubicado, hoy por hoy, como uno de los actores más relevantes de la industria.

En esta senda de crecimiento, la empresa celebra la incorporación de nuevos e importantes clientes a su Centro, ubicado en el sector de Noviciado. Con la llegada de Química Passol y Codelpa, Imolog alcanzó un 50 % de ocupación de su Centro de Distribución.



“La llegada de nuevos clientes es un gran incentivo y nos da la confianza de que estamos haciendo las cosas bien y la industria así lo percibe. Tenemos la convicción de que somos un socio que ayuda y que se adapta a cada operación del cliente”, afirmó Juan Miguel Riquelme, Gerente Comercial de Imolog.

El ejecutivo comentó además que la empresa está ampliando la gama de servicios de almacenaje para poder iniciar un proyecto de almacenamiento en formatos de isotank. “Estamos con varios proyectos y participando en importantes licitaciones que nos ayudarán, sin duda, a aumentar nuestra cartera de clientes y ocupación; y eso nos tiene muy contento y confiados de que seguiremos creciendo”, concluyó.

Es así como desde su ingreso al mercado chileno, Imolog se ha posicionado como uno de los más grandes y seguros centros de almacenamiento de sustancias peligrosas, posicionado en un mismo lugar. Además ha destacado constantemente su cumplimiento a las normas vigentes. Actualmente, la empresa cuenta con bodegas Clase 6 – 8 – 9 2,1 y 2,2 de líquidos, sólidos e inflamables.

TECSIDEL PARTICIPÓ EN LA FERIA LOGISTICS 2017

Tecsidel Sistemas Logísticos fue expositor en Logistics 2017, feria que reunió a los principales actores en el mundo de la logística. Logistics mostró las tendencias en manejo de material, distribución, e-logística y sistemas.

En el 2016, más de 11.500 profesionales asistieron a esta feria y Tecsidel aprovechó la ocasión para presentar SEGA SIM y SEGA VTE, los sistemas de simulación de procesos logísticos que tienen como objetivo validar el diseño informático y físico de una posible futura instalación logística, gracias a su puesta en marcha virtual.

En tanto, Logistics 2017 ofreció durante los dos días conferencias con un programa muy educativo, presentado por expertos nacionales e internacionales, y un showroom donde los visitantes vieron el funcionamiento de algunas maquinarias. Como todos los años, el primer día de exhibición terminó con el clásico Afterwork.



Este exclusivo evento tuvo lugar en el pabellón 9 de la Feria de Madrid (IFEMA), el 7 y 8 de noviembre. Tecsidel atendió a los asistentes en el stand I03 y mostró sus mejores soluciones para la optimización de procesos intralogísticos: SEGA PTV (operaciones guiadas por voz) y SEGA PTL (operaciones guiadas por luz). Además, Tecsidel incorporó en sus soluciones tecnología RTLS para conocer la localización exacta de cualquier operador, vehículo o activo dentro de un almacén; lo más puntero en Localización Indoor.

ASUME NUEVO PROJECT & SPECIAL CARGO MANAGER EN EMO TRANS

Como una forma de reforzar el equipo en Chile para apoyar a los clientes de distintas industria e incrementar su participación de mercado en el país, Peter Meier, asumió en julio pasado como Project & Special Cargo Manager en Emo Trans en Santiago.

A cuatro meses de su arribo, Meier aseguró que ha sido el tiempo suficiente para “conocer gente llena de motivación y un clima de trabajo realmente muy agradable, lo que estoy seguro ayudará a incrementar nuestra participación en el mercado chileno”.

De nacionalidad suiza, el ejecutivo tiene una estrecha relación con Sudamérica, donde vive hace más de 23 años. “He trabajado en Chile, Venezuela y Uruguay en diferentes empresas del rubro de la logística”.

En cuanto a su experiencia laboral, cabe destacar que Peter Meier se ha enfocado durante los últimos 17 años en varios Proyectos de Minería y Energía. “Debido a esta experiencia estoy convencido de que - con el apoyo de la infraestructura de EMO y trabajando en equipo podemos ofrecer a los clientes el Know-How del manejo de carga sobredimensionada y pesada.



Además, el ejecutivo de Emo Trans enfatizó su compromiso de “apoyar a los clientes en la logística de proyectos de minería, energía, como también en otros ámbitos como la industria cervecera, cemento, infraestructura, y movimiento de plantas de cualquier tipo”.

COLABORACIÓN INFORMÁTICA

EL LENGUAJE COMÚN DE LOS NEGOCIOS

Tradicionalmente al hablar de cadena de suministro se piensa en un proceso lineal que se inicia en el proveedor de materias primas y finaliza en el consumidor final. Si bien esto puede servir como modelo conceptual, en la práctica cada participante de la cadena interactúa con muchos otros, generando verdaderas redes de suministro cada vez más complejas y que deben responder en forma eficiente a los exigentes desafíos de los mercados actuales.

En este contexto, la eficiencia en la gestión integral requiere del trabajo colaborativo para proveer la información necesaria, ojalá en tiempo real, para que los participantes de esta red tengan visibilidad y control de cada proceso logístico con el fin de poder adoptar decisiones oportunas frente a distintos eventos relevantes. Por ejemplo, si un pedido llegará antes de lo programado poder disponer de los espacios, personas y otros recursos para realizar la recepción, o si hay un atraso en la recepción poder adoptar alguna medida como reprogramar la producción.

Para lograr este ambiente colaborativo es fundamental contar con un sistema de trazabilidad para que los “socios de trazabilidad” puedan saber si cada uno de ellos está cumpliendo en tiempo y forma con la parte que les corresponde.

Para ese tipo de necesidades, GS1, a nivel mundial, ha desarrollado una solución denominada EPCIS (Electronic Product Code Information Service) que está operativa desde Abril del 2007. Se trata de un entorno de trabajo colaborativo, donde cada uno de los miembros de la cadena logística está incorporado, identificado y dependiendo de los privilegios asignados podrá enviar y recibir información o únicamente suministrar datos a la red.

EPCIS ha sido diseñado para actuar como una “Internet de los productos” que permite a los socios comerciales compartir información sobre el movimiento físico y el estado de los productos, a medida que éstos se mueven a lo largo de la cadena de suministro de empresa a empresa. Este

estándar global tiene como misión principal, responder a las cuatro preguntas más básicas y más importantes de la logística y la trazabilidad de los productos: QUÉ (objeto), CUÁNDO (tiempo), DÓNDE (lugar) y POR QUÉ (momento del negocio y su estatus)”, con el fin de entregar información precisa y detallada de cada producto y de cada paso que éste da a través de la cadena logística.

Como es natural dentro de los estándares globales de GS1, para el intercambio de información entre socios de negocio, se utilizan las claves GS1, tales como el GTIN para la identificación del producto, el GLN para la identificación de las locaciones donde ocurren los eventos críticos de trazabilidad y otras muchas claves globales.

Estas claves GS1 constituyen el lenguaje XML con el que se traspa información de un socio de negocios a otro y que a la vez, mediante interfaces específicas, permite utilizar cualquier tipo de sistema informático, sin necesidad de que sean compatibles los sistemas de los actores logísticos, siendo el nexo común entre todos el lenguaje XML, donde una vez más, se cumple el lema de nuestra organización: “El lenguaje común de los negocios”.

Con este esquema de trabajo, una vez implementado el sistema entre un grupo de compañías que interactúan logísticamente entre ellas, es posible que cualquiera de los actores logísticos como un retailer, una cadena de farmacias, o un servicio de salud, pueda conocer en todo detalle, qué productos, qué cantidad, cuando y de donde salieron los productos comprados

desde el proveedor, cuando lo recibió el transportista, cuando llegaron al distribuidor, y qué, cuánto, cuándo, de donde y por qué (pedido) llegaron finalmente a su poder.

Es importante resaltar que, EPCIS está íntimamente ligado al uso en conjunto con el GS1 Core Business Vocabulary (CBV) estándar. El CBV proporciona definiciones de valores de datos que se pueden utilizar para rellenar las estructuras de datos definidas en el estándar EPCIS. Es por ello que el uso del vocabulario estandarizado proporcionado por el estándar CBV es crítico para la interoperabilidad e igualmente crítico para proporcionar la consulta de los datos al reducir la variación en cómo las diferentes empresas expresan su intención común.

EPCIS provee nuevas capacidades que en muchos países ya mejoran los niveles de eficiencia, seguridad y visibilidad de las cadenas de abastecimiento. Ha sido diseñado para complementar y potenciar los sistemas de información de las empresas y no para reemplazarlos.

Sin embargo como la seguridad es un componente fundamental para las empresas, también es una prioridad esencial de EPCIS ya que cada socio de negocio controla su propia información y decide qué información desea compartir y con quién. De esta forma todos los socios de negocio y de trazabilidad pueden estar tranquilos sobre qué información comparten cada uno de ellos, y a quién le llega dicha información, ya que ellos mismos hacen estas definiciones preliminares.

LA CARGA AÉREA CRECE A DOBLE DÍGITO EN JULIO

Según la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por sus siglas en inglés), el sector aéreo de carga registró en julio de 2017 un incremento del 11,4% interanual de los volúmenes comerciales (medidos en toneladas de carga por kilómetro transportados, FTK por sus siglas en inglés). La demanda de carga crece a doble dígito por cuarta vez en cinco meses, con un aumento casi cuatro veces mayor que el 3,1% promedio de la última década.

La capacidad de carga (medida en toneladas de carga por kilómetro disponibles, AFTK por sus siglas en inglés) creció un 3,7% interanual, muy por debajo de la demanda y con el correspondiente impacto positivo en los rendimientos de las aerolíneas y el rendimiento financiero de la industria.

y disminuye a medida que los inventarios se ajustan a los nuevos niveles de demanda.

"Julio ha sido un mes excelente para el sector aéreo de carga. Por tercer mes consecutivo los volúmenes de carga superaron el incremento de los viajes aéreos. Si

un 4,7% en el mismo período. Los FTK internacionales desestacionalizados registraron una fuerte subida en julio de 2017, aunque se mantuvieron un 9% por debajo del máximo de 2014. La región sigue afrontando unas condiciones económicas y políticas desafiantes, particularmente en Brasil, su mayor economía.



El fuerte crecimiento de la demanda de carga aérea es consistente con el repunte del comercio mundial, el aumento de las exportaciones y una confianza empresarial más optimista. Sin embargo, hay señales de que el crecimiento del sector puede estar tocando techo. Los FTK desestacionalizados se mantuvieron estables en junio y cayeron en julio; por su parte, el índice de rotación de inventario se ha estabilizado. La demanda de carga aérea aumenta al comienzo de una recuperación económica ante la reposición urgente de existencias,

bien el pronóstico sigue siendo positivo, el ciclo alcista podría estar tocando techo", dijo Alexandre de Juniac, consejero delegado de la IATA.

Análisis regional

TODAS LAS REGIONES REGISTRARON CRECIMIENTO EN JULIO DE 2017.

En Latinoamérica los FTK crecieron un 5,8% interanual. La capacidad aumentó

En Norteamérica registraron una subida de los FTK del 11,9% interanual. La capacidad creció un 1,1%. Los volúmenes internacionales desestacionalizados continuaron su fuerte tendencia alcista. La fortaleza del dólar estadounidense ha impulsado las importaciones en los últimos años. Los datos de la Oficina del Censo de Estados Unidos muestran un aumento del 12,5% en las importaciones por vía aérea en la primera mitad de 2017. No obstante, se prevé que los flujos comerciales se equilibren con la caída del dólar estadounidense desde principios de año.

En Europa los FTK crecieron un 12,1% interanual y la capacidad, un 5,5%. La demanda internacional ha registrado un incremento de dos dígitos en nueve de los once últimos meses impulsada por la fuerte demanda en el mercado entre Europa y Asia. Si bien las exportaciones se mantienen fuertes, el reciente fortalecimiento del euro podría cambiar el rumbo de las exportaciones en la región.

SLI TAMEGAL INAUGURA NUEVA OFICINA EN PUERTO VARAS

Fiel a su línea de entregar un servicio de calidad a sus clientes, la empresa SLI Tamegal inauguró una nueva oficina en la ciudad de Puerto Varas, en la décima Región, con la intención de acercarse a sus clientes y a un mercado en desarrollo.



Ofrecer soluciones a la medida de cada una de las necesidades de los clientes es uno de los pilares de SLI Tamegal y para eso es primordial tener una cercanía con los mercados. Además, otro factor clave es la calidad de servicio. Estos ejes han sido el motor de desarrollo de la compañía.

Es así como, la empresa decidió instalarse en la zona para mantener una comunicación directa con sus clientes, ofrecer respuestas claras y rápidas y abrirse a un mercado cada vez más importantes como es, por ejemplo, el sector de los congelados.

“Este es un mercado que nosotros conocemos bien. Nos hemos enfocado en realizar proyectos llave en mano y nuestro fuerte ha sido el tema de los CD de frío y sabemos que podemos atenderlo directamente desde esta oficina”, afirmó Rodrigo Jofré, Gerente General de la empresa.

Asimismo, el ejecutivo comentó que desde Puerto Varas proyectan atender fuertemente desde Temuco a Chiloé. “Temuco es una especie de zona de transición muy importante; Osorno, una zona de lácteos; Puerto Montt y Chiloé son fuerte en los congelados. En general, es una zona en que el aspecto logístico ha crecido fuertemente y eso es atractivo”, agregó.

La nueva oficina contará con un equipo de profesionales enfocados en entregar una atención personalizada a los clientes. SLI Tamegal proyecta seguir creciendo y ya analiza instalarse en la ciudad de Antofagasta. Además, ha puesto foco en potenciar su presencia en el mercado latinoamericano.

APLOG ORGANIZO EXITOSA EXPO LOGÍSTICA & COMERCIO EXTERIOR CONCEPCIÓN

88



Con una importante participación de profesionales y estudiantes de universidades e institutos de la región de Bio Bio, se realizó la V Versión de Expo Logística y Comercio Exterior que por primera vez realizamos en la ciudad penquista.

La actividad estuvo marcada por la presencia de importantes

empresas e instituciones, tanto de la Región como a nivel nacional, quienes expusieron soluciones y temas relacionados al área logística en propuestas de servicio, productos, tecnología e infraestructura.

Profesionales y estudiantes destacaron la realización de la actividad, la cual les permite tener una visión de lo que está sucediendo en materia logística, transporte, e-commerce y comercio internacional, además de interactuar con otros profesionales y empresas para el mejor desarrollo de los procesos logísticos a nivel local. Con estas iniciativas, APLOG refleja su compromiso con el desarrollo de los temas que envuelve el desarrollo logístico del país, entendiendo que cada región tiene sus propias necesidades, pero que siempre requieren integrarse al modelo logístico del país.

EVENTO DE STG CHILE Y JDA AHONDA EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL “CD DEL FUTURO”

Con la asistencia de más de 40 ejecutivos de la industria logística se realizó el evento STG-JDA Software, denominado “El CD del Futuro” que se llevó a cabo el 7 de noviembre en el salón principal del Hotel Double Tree, en la comuna de Vitacura.

En la oportunidad, los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer las características que tendrán los nuevos Centros de Distribución gracias a la tecnología y a los cambios en las operaciones impulsadas, por ejemplo, por la irrupción del comercio electrónico como tendencia mundial.

El evento fue inaugurado por Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile, con más de 15 años en el mercado con consultoría y soluciones de software internacionales, quien dio la bienvenida al encuentro y ahondó sobre los cambios que se han experimentado en la industria en el último periodo, siempre con una mirada hacia el rol de las tecnologías en estos cambios. Posteriormente fue el turno de Miguel Álvarez, Gerente de Innovación y Proyectos de JDA para Latam, quien profundizó sobre las características de los nuevos centros de distribución, aquellos en que las implementaciones tecnológicas aportaron a la eficiencia de la operación.



Finalmente y como clausura del encuentro, el gerente de Planificación y Proyectos de CCU Chile, Marko Zaro, comentó los alcances que tuvo la implementación del nuevo WMS de JDA en la operación del CD de Curauma, el cual logró una eficiencia y optimización operacional.

DANCO BODEGAS REALIZA TRADICIONAL ACTIVIDAD DE FIN DE AÑO

Danco Bodegas realizó su tradicional evento anual junto a sus colaboradores. En esta oportunidad, durante todo el día, los colaboradores compartieron en un distendido ambiente, realizando actividades recreacionales, desde acciones de trabajo en equipo dirigidas por un coach profesional hasta cabalgatas y un espectacular asado.

“Me llena de orgullo ver las relaciones que se forman al interior de nuestra empresa. Intentamos que el lugar de trabajo sea más que eso y que logre ser un lugar agradable y de crecimiento, tanto personal como profesional, donde los colaboradores apunten a permanecer con nosotros en el largo plazo”, afirma David Furman, Sub Gerente General de la empresa.



La actividad tuvo lugar en uno de los terrenos que tiene la compañía para futuros desarrollos inmobiliario, en la comuna de Maipú.

“Hoy, después de un proceso progresivo de profesionalización, contamos con una estructura definida y con profesionales de primer nivel que nos permiten cumplir e incluso sobrepasar las expectativas del mercado y de nuestros clientes”, afirma Daniel Furman, Director Ejecutivo de Empresas Danco.

SOLUCIONES LOGÍSTICAS INTEGRALES A LA MEDIDA DE TU NEGOCIO.



Nuevo CD PUERTO MONTT



PRODUCTOS INOCUOS



PRODUCTOS PELIGROSOS



PRODUCTOS REFRIGERADOS Y CONGELADOS



PRODUCTOS CLIMATIZADOS, COSMÉTICOS
Y FARMACÉUTICOS



megalogistica@redmegacentro.cl
glopez@frio Chile.cl

(+56 2) 2887 7900
(+56 2) 2585 1400

EFG.

ENERGÍA PARA CRECER.

Eficiencia

EFG

Costos

Ya sea que elija la innovadora tecnología li-ion o nuestra probada batería estándar de plomo-ácido: Con nuestra EFG, ahorras costos a largo plazo, mientras que la prestación de sus operaciones de logística son incluso más eficientes.

Obtenga más información sobre nuestras opciones de compra, arriendo y reemplazo de EFG en:
www.jungheinrich.cl

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.

-  AUTOMATIZACIÓN
-  SOFTWARE/TECNOLOGÍAS
-  LOGÍSTICA/SERVICIOS
-  ECOMMERCE/DISTRIBUCIÓN
-  EQUIPAMIENTO CD



LOGISTEC SHOW 2018

NEGOCIOS EN MOVIMIENTO
9 Y 10 DE MAYO - MEGACENTRO
CENTRO LOGÍSTICO AEROPARQUE

REVISTA
Logistec
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile
www.revistalogistec.com

9 - 10 MAYO 2018

Más información escribanos a revista@revistalogistec.com