REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]

9 - 10 MAYO - #LOGISTECSHOW - REGÍSTRESE EN: www.logistecshow.cl

APRENDAMOS DEL PASADO

DISRUPTORES EN LA CADENA LOGÍSTICA

SCCC Supply Chain Council Chile

alog chile asociación logística A.G.

LOGISTEC EDICIÓN 105

MARZO/ABRIL 2018

SUPPLY CHAIN: EL BOOM DEL E-COMMERCE B2B
ECOMMERCE: BODEGAS Y SUS PROYECCIONES PARA EL 2018
TECNOLOGÍA: GRÚAS EL EQU[illegible]AMIENTO PROTAGONISTA DEL CD
LOGÍSTICA: CAMBIOS GENERA[illegible] EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

www.logistecshow.cl

ESTAS INVITADO!
9 Y 10 DE MAYO 2018
AL EVENTO LOGISTICO MÁS COMPLETO

PROGRAMA DE CONTENIDOS
PROVEEDORES ESTRATÉGICOS
LANZAMIENTOS Y NOVEDADES
REUNIONES DE NEGOCIO
HUB/NETWORKING
TORNEO "SUPPLY CHAIN GAME"
SHOW ROOM EQUIPOS

DESCARGA
LA APP OFICIAL
Y CONÉCTATE

Patrocina: alog chile, AsexMa, CCS, proCHILE, SCCC Supply Chain Council Chile

Auspicia: ESTRELLA, MEGACENTRO, JUNGHEINRICH, SYMPLE

Organiza: Logistec

www.agunsa.com

UN SERVICIO FLEXIBLE HECHO A LA MEDIDA PARA CADA CLIENTE

logistica@agunsa.com

¡LLEGÓ EL MOMENTO DE REUNIRNOS! LOGISTEC SHOW 2018

...

Ha llegado el momento de reencontrarnos nuevamente. Conocemos el mercado logístico y sus pormenores, tras más de 15 años siendo una plataforma de comunicación, interacción y contacto entre clientes y usuarios de la logística, a nivel nacional. Sabemos lo que necesitan y por eso en esta oportunidad hemos preparado un fiesta especial para la logística, en nuestra V versión de Logistec Show 2018, evento que reunirá a más 80 empresas de las importante del país y a más de 4 mil asistentes, quienes se darán cita este 9 y 10 de mayo en las instalaciones de Megacentro Aeropuerto.

Esta instancia es una oportunidad única para estrechar lazos en la industria, interactuar directamente con prospectos y clientes o mostrar las novedades que nos ofrece el mercado. En esta oportunidad, el sello está en la interacción; entendida como la posibilidad de reunir a los distintos eslabones de la cadena, en un entorno distendido y de comunicación directa.

En Logistec sabemos cómo hacerlo y por eso agradecemos la confianza que decenas de empresas han puesto en Logistec Show 2018. Esta edición los acompañará con información relevante sobre los desafíos que plantea el comercio electrónico a la industria logística, en especial, en sectores como la industria del vestuario online. Además, através de un análisis abordamos los tres principales ejes que amenazan la cadena logística de las compañías este 2018. Por otra, a través de datos entregado por la industria, analizaremos el mercado de las grúas con los indicadores 2107 y sus proyecciones para este año.

Esperamos disfruten la lectura de esta edición y nos reunamos en Logistec show 2018 - www.logistecshow.cl

PUNTO DE VISTA 04
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

DÍA EN 24
CIAL ALIMENTOS

EN PRÁCTICA
AGUNSA LOGISTICS 36
ARRIMAQ 38
IFX NETWORKS 46
CAMPOS DE CHILE 48

LÍDERES
CLAUDIO PLAZA 40
PAOLA SECCIA 42
SERGIO FLORES 44

PERFIL EMPRESARIAL 70
GRUPO BIMBO

MARKETPLACE FARMAZON 74
CAMBIOS GENERACIONALES 78
PUBLICACIÓN DE TESIS 82

ASOCIACIONES 88
LOGISNEWS 92

P10
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
10. DEVOLUCIONES Y EL PROCESO DE COMPRA
14. EL BOOM DEL E-COMMERCE B2B
18. MERCADO DE LA MODA

P28
e-COMMERCE
28. MERCADO NACIONAL DE BODEGAJE
32. DISRUPTORES EN LA CADENA LOGÍSTICA

P50
TECNOLOGÍA
50. GRÚAS, EQUIPAMIENTO PROTAGONISTA DEL CD
54. DEPARTAMENTO TI

P62
LOGÍSTICA
62. DESAFÍOS DEL NUEVO MINISTERIO
66. SAN ANTONIO, MEGA PUERTO

REVISTA Logistec

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO

JUNGHEINRICH Machines. Ideas. Solutions. — www.jungheinrich.cl ❱ C4
LOGISTEC SHOW 2018 — www.logistecshow.cl ❱ C2
MEGACENTRO — www.megacentro.cl ❱ C3
AGUNSA — www.agunsa.cl ❱ 1
CAMPOS DE CHILE Constructora — www.campos-chile.cl ❱ 5
EMO TRANS Customized Global Logistics — www.emotrans.com ❱ 7
BSF BODEGAS SAN FRANCISCO — www.bsf.cl ❱ 9
eit LOGISTICA — www.eit.cl ❱ 13
DERCO maq — www.dercomaq.cl ❱ 15
QuadMinds — www.quadminds.com ❱ 17
BODENOR FLEXCENTER PARQUES LOGÍSTICOS — www.bodenorflexcenter.cl ❱ 19
LOGINSA OPERADOR LOGÍSTICO — www.loginsa.com ❱ 21
TATTERSALL Maquinarias — www.tattersall-maquinarias.cl ❱ 23
SYMPLE EXPERTOS EN SUPPLY CHAIN — www.symple.cl ❱ 31
TW LOGISTICA — www.tw.cl ❱ 35
ARRIMAQ — www.arrimaq.com ❱ 41
MECALUX — www.mecalux.cl ❱ 43
PALLETPARKING On Demand Warehousing — www.www.palletparking.cl ❱ 45
Cygnus Suite real time. real success. — www.cygnussuite.com ❱ 53
IMOLOG — www.imolog.cl ❱ 55
Linde High Lift Chile S.A. Linde — www.linde-hl.cl.cl ❱ 59
Danco — www.danco.cl ❱ 65
mindugar S.A. — www.mindugar.com ❱ 69
CENTRAL BODEGAS — www.centralbaodegas.cl ❱ 73
SLI TAMEGAL — www.sli-tamegal.cl ❱ 75
MEGAPARQUE CHILE — www.megaconsulting.cl ❱ 77
PTL outsourcing de procesos — www.ptl.cl ❱ 79
ESTRELLA — www.estrellasolitaria.cl ❱ 81
REFRICENTRO S.A. — www.refricentro.cl ❱83
ar racking SISTEMAS DE ALMACENAJE — www.ar-racking.cl ❱ 85
Paulsen — www.paulsentransportes.cl ❱ 87
up-time — www.up-time.cl ❱ 89
ifx Networks — www.ifxnetworks.com ❱ 95
SDI — www.sdigroup.cl ❱ INSERTO

AÑO 17 EDICION 105
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 Rios 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
mariavictoria.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.

Por Armen Ovanessof y Eduardo Plastino,
Director Ejecutivo de Accenture.

CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PUEDE GENERAR CRECIMIENTO EN SUDAMÉRICA.

Sudamérica tiene la necesidad apremiante de lograr una solución sostenible para su persistente bajo nivel de productividad y crecimiento económico. Afortunadamente, en el horizonte se vislumbra un nuevo factor de producción, que promete transformar la base del crecimiento económico en toda la región y más allá.

El fin del último boom económico en Sudamérica, a principios de esta década, expuso una vez más la dependencia que tiene la región de las exportaciones de productos básicos y una incapacidad de abordar su persistente déficit de productividad. Nuestro estudio revela que la capacidad que tiene la inversión de capitales de impulsar el progreso económico está declinando y que el crecimiento de la mano de obra es cada vez más lento. Estas dos palancas son los determinantes tradicionales de la producción; sin embargo, no pueden proporcionar el crecimiento y la prosperidad duradera que buscan las economías sudamericanas.

Aun así, el pesimismo a largo plazo es injustificado. Dada la reciente convergencia de un conjunto transformador de tecnologías, las economías están ingresando a una nueva era en la cual la inteligencia artificial (IA) tiene el potencial de superar las limitaciones físicas del capital y la mano de obra, generando nuevas fuentes de valor y crecimiento. En efecto, Accenture analizó 5 economías sudamericanas, así como de varios otros países desarrollados y emergentes, y encontró que la IA tiene el potencial de agregar hasta un punto porcentual a los índices de crecimiento económico anual de la región para el año 2035.

Sudamérica ya está tomando a la IA muy seriamente. Las empresas mineras ya están utilizando máquinas autónomas en las minas de Perú; los reclutadores de personal aprovechan los algoritmos de

Construyendo confianza

Build to Suit

- Construimos tu centro logístico
- Altos estándares constructivos
- Plazos ajustados de ejecución
- Automatizaciones para e-commerce
- Gestionamos tu proceso logístico

Diseña

a tu medida y aumenta la rentabilidad por metro cuadrado.

CAMPOS DE CHILE
Constructora

9 - 10 MAYO - EXPOSITOR LOGISTEC SHOW 2018 - cuéntanos en www.logistecshow.cl -

www.campos-chile.cl

22 933 4455

Miremos tan solo la amplia adopción en atención al cliente de los"chatbots", es decir los asistentes virtuales que ayudan a las personas en su lengua nativa. En la actualidad, las empresas desde el Banco Galicia de Argentina hasta la aerolínea colombiana Avianca y la plataforma de e-commerce brasileña Shop Fácil emplean estos robots.

La tercera característica de la automatización artificial es la más poderosa: el auto-aprendizaje posibilitado por la repetitividad a escala. La start-up chilena The Not Company (o NotCo) desarrolló un algoritmo apodado Giuseppe, que analiza los productos alimenticios basados en proteínas animales y genera recetas de alternativas veganas que no sólo tienen el mismo gusto y textura, sino que también ofrecen una mejor nutrición. Para lograrlo, Giuseppe analiza la estructura molecular de los alimentos y descubre estructuras similares basadas en combinaciones de ingredientes veganos. Por ejemplo, Giuseppe hace "mayonesa" en base a almidón de papa, proteínas de arvejas y hojas de romero.

Cuánto más crece su base de datos, más aprende el algoritmo "chef"—y más combinaciones puede elaborar. Este aspecto de auto-aprendizaje de la IA es un salto en adelante fundamental. Mientras que el capital tradicional de la automatización se degrada con el tiempo, los activos de la automatización inteligente pueden mejorar continuamente.

AUMENTO DE LA MANO DE OBRA Y DE CAPITAL

Una parte importante del crecimiento económico de la IA no provendrá del reemplazo de la mano de obra y el capital existentes, sino de un aumento de su eficacia.

Por ejemplo, la IA puede posibilitar que los seres humanos se concentren en aquellas partes de su función que agregan más valor. Tomemos un proceso engorroso y tradicionalmente lento como la selección de personal. La empresa chilena AIRA (Artificial Intelligence Recruitment Assistant) ha desarrollado un sistema para publicar avisos de búsquedas laborales en los sitios web de selección más utilizados, leer y clasificar todos los CVs, aplicar pruebas psicométricas y realizar entrevistas en video con los candidatos. El desempeño de los candidatos es evaluado utilizando emotion analytics, que traduce sus niveles de atención y expresiones faciales en números. Al finalizar este breve proceso, los reclutadores humanos pueden concentrar su escaso tiempo en entrevistas en profundidad con los candidatos mejor calificados.

Asimismo, la IA aumenta la capacidad de la mano de obra complementando las capacidades humanas y ofreciendo a los empleados nuevas herramientas para mejorar su inteligencia natural. Por ejemplo, varias empresas en Brasil están preparándose para incorporar sistemas de inteligencia híbrida" a sus servicios de soporte post-venta. Para ello, utilizan un robot que recaba información de los clientes a partir de interacciones previas con la empresa, como por ejemplo compras de productos, comunicación directa o referencias en las redes sociales. Luego proporciona al asistente humano información sobre al estado de ánimo del cliente y cualquier queja que haya referido, y también puede sugerir promociones que podrían ser relevantes para cada cliente en particular.

DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN

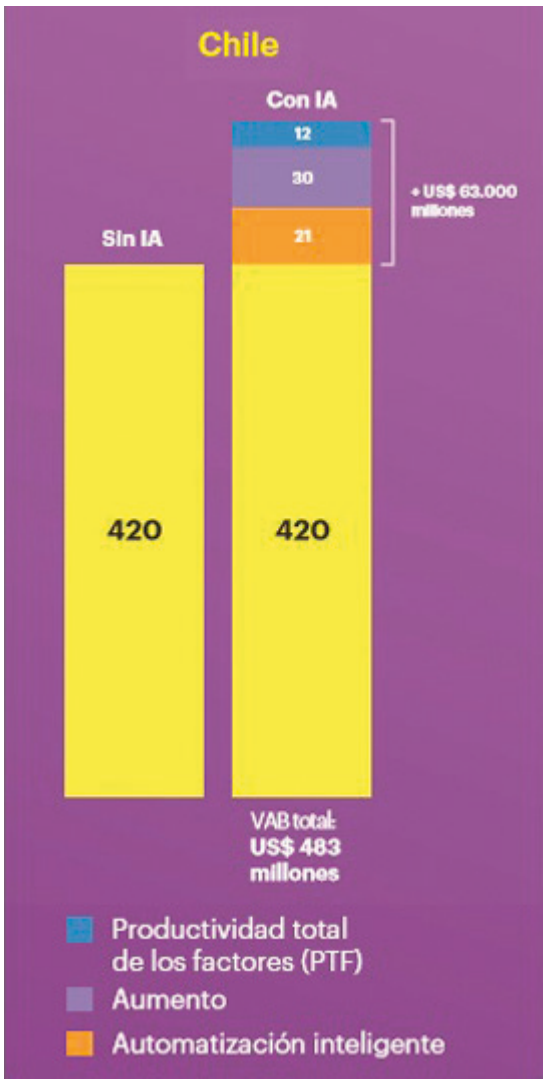
Uno de los beneficios menos discutidos de la inteligencia artificial es su capacidad de impulsar innovaciones a medida que se esparce en la economía. Tomemos los vehículos autónomos, probablemente el producto de IA en desarrollo mejor publicitado hasta ahora. Dado que la innovación engendra más innovación, el impacto de los vehículos autónomos en las economías podría finalmente extenderse mucho más allá de la industria automotriz.

Por ejemplo, el pasajero—que ya no conduce—podría utilizar servicios móviles, abriendo nuevas oportunidades para anunciantes, retailers, y medios de comunicación, entre otras empresas, para que elaboren ofertas innovadoras. La industria aseguradora podría generar evaluaciones de riesgo más precisas y nuevos flujos de ingresos a partir de las enormes cantidades de datos que los vehículos autónomos y sus conductores conectados producen. También se abren oportunidades de innovación para el sector público, ya que los datos precisos del tránsito y los caminos en tiempo real, generados por los vehículos y otras fuentes, posibilitan la creación de nuevas formas de cobrar por el uso de las vías y controlar el congestionamiento y la contaminación.

Sudamérica ya está viendo el uso y el diseño de los vehículos autónomos para ambientes controlados, como por ejemplo las minas y los puertos, pero a medida que la tecnología y la normativa avancen, las oportunidades se multiplicarán.

Para Rodrigo González, Presidente Ejecutivo de Accenture Chile, "la Inteligencia Artificial (IA) ha surgido como un nuevo componente para empujar el crecimiento y la productividad, en conjunto con los capitales de inversión y humano, en Sudamérica. Sin ir más lejos, Accenture analizó a cinco países que representan el 85% del PIB de la región (Chile, Argentina, Perú, Brasil y Colombia), y concluyó que la IA podría aumentar en 1 punto porcentual el crecimiento económico anual de la región de aquí al año 2035. En el caso de Chile, el estudio concluyó que la IA tiene el potencial de agregar US$ 63 mil millones al Valor Agregado Bruto (VAB) del país, lo que demuestra la importancia de invertir y promover correctamente el desarrollo de nuevas tecnologías a lo largo de la economía nacional". LGT

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Punto de Vista



pueden revisar 1.000 documentos legales en cuestión de días en lugar tomarles seis meses a tres personas.

Análogamente, la IA puede materializarse como capital físico, como por ejemplo los robots y las máquinas inteligentes. Y, a diferencia del capital convencional como son las máquinas y los edificios, puede mejorar con el tiempo, gracias a sus capacidades de auto-aprendizaje.

En base a nuestro análisis y modelización, podemos ilustrar qué sucede cuando la IA se percibe como un nuevo factor de producción en lugar de solamente un mejorador de la productividad. El verdadero potencial de la IA está en esta capacidad de complementar y mejorar los factores tradicionales de producción. Como nuevo factor de producción, la IA puede generar crecimiento de tres maneras importantes, como mínimo. En primer lugar, puede crear una nueva fuerza de trabajo virtual—que denominamos "automatización inteligente". En segundo lugar, la IA puede complementar y mejorar las habilidades y capacidades de las fuerzas de trabajo existentes y el capital físico. En tercer lugar, como otras tecnologías previas, la IA puede estimular innovación en la economía más allá de su actuación directa.

Con el tiempo, esto se convertirá en un catalizador para lograr una transformación estructural amplia, ya que las economías que utilizan la IA no solamente hacen las cosas de manera diferente, sino que harán cosas diferentes.

AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE

La nueva ola de automatización inteligente impulsada por la IA ya está generando crecimiento a través de un conjunto de características diferentes de las soluciones tradicionales de automatización. La primera característica es su capacidad de automatizar las tareas complejas del mundo físico que requieren adaptabilidad, agilidad y aprendizaje. Consideremos las dificultades y los peligros a los que se enfrentan las personas al detectarse gases nocivos en una mina. Los investigadores de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) de Perú han desarrollado un robot de cuatro ruedas que explora la mina en forma autónoma para detectar metano, dióxido de carbono y amoníaco. El robot utiliza sensores para detectar estos gases y luego genera rutas para aplicar dentro de la mina, a medida que recoge información sobre los niveles de gas.

La segunda característica distintiva de la automatización inteligente impulsada por la IA es su capacidad de solucionar problemas en diferentes industrias y puestos de trabajo—al contrario de la tecnología de automatización tradicional, cuya aplicación es específica para cada tarea.

Miremos tan solo la amplia adopción en atención al cliente de los"chatbots", es decir los asistentes virtuales que ayudan a las personas en su lengua nativa. En la actualidad, las empresas desde el Banco Galicia de Argentina hasta la aerolínea colombiana Avianca y la plataforma de e-commerce brasileña Shop Fácil emplean estos robots.

La tercera característica de la automatización artificial es la más poderosa: el auto-aprendizaje posibilitado por la repetitividad a escala. La start-up chilena The Not Company (o NotCo) desarrolló un algoritmo apodado Giuseppe, que analiza los productos alimenticios basados en proteínas animales y genera recetas de alternativas veganas que no sólo tienen el mismo gusto y textura, sino que también ofrecen una mejor nutrición. Para lograrlo, Giuseppe analiza la estructura molecular de los alimentos y descubre estructuras similares basadas en combinaciones de ingredientes veganos. Por ejemplo, Giuseppe hace "mayonesa" en base a almidón de papa, proteínas de arvejas y hojas de romero.

Cuánto más crece su base de datos, más aprende el algoritmo "chef"—y más combinaciones puede elaborar. Este aspecto de auto-aprendizaje de la IA es un salto en adelante fundamental. Mientras que el capital tradicional de la automatización se degrada con el tiempo, los activos de la automatización inteligente pueden mejorar continuamente.

AUMENTO DE LA MANO DE OBRA Y DE CAPITAL

Una parte importante del crecimiento económico de la IA no provendrá del reemplazo de la mano de obra y el capital existentes, sino de un aumento de su eficacia.

Por ejemplo, la IA puede posibilitar que los seres humanos se concentren en aquellas partes de su función que agregan más valor. Tomemos un proceso engorroso y tradicionalmente lento como la selección de personal. La empresa chilena AIRA (Artificial Intelligence Recruitment Assistant) ha desarrollado un sistema para publicar avisos de búsquedas laborales en los sitios web de selección más utilizados, leer y clasificar todos los CVs, aplicar pruebas psicométricas y realizar entrevistas en video con los candidatos. El desempeño de los candidatos es evaluado utilizando emotion analytics, que traduce sus niveles de atención y expresiones faciales en números. Al finalizar este breve proceso, los reclutadores humanos pueden concentrar su escaso tiempo en entrevistas en profundidad con los candidatos mejor calificados.

Asimismo, la IA aumenta la capacidad de la mano de obra complementando las capacidades humanas y ofreciendo a los empleados nuevas herramientas para mejorar su inteligencia natural. Por ejemplo, varias empresas en Brasil están preparándose para incorporar sistemas de inteligencia híbrida" a sus servicios de soporte post-venta. Para ello, utilizan un robot que recaba información de los clientes a partir de interacciones previas con la empresa, como por ejemplo compras de productos, comunicación directa o referencias en las redes sociales. Luego proporciona al asistente humano información sobre al estado de ánimo del cliente y cualquier queja que haya referido, y también puede sugerir promociones que podrían ser relevantes para cada cliente en particular.

DIFUSIÓN DE LA INNOVACIÓN

Uno de los beneficios menos discutidos de la inteligencia artificial es su capacidad de impulsar innovaciones a medida que se esparce en la economía. Tomemos los vehículos autónomos, probablemente el producto de IA en desarrollo mejor publicitado hasta ahora. Dado que la innovación engendra más innovación, el impacto de los vehículos autónomos en las economías podría finalmente extenderse mucho más allá de la industria automotriz.

Por ejemplo, el pasajero—que ya no conduce—podría utilizar servicios móviles, abriendo nuevas oportunidades para anunciantes, retailers, y medios de comunicación, entre otras empresas, para que elaboren ofertas innovadoras. La industria aseguradora podría generar evaluaciones de riesgo más precisas y nuevos flujos de ingresos a partir de las enormes cantidades de datos que los vehículos autónomos y sus conductores conectados producen. También se abren oportunidades de innovación para el sector público, ya que los datos precisos del tránsito y los caminos en tiempo real, generados por los vehículos y otras fuentes, posibilitan la creación de nuevas formas de cobrar por el uso de las vías y controlar el congestionamiento y la contaminación.

Sudamérica ya está viendo el uso y el diseño de los vehículos autónomos para ambientes controlados, como por ejemplo las minas y los puertos, pero a medida que la tecnología y la normativa avancen, las oportunidades se multiplicarán.

EL POTENCIAL DE LA IA

Para entender el valor de la IA como un nuevo factor de producción, Accenture y Frontier Economics modelizaron el posible impacto de la IA para cinco economías que, en conjunto, generan alrededor del 85% de la producción económica sudamericana.

Nuestros resultados revelan oportunidades notables para la creación de valor. Descubrimos que la IA tiene el potencial de adicionar hasta un punto porcentual a los índices anuales de crecimiento económico en la región –un remedio poderoso para la desaceleración de los últimos años. (…) En toda Sudamérica, el crecimiento más rápido viabilizado por la IA reducirá la cantidad de años necesarios para que cada economía duplique su tamaño.

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Punto de Vista

ESTAMOS PREPARADOS PARA ENTREGAR LA EXPERIENCIA 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

DEVOLUCIONES: UN FACTOR DECISIVO EN EL PROCESO DE COMPRA ONLINE

EL COMERCIO ELECTRÓNICO CRECE Y LOS RETOS QUE INTEGRA SON CADA VEZ MÁS EXIGENTES; SIENDO SIEMPRE EL CENTRO DE ELLOS GENERAR ALTOS GRADOS DE CONFIANZA DE PARTE DEL CONSUMIDOR; CONFIANZA QUE DERIVE EN SU FIDELIZACIÓN, OBJETIVO QUE –BÁSICAMENTE- SE LOGRA, CUMPLIENDO CON LA PROMESA DE ENTREGA AL CLIENTE Y EN LA MISMA MEDIDA TENIENDO POLÍTICAS EFICIENTES DE LOGÍSTICA INVERSA.

Tan apreciada es para el consumidor el cumplimiento de la promesa de entrega como la posibilidad de una devolución eficiente y sin trabas. Las cifras avalan esta premisa, si consideramos lo expuesto por el Estudio de Adimark "Perfil del consumidor online en Chile" que entre otros parámetros establece que para tomar la decisión de compra, lo primero que evalúan los consumidores es "si los precios son buenos (79%), si el despacho es rápido (58%), si las políticas de devolución son simples (48%) y si es posible monitorear el estado del envío (48%)". Lo cierto es que la logística inversa se ha convertido en una estrategia clave para asegurar la satisfacción del cliente en el sector eCommerce y para ser exitosos no debe dejar esta operación al azar.

En la contraparte, es válido establecer que las operaciones de devolución de productos suman costos importantes –y en algunos casos inesperados- para los negocios online, por lo cual es crucial que los actores del e-Commerce generen estrategias eficientes que hagan de este eslabón un proceso orgánico a nivel financiero y logístico. Un reto más que vigente, si se tienen en cuenta las proyecciones de la Asociación de Logística Inversa (RLA) que estima que a nivel global el e-Commerce crecerá a una tasa del 15% anual y en 2018 alcanzará ventas por 5 billones de dólares. De este pool de ventas proyectadas, tres de los gigantes del e-Commerce mundial: Amazon, Home Depot y Walmart, establecen que entre el 20% al 30% de los productos vendidos por sus respectivos canales online serán devueltos.

DE LA** ESTRATEGIA **INTERNA

Considerando la oportunidad de fidelización que representa para los e-Commerce generar una estrategia eficiente de logística inversa, es importante establecer algunos conceptos específicos. En lo conceptual, se entiende como logística inversa como aquel proceso que se ocupa de gestionar el flujo de materiales, bienes y mercancías pero en el sentido inverso al tradicional. En ese sentido se encarga de gestionar la devolución de materiales, bienes y mercancías, es decir, desde el cliente final hasta su punto de origen.

La infraestructura necesaria para este tipo de logística es prácticamente la misma que la utilizada en la tradicional, pero para poder llevarla a cabo es necesario implementar nuevos procedimientos de control y planificación; y por supuesto contar con líderes idóneos para este proceso.

A este respecto, Tony Sciarrota, director ejecutivo de la Asociación de Logística Inversa, ha expresado con preocupación que "muchas empresas ni siquiera cuentan con un gerente de logística inversa", un factor de importancia, considerando que es primordial reconocer que las devoluciones siempre estarán presentes en los modos de comercio. Ante esta realidad, es necesario conocer los tipos de logística inversa para poder implementarlas adecuadamente en cada empresa y ahorrar significativamente en costos logísticos.

Considerando lo anterior, el vocero de la RLA indicó que son cada vez más los comercios online que se toman en serio los procesos de logística inversa, "con estrategias orientadas hacia la sostenibilidad y la simplificación de estos procesos". Tomando como referencia a los comercios electrónicos mencionados en las líneas precedentes, tenemos que Home Depot, por ejemplo, tiene un nivel de satisfacción al cliente superior al 80%, principalmente porque el 90% de sus devoluciones las realizan sus propios clientes directamente en tiendas.

Gracias a su amplia cobertura territorial, los clientes tienen la facilidad de presentarse a hacer su aclaración y devolución, con lo cual Home Depot tiene la oportunidad de satisfacer sus necesidades. Otro ejemplo a destacar es la política de devoluciones de Amazon, quien ha creado alianzas con comercios al detalle. De esta forma, los clientes pueden dejar sus paquetes de devolución en dichos puntos de "extracción" y en menos de 24 horas, el producto ya está embarcado en los depósitos de la empresa de comercio.

ESTRATEGIAS ***DE DEVOLUCIÓN***

En cuanto a las devoluciones de productos se refiere, el consumidor medio aún sigue algo descontento. Y es que muchos estudios a nivel global revelan que el cliente considera a este apartado el punto débil de algunos e-Commerce donde han comprado. En este aspecto, y según un estudio de ComScore y UPS, solo el 55% de los consumidores están satisfechos con la política de devoluciones de las tiendas en las que compran. Algunos usuarios hasta llegan a sentirse indefensos a la hora de reclamar la devolución del dinero o el cambio por otro artículo por las políticas establecidas por las empresas.

Según un estudio mencionado, los envíos y las devoluciones de forma gratuita son dos de los principales intereses de un consumidor a la hora de comprar en Internet. Si bien, la relación precio- calidad del producto es lo primero en lo que se fija el consumidor electrónico, el segundo factor que entra en juego es el envío y la devolución. No es de extrañar entonces que las empresas de logística hayan tenido que aumentar sus campos de actuación y establecer nuevos servicios de entrega y devolución, fortaleciendo la comunicación entre los e-Commerce y sus clientes, considerando que el factor de gratuidad es –en la mayoría de los casos- inviable.

En consecuencia, si bien hay pocos comercios electrónicos que ofrecen el servicio de devolución de forma gratuita y en ocasiones es el consumidor el que tiene que hacerse cargo de las tasas de devolución; ocurre que le proceso de logística inversa se evalúa ineficiente, llevando al consumidor a la insatisfacción y rechazo de la experiencia de compra online. Básicamente, la reflexión es "si pago, espero eficiencia en el proceso de devolución".

¿Cómo hacer frente a esta crisis? La respuesta que deduce el estudio de ComScore es interesante: crear medidas para promover la confianza del consumidor, aumentando los tiempos de devolución establecidos, por ejemplo; entregando diversos métodos de devolución; manteniendo una comunicación fluida entre el e-Commerce y el cliente, empezando por establecer una política de devolución clara y reducir el tiempo que se le dedica a los reembolsos, algo que hará que los clientes estén tranquilos y quieran volver a comprar en nuestro comercio online. Como sea, lo importante es que este proceso es siempre susceptible a mejoras.

En este contexto, según la encuesta IMRG UK Consumer Home de Reino Unido indica que el 80% de los encuestado asegura que el factor retorno es uno de los puntos más importante a la hora de decidirse por un producto, lo anterior nos lleva a establecer que las empresas deben comprender que una política de devoluciones clara ayuda a dar credibilidad al servicio que se está ofreciendo. Muchos son los motivos por los cuales un cliente decide devolver un producto, siendo las más recurrentes el que el producto no cumple las expectativas del cliente, que éste llegue roto o en mal estado, que el producto no cumpla las expectativas del cliente, que el producto sea erróneo o que la entrega del mismo se haya retrasado y el cliente ya no lo quiera.

ALGUNOS USUARIOS HASTA LLEGAN A SENTIRSE INDEFENSOS A LA HORA DE RECLAMAR LA DEVOLUCIÓN DEL DINERO O EL CAMBIO POR OTRO ARTÍCULO POR LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LAS EMPRESAS.

Lo primero que debemos tener claro acerca de la Política de Devolución de un comercio online es que este texto debe ser claro y conocido por el cliente, contenido en el sitio web de la tienda online para ser consultado –previo a la compra- por el consumidor. Este primer factor generará un aumento de la confianza del consumidor en el canal online o la marca. Lo primer es ser transparentes. Dos son los elementos más determinantes de la Política de Devolución: la experiencia y el costo. Como sea, lo esencial es comunicar cabal y claramente la política de la empresa en ambos rangos. En lo que se refiere al costo, uno de los puntos más sensibles, es primordial establecer claramente quién asume los costes de devolución y bajo qué parámetros. En este punto, si ejemplificamos una Política promedio tenemos que muchos comercios online optan por la devolución gratuita cuando el motivo es imputable a la empresa en cuestión

DEVOLUCIONES AMAZÓN CON EL CLIENTE COMO EJE

Para algunas compañías de e-Commerce su eficiente Política de Devoluciones se ha convertido en una especie de valor de marca que las separa de la competencia y que las hace incluso diferentes de las tiendas físicas. Por cierto, una buena Política de Devolución es sinónimo de eficiencia logística, respaldo y un servicio de calidad.

En internet y en e-Commerce, firmas como Amazon han conseguido repicar esa sensación. Los consumidores se sienten cómodos comprando en Amazon porque saben que su servicio de atención al cliente siempre estará ahí para respaldarlos. **¿Cuáles son los secretos para triunfar que emplea Amazon?** La compañía parte de una filosofía en la que se considera que la atención al cliente post compra es una parte más de la experiencia de consumo, lo que hace que se cuide al extremo. Tienen un sistema siempre vigilante de lo que está ocurriendo con los consumidores y tienen una red de atención al cliente que siempre se esfuerza por encontrar una solución al problema del comprador, entre ellas el difícil factor de la devolución. En torno a su Política, propiamente tal, tenemos que los plazos son flexibles, siendo la garantía legal un plazo de 14 días después de la compra, el que se puede extender incluso a los 30 días.

El derecho de disentimiento de la compra también queda muy claramente expresado en los textos informativos, indicando claramente al usuario los motivos y 'excepciones' a los que se adhiere su proceso de devolución según el tipo de producto y estado del mismo.

En torno a los costos, éstos también están claramente expresados, de acuerdo a las regiones en las que Amazon opera. Siendo el costo cargado al reembolso o gratuito a partir del uso de etiquetas de devolución de franqueo pagado, por ejemplo.

(el producto llega en malas condiciones, existió retraso en la entrega o el pedido es erróneo), mientras que el costo de la devolución se imputa al cliente si los motivos no son responsabilidad de la compañía (el producto no es lo que esperaba o simplemente, no lo quiere).

En este punto, también se da que muchos comercios online asumen una política de devoluciones sin trabas "motivacionales", es decir, aceptan sin preguntas la devolución de cualquier artículo. Mientras que, en contraparte, otros optan por obstaculizar este proceso. Esta primera situación de la Política de Devoluciones es determinante para que un cliente opte por la compra de un artículo.

En torno a la experiencia, tenemos que muchas compañías online optan por diferentes metodologías de devolución, tales como: retiro en el punto de entrega, retiro en un punto de venta propio o en un punto de conveniencia, por sólo mencionar algunos. No obstante, lo ideal es que la experiencia sea rápida y con el menor nivel de estrés para el cliente.

Por cierto, siempre en torno a la Experiencia, otra estrategia interesante tiene relación con la entrega de instrucciones de devolución durante el despacho del producto; instrucciones que adjuntan una etiqueta de devolución, que agiliza el proceso mejorando la satisfacción del cliente.

En definitiva, es recomendable no ver las devoluciones como un problema sino como una oportunidad de fidelizar al usuario: si éste queda satisfecho y la empresa genera una buena experiencia a un costo apropiado lo más probable es que el cliente vuelva a comprar en dicha tienda online en el futuro. Cabe considerar que, en tiempos en que el principal factor diferenciador en un mercado tan competitivo como el actual es la calidad de servicio, la importancia que tiene para el desempeño y performance de una empresa diseñar una cadena logística con una mirada puesta en cliente y garantizar una experiencia de compra exitosa, es fundamental.

Atrás quedaron los años donde los costos operacionales eran el objetivo central de la ejecutivos logísticos. Si bien, el factor costo siempre está presente, hoy el enfoque del área está en dejar de ser un sector de soporte (operacional) al funcionamiento de una empresa y asumir un rol activo como parte de los pilares centrales y estratégicos de una compañía.

El comercio electrónico, sin duda, ha modificado las formas de operar. La multicanalidad ha obligado a las empresas a rediseñar muchas veces las operaciones. Pero esta situación –que a primeras luces se vio como una dificultad- se ha transformado en la instancia perfecta para resaltar las nuevas cualidades operacionales, donde la logística inversa (dado el rol de las devoluciones) es fundamental. LGT

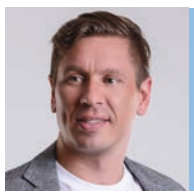
EL BOOM DEL E-COMMERCE B2B:

AL HABLAR DE E-COMMERCE, PENSAMOS AUTOMÁTICAMENTE EN LA VENTA RETAIL, DIRIGIDA AL CONSUMIDOR FINAL, Y LA MAYORÍA DE LAS NOTICIAS DESTACAN ESE FOCO. SIN EMBARGO, ABUNDAN EJEMPLOS QUE INDICAN QUE LLEGÓ EL MOMENTO DE VOLVER LA MIRADA AL COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS, EL LLAMADO B2B POR SUS SIGLAS EN INGLÉS, ACÁ UNA REFLEXIÓN DE LAS CONSIDERACIONES ADICIONALES A EVALUAR.

ES HORA DE DIGITALIZAR LAS VENTAS ENTRE EMPRESAS

En lo que a e-commerce respecta, el 2018 será el año en que las empresas, sin importar su rubro, interactúen entre sí de forma virtual para concretar sus ventas. Las razones que revolucionaran el B2B son, básicamente, tres: la proliferación de marketplaces (que necesitan transacciones automatizadas ágiles con sus múltiples proveedores y distribuidores); la tendencia mundial de transformación digital, y la alta competitividad de los negocios internacionales.

Los pedidos B2B tienen múltiples complejidades propias del segmento. Algo tan sencillo como comprar lápices para una oficina de abogados puede tener bastantes complejidades, que uno ni imagina: ¿los lápices que usan los administrativos y los socios de la oficina, son los mismos? ¿cuántos lápices se necesitan realmente, y de qué tipo? ¿cuándo es mejor pedirlos? ¿a qué centro de costo deben cargarse? ¿cómo le pagamos al proveedor?



Por: Gert Findel
CEO
Acid Labs

Una perfecta solución para esto es la ideada por Staples -el mayor proveedor de insumos de oficina del mundo- que digitalizó su Easy System con la ayuda de IBM (a través de su servicio Watson Conversation) y crearon el "Easy Button", una excelente forma de mostrar orientación al cliente, tratando de ayudarlo a resolver un problema. Se trata de un gadget con forma de botón rojo portable, que al ser pulsado pregunta al cliente ¿qué necesitas?, para que este grabe su requerimiento específico, que queda ingresado en el carro de compras de la cuenta.

El botón complementa las variadas opciones de compra del sistema: App, email, mensaje de texto, Facebook Messenger y slackbot. Considerando que cada miembro de una empresa (o un grupo clave) podría tener esta opción, se simplifica enormemente el proceso de compra de la empresa gracias a una interfaz de pedidos sin fisuras para los clientes en todo el ecosistema Staples Easy System (Recomiendo ver el video explicativo de Easy Botton en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=BpmvF8KPyag)

DERCO maQ

DERCOMAQ

TU ASESOR EXPERTO

EN MAQUINARIA LOGÍSTICA

JLG Stock Picker 20MSP

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.

*Fotografías referenciales.

KOMATSU FORKLIFT

STILL

HANGCHA FORKLIFT

JLG

SERVICIO | REPUESTOS | COBERTURA | ASISTENCIA TÉCNICA | RENTAL | USADOS | FINANCIAMIENTO

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

600 786 1000

dercomaq.cl

DERCO RESPALDA Y GARANTIZA

ALGUNOS DESAFIOS ***PARA EL B2B***

De las conversaciones con nuestros clientes, detectamos que repetir órdenes es sólo uno de los desafíos de los comercios B2B; pero existen otros que requieren ser considerados con igual detenimiento. Por ejemplo:

■ **Surtido de productos diferenciados por cliente, en función de las relaciones que se tengan con cada uno**. Un gran ejemplo son los proveedores de marcas propias para los supermercados en Chile.

Una plataforma adecuada para estas situaciones debiese permitir filtrar y ordenar el catálogo de productos, en función del comprador que esté frente a la pantalla. Una mejor solución aún, es tener un CMS específico para el catálogo de productos -conocidos como PIM- para alimentar estos sistemas de ventas, y así no tener que pensar en grandes migraciones simultáneas de órdenes, usuarios y catálogos.

■ **Precios unitarios diferenciados por cliente según negociaciones previas**. El mundo B2B considera en gran medida relaciones estables en el tiempo, con distribuidores que han demostrado cierto nivel de volumen o que han negociado diferentes condiciones de pago. Esto se refleja finalmente en contratos únicos, que deben considerarse a la hora que estos hacen sus pedidos. Estas condiciones de precios pueden, además, ser definidas para cada cliente en distintos escenarios de forma de pago o para ciertos rangos de volumen en las compras.

■ **Procesos de aprobación de órdenes**, muchas veces integrados con sistemas ERP externos, en particular para primeras compras. Las soluciones B2B deben proveer facilidades para hacer seguimiento de órdenes, divididas en diferentes etapas de aprobación o negociación, en función de los roles de los usuarios administradores de la plataforma. Esto se hace especialmente complicado cuando existen precios y promociones en más de un nivel de la cadena de abastecimiento. Por ejemplo: cuando una tienda pequeña de computación P está cotizando con el representante nacional R de dos grandes marcas internacionales A y B, teniendo en cuenta que en cada cotización el distribuidor R debe cotizar con ambas marcas originales A y B, y este mes hay promociones en la marca B, que R debe respetar a P.

■ **Líneas de crédito inteligentes**. Con empresas proveedoras de insumos de uso habitual, hay que solucionar varios temas que, si bien pueden parecer un detalle, se transforman en un verdadero dolor de cabeza. Por ejemplo, cuando el cupo está copado y se necesita comprar justo en ese momento; o ¿cómo se actualiza el ecommerce al pagar algo por adelantado? o al revés: ¿cómo deben liberar el cupo en finanzas del proveedor cuando la empresa cliente devuelve parte de un pedido?.

Estos son sólo algunos de los desafíos en el comercio B2B, pero hay otros aspectos a considerar: la oferta de servicios complementarios a la venta de productos, los procesos de post-venta, la entrega de información enriquecida a segmentos de clientes, los pedidos con despacho distribuidos a diferentes sucursales, etc.

Por esto, durante los últimos meses del 2017 nos propusimos observar el tema con más detención y conversar con las marcas de plataformas, como Magento, VTEX, IBM y otras, de las funcionalidades que soportaban y casos de éxito en Chile.

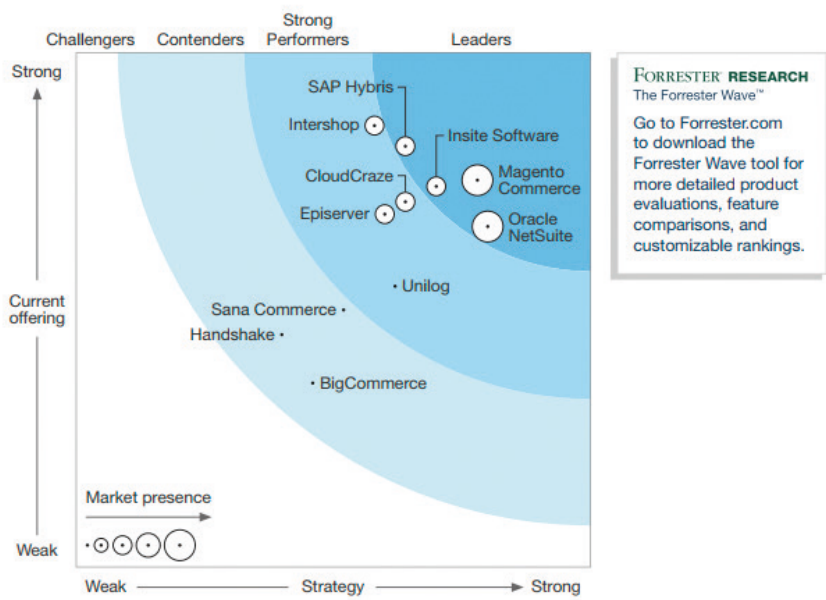
RECOMENDACIONES PARA IMPLEMENTAR UN B2B

Diseñar las experiencias en función del tipo de cliente: es muy distinto que tus compradores sean quioscos o que sean supermercados; cada cual tiene requerimientos y necesidades particulares y la experiencia debe considerarlas desde su gestación.

Pensar en condiciones de pago apropiadas a las empresas: el crédito es un modelo popular y bueno, pero hasta ahora, no está bien digitalizado.

Integrar los procesos de backend, logísticos y financieros con la venta, para disminuir los tiempos de burocracia (pagar offline para liberar un cupo retarda la venta, recepción con observaciones de las órdenes de despacho, etc.)

FIGURE 3 Forrester Wave™: B2B Commerce Suites For Midsize Organizations, Q3 '17



A LA HORA DE UTILIZAR UN COMERCIO ONLINE, LAS EMPRESAS, A DIFERENCIA DE LAS PERSONAS:

■ No usan la tarjeta de crédito a diestra y siniestra, no les gusta y no les acomoda ■ En general buscan un proceso ordenado y una relación a largo plazo. Por esto, hay que ayudarlos de a poco pero de forma consistente ■ Requieren de atención individualizada, las herramientas deben permitir auditoria ■ Tienen muchas personas que interactúan en las compras: el que necesita las cosas, el que las aprueba y el que las paga. Es necesario considerar sus experiencias por separado ■ Requieren de una logística de despacho que se adapte a sus requerimientos: al comprar grandes volúmenes, por lo general las entregas se van haciendo por partes y es de vital importancia cumplir con los plazos estipulados, especialmente cuando son insumos que se utilizan en el momento, como es el caso del cemento ■ Muchas veces requieren de entregas en diferentes sucursales para un mismo pedido que pueden estar bastante alejadas entre sí, por lo que es indispensable planificar una logística de despacho que abarque todos los puntos de entrega en el plazo estipulado.

Dado que hasta ahora la experiencia a nivel nacional es muy poca (situación que creemos cambiará drásticamente este año), acudimos a la literatura en busca de respuestas. Empezamos por el cuadrante mágico de Gartner, que es sin duda un ícono de referencias para la toma de decisiones TI. Lamentablemente, el análisis de Gartner es demasiado generalista y no considera los temas específicos del mundo B2B (ver cuadro y artículo completo en www.revistalogistec.com).

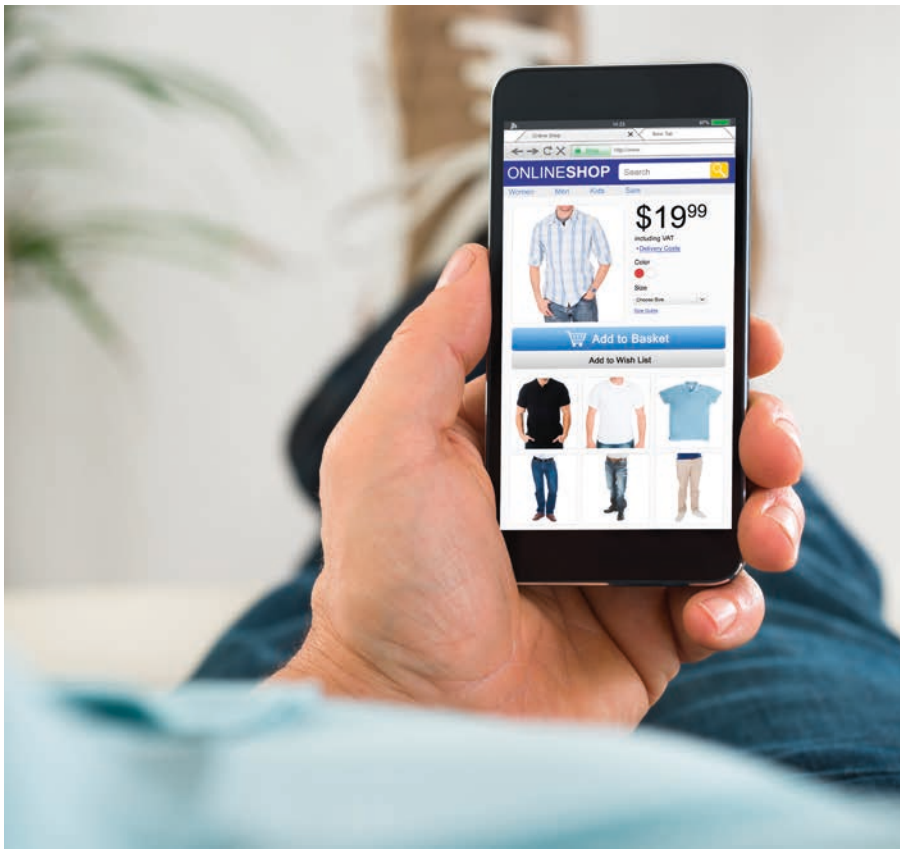
Seguimos investigando y nos encontramos con el reporte de Forrester Wave, particularmente un estudio enfocado en empresas medianas (USD $50 a $500 millones) y en específico para la problemática B2B. Este estudio muestra a otros competidores. Claramente urge integrar soluciones puntuales a la estrategia omnicanal B2B. Las compañías que logren capitalizar más efectivamente el crecimiento de los mercados digitales, tendrán en el corto plazo una ventaja estratégica para aumentar sus ventas, así como para obtener un -cada vez más útil- conjunto de datos de sus clientes y órdenes, que les permitirán hacer negocios más evolucionados en el futuro.

Lo más importante al diseñar una ecommerce B2B es pensar que este será una herramienta de uso habitual, por lo que es necesario ordenar el contenido y las acciones disponibles a los usuarios según su importancia y frecuencia de uso. Usabilidad por sobre todo es la consigna. **LGT**

MERCADO DE LA MODA:

LAS BARRERAS PARA LAS COMPRAS ONLINE SON CADA VEZ MENORES, PERMITIENDO A LAS USUARIOS ADQUIRIR UNA AMPLIA Y DIVERSA GAMA DE PRODUCTOS. EN ESTE ESCENARIO, UNO DE LOS RUBROS MÁS COMPLEJOS ES EL DE LA VENTA DE MODA ON LINE, YA QUE EL CONSUMIDOR DEBE ATREVERSE A ADQUIRIR UNA PRENDA DE VESTIR SIN EXPERIMENTAR ASPECTOS TRADICIONALES DE LA COMPRA, DEJANDO SÓLO AL SENTIDO DE LA VISTA Y- A VECES- A LA INTUICIÓN UNA ELECCIÓN QUE ES DETERMINANTE PARA SU SATISFACCIÓN.

EL NUEVO IMPULSO PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO CHILENO



¿Y si no me queda bien? Esta pregunta ha rondado en la cabeza de miles de consumidores al momento de evaluar la posibilidad de comprar vestuario o calzado, a través del comercio electrónico. La interrogante expuesta no es menor si consideramos que en la adquisición tradicional de vestuario el consumidor puede asegurarse de que la prenda seleccionada cumple con sus expectativas de calce, diseño y factura. En la venta On Line, en cambio, el cliente sólo puede ver el producto y calcular (o apostar), en base a curvas de talla, descripciones de texturas o comentarios de otros compradores, que la prenda seleccionada cumplirá con sus expectativas.

Volvemos al origen... ¿ Qué pasa si no me queda bien? Si la compra de vestuario On Line ya genera un alto nivel de ansiedad -en base a los aspectos descritos-, incertidumbre que se extiende si resulta que el producto adquirido no es lo que esperábamos. Aquí se levanta una nueva barrera difícil de escalar para este comprometido consumidor virtual: la devolución del producto. Como se ve, el mercado e-Commerce de Moda es mucho más complejo y competitivo de los que alcanzamos a vislumbrar.

Conscientes de la complejidad de su rubro, los actores exitosos del mercado de la moda On Line ha logrado sortear estas y otras problemáticas en base a probadas estrategias de venta, tales como: Catálogos online con fotografías de alta calidad, curvas de tallas cada vez más precisas o "probadores" virtuales, por sólo mencionar algunos. A su vez, los actores de este rubro han puesto énfasis en diseñar operaciones logísticas de alto estándar, en base a políticas de devolución claras, brindando diversas posibilidades de despacho, entrega y devolución.

Así, en los últimos años, el canal de compra On Line de Vestuario, Calzado y Accesorios ha experimentado un crecimiento exponencial en sus volúmenes de venta a nivel global. De muestra, un botón: Según una encuesta de la BBC, hecha a los consumidores Europeos, Alemania y España lideran la compra de ropa por Internet, considerando que más del 70% de los alemanes y un 50% de los españoles encuestados aseguran que compran estos ítems vía online. Pero, ¿qué pasa a nivel nacional? La respuesta está en las cifras que avalan la importancia del mundo e-Commerce en general, como canal de compra. De acuerdo a estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago, el co-

AGRADECEMOS LA CONFIANZA

VIRUTEX®

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCION DE CLASE MUNDIAL

EXPOSITOR LOGISTEC SHOW 2018 - 6 - 10 MAYO - encuéntranos en www.logisteccshow.cl

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

mercio electrónico en Chile habría alcanzado cerca de US$3700 millones en 2017 (20% más que el año anterior) y acelerando su performance hasta un 35% en lo que va de 2018, aproximándose a los US$ 5.000 millones. Ya de cara al 2020, la CCS estima que las ventas en esta modalidad superarían los US$8.000 millones.

¿A qué se debe este incremento? La rápida adaptación que han tenido los usuarios de los nuevos hábitos transaccionales online, es la respuesta. Además, se ha dado una tendencia emergente por parte de pequeñas empresas de migrar al e-Commerce y una adecuación, cada vez mayor – a través de mejores servicios- a las necesidades de los consumidores, quienes día a día son más exigentes.

En lo referido a las ventas de vestuario y el calzado vía On Line, específicamente, según la CCS, estos registraron un crecimiento del 6,9% y 3,6%, respectivamente, el año 2017; cifras auspiciosas que han, según diversas fuentes del sector, se registran gracias a que los principales retailers de moda del país han apostado por el canal virtual, desplegando varios esfuerzos, como mejorar las campañas publicitarias que incentivan el consumo de estos productos, realizar promociones exclusivas para compras a través de sus respectivas páginas web e introducir nuevas marcas que solo estén disponibles en los canales online.

Así, el interés de los retailers por potenciar las ventas de vestuario y calzado busca más que solo aumentar las comercializaciones y, por ende, los márgenes de venta. Para muchos, estos esfuerzos pretenden fidelizar a los consumidores con sus respectivos retailers y ser más competitivos de cara a la inminente llegada de Amazon al país.

*¡ESTAR A LA **MODA**!*

La industria de la moda es, por definición, dinámica y cambiante, sometida a numerosos retos y capaz de desplegar cadenas logísticas complejas y dinámicas, en las cuales los conceptos de exactitud, disponibilidad y confiabilidad son elementos críticos. El permanente lanzamiento de nuevas colecciones y diseños provocan en el mercado un dinamismo difícil de igualar en otros sectores de la economía. Al mismo tiempo, el predominio de canales de venta fragmentados, la creciente demanda de servicios, los cada vez más cortos ciclos de vida de los productos y las enormes presiones, tanto sobre costos y precios finales, como sobre márgenes son factores característicos de este rubro que tiene por leitmotiv: Estar a la moda

Las firmes señales de consolidación a nivel local del e-Commerce se hacen evidentes en las formas de consumo y del funcionamiento de la industria del retail, así como de las conductas de compra de las personas. La evolución del comercio electrónico es registrado en un espectro cada vez más amplio de parámetros, que van desde los perfiles de búsqueda de información en Internet, hasta análisis cuantitativos y cualitativos de los patrones de venta….

En este ámbito, una de las grandes fuentes de datos la constituye Google, a partir de la medición de las búsquedas de sus usuarios. Es así que en el marco de los grandes eventos de e-commerce, las categorías que acaparan más de la mitad de los clicks previos a concretar una adquisición se concentran, en primer lugar, en las categorías de tecnologías (principalmente computadores, celulares y cámaras), seguida de los segmentos hogar –destacando las subcategorías electro hogar y mejoramiento de la casa- y de belleza y moda.

Por su parte, una medición efectuada el año pasado por GfK en conjunto con la firma Chile3D, a través de una encuesta online, arrojó que los productos más transados vía comercio electrónico fueron ropa (38%), productos tecnológicos (32%), pasajes en avión (19%) y entradas a eventos (11%). Es que la creciente importancia del vestuario en los balances del e-Commerce local va en línea con la tendencia internacional. Según un estudio mundial de Nielsen, es justamente ese sector el que lidera la frecuencia de compra online con un 58%, seguido de viajes (55%), libros, música y papelería (50%), TI y telefonía (43%), entradas para eventos (41%) y belleza y cuidado personal (38%).

*EL MERCADO **EN CHILE***

A través de la experiencia conoceremos la realidad de importantes marcas en su incursión en el mundo de la venta online. ¿Cuáles fueron sus desafíos estratégicos?, y ¿Cómo diseñaron su operación para transitar con éxito en este complejo rubro?, son algunos de los aspectos que abordarán…

***PUMA**: UN CAMINO POR RECORRER*

Si bien, comenzó como un proceso comercial tímido, la venta de vestuario online ha crecido fuertemente, así lo aseguró Alberto Riofrio, Director Regional de SCM & Logística de Puma, quien sostuvo que el impulso que ha tenido el e-Commerce en el país ha llevado a que los consumidores se abran a la compra de estos productos de forma online.

El ejecutivo sostuvo que se espera que en pocos años el canal online sea el principal canal de venta en Chile, "considerando la experiencia que tenemos en Europa y Estados Unidos". "Para responder a esta dinámica comercial que se vive en Chile, Puma se encuentra trabajando fuertemente en el proyecto e-Commerce, con foco en las características de la web y en "los aspectos logísticos que nos permita responder a los desafíos operacional que se vienen", agregó el ejecutivo.

Sin embargo, Riofrio recalcó que uno de los aspectos más trascendentales es lo relacionado al proceso de devoluciones. "Si bien en Chile, las devoluciones son algo menores a lo que sucede, por ejemplo, en Estados Unidos. El e-Commerce de ropa

LOGINSA®

SOLUCIONES LOGÍSTICAS CON LA EXPERIENCIA DE UN LÍDER

RECEPCIÓN DE CARGA

ALMACENAJE Y ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIO

OPERACIONES DE VALOR AGREGADO

PREPARACIÓN DE PEDIDOS

TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN

25 años de experiencia en **Operación Logística**

OFICINA CENTRAL
Av. José Miguel Infante Sur 8725, Renca, Santiago – Chile
Teléfonos: +562 24134001

E-Mail: info@loginsa.com
www.loginsa.com

en Chile podría tender a lo que son los niveles de devolución de Estados Unidos, donde un 30% de los pedidos retornan", aseguró.

Ante este panorama, el ejecutivo de Puma aseguró que el comercio electrónico plantea nuevos desafíos, como "ir acortando los tiempos. Hoy si se compra en un retail el despacho alcanza, en ocasiones, los 3 o 4 días; y la misión es llegar a trabajar en 24 o máximo 48 horas. Sin embargo, el gran desafío es trabajar las devoluciones, en cuanto a los criterios o procedimientos. ¿Cómo manejar el omnicanal en tema de devoluciones?... es la gran pregunta".

"Hoy el clientes es mucho más exigente y ante eso, uno debe entregarle soluciones. En Chile nos queda bastante desarrollo en esta materia. Pero nuestra visión de futuro es que, en el corto plazo, el e-Commerce en ropa será la principal modalidad de venta. Es ahí, donde la rapidez en la compra y la presentación de los productos es y serán los factores fundamentales", concluyó el Director Regional de SCM & Logística de Puma.

***ADIDAS**: EL TIEMPO ES EL PRINCIPAL DESAFÍO*

"Llegar cuándo y dónde el cliente quiere". Esta es, según Claudio Plaza, Shipping Manager DC de Adidas, el principal desafío que tiene la industria de cara al comercio online.

"El gran tema es llegar donde el cliente, cuando corresponde y cuando se compromete que llegará, factor que en Chile se complica mucho por el tema geográfico del país", aseguró Plaza, quien además enfatizó en que las actuales complejidades del proceso online no está en la venta o comercialización de los productos, sino en la logística.

"Hoy, uno monta una web que cuente con los aspectos necesarios para vender online y ya está. Sin embargo, es el área logística la que asume las complejidades actuales, porque el tema es satisfacer las expectativas del cliente", afirmó. Un aspecto fundamental al momento de analizar el e-Commerce de la moda, es todo aquello que se desata cuando el producto que el cliente adquirió no cumple con sus expectativas, ya sea por gustó o porque le quedó chico.

"Tras esa situación se desata una complejidad operacional mayor: las devoluciones. Uno decide comprar una talla y al momento en que llega no era lo que esperabas que fuera y eso nos obliga a diseñar una logística inversa eficiente, desatándonos tremendos desafíos, porque uno recibe una prenda, luego hay que procesarla e insertarla nuevamente a stock para que sea comercializada", detalló el ejecutivo de Adidas.

Esta realidad tiene también una mirada comercial. "Si uno vende tres prendas tiene buenos indicadores comercial de venta, pero por atrás existe un número importante de notas de créditos, lo que muchas veces dificultad y distorsiona el análisis de los datos. Además, muchas veces existe un porcentaje importante de productos que están en tránsito, ya sea desde el CD al cliente o viceversa", añadió Plaza.

El cliente es cada vez más exigente y quiere el producto con mayor rapidez. El e-Commerce en un canal que se está desarrollando de manera increíble y las cifras así lo avalan, generando en las empresas un constante y permanente análisis de las mejoras y de los desafíos que se generan con el comercio electrónico.

"El principal desafío que tiene el canal e-Commerce hoy es el tiempo. El poder llegar al cliente en el momento en que lo requiere, más que en el momento en que la empresa le propone. Todo se mueve hoy con una mirada de servicio y quienes no se suban a ese carro quedarán fuera del mercado", concluyó el Shipping Manager DC de Adidas. LGT

LOS E-COMMERCE DE MODA DE TENDENCIA MUNDIAL

Cada vez más exigente y competitivo es el mundo de la moda On Line, registrándose – en 2017- un interesante cambio en el tablero de los principales actores del sector a nivel global. Así lo registró la prestigiosa consultora SEMrush, que año a año mide el desempeño de los más cotizado sitios de moda On Line nivel mundial. Según lo descrito por los analistas de SEMrush en relación a los principales sitios de moda, el tráfico total de las 50 principales marcas de esta categoría en línea aumentó 11.7%, respecto de 2016, estipulando que el grueso de las visitas (55.5%) es tráfico directo a estos sitios, mientras que el tráfico restante es generado por las redes sociales y las referencias. Por país de origen, los EE. UU., representaron el 60.4% de todo el tráfico a estos sitios, y le siguieron India, Turquía y España con un 6.3%, respectivamente. Mucho más atrás se ubicaron Rusia e Italia, con un 4.2 por ciento de participación en el tráfico general, mientras que el Reino Unido, Alemania, Brasil, Japón, Francia y Polonia tienen una cuota de mercado del 2,1% cada uno en dicho índice.

TOP TEN FASHIONISTA

En su clasificación anual, SEMrush posicionó a H&M como el e-Commerce de Vestuario y Accesorios más visitado a nivel mundial, relegando a la prestigiosa británica de moda y belleza: Asos.com al segundo lugar del ranking global. El tercer puesto, en tanto, es ocupado por la multinacional española Zara.com; mientras que en el cuarto y quinto puesto se ubican el sitio de moda ruso: Wildberries.ru y la norteamericana Macys.com, que cae del tercer al quinto lugar. Ya más rezagados se encuentran: Myntra, uno de los tres mayores portales de eCommerce de India, propiedad de Flipkart, en sexto lugar; Nordstrom.com en el séptimo puesto y jabong.com en octava posición. Finalizando el top ten se ubican: Adidas.com, en el noveno puesto y Urbanoutfitters.com en el décimo lugar de los e-Commerce de moda más visitados del mundo.

UN MUNDO DE SOLUCIONES

HYSTER

EXPOSITOR LOGISTEC SHOW 2016 - 9 - 10 MAYO - encuentranos en www.logistecshow.cl

7.000 EQUIPOS OPERANDO A LO LARGO DE CHILE

MAS DE 1.000 EQUIPOS ARRENDADOS

100 AÑOS DE EXPERIENCIA

LIDER MUNDIAL EN MOVIMIENTO DE CARGA

UNA COMPLETA GAMA DE EQUIPOS Y SOLUCIONES PARA LA INDUSTRIA

VENGA A CONOCERLAS A EN NUESTRAS SUCURSALES A LO LARGO DEL PAÍS

Venta | Arriendo | Post-Venta | Repuestos

Antofagasta
Pedro Aguirre Cerda Nº 13358
☎ (56) 55 2578140

Santiago
Av. Américo Vespucio Nº 1365
☎ (56) 2 27998000

Concepción
Av. Gran Bretaña Nº 4845
☎ (56) 41 2178800

Puerto Montt
Ruta 5 Sur Km. 1022 C. Pargua
☎ (56) 65 2368206

TATTERSALL Maquinarias

WWW.TATTERSALL-MAQUINARIAS.CL

DÍA EN CIAL ALIMENTOS
UNA LOGÍSTICA DE CLASE MUNDIAL GRACIAS AL DISEÑO Y TECNOLOGÍA

GRACIAS A LA IMPLEMENTACIÓN DE IMPORTANTES TECNOLOGÍAS Y AL DISEÑO EXHAUSTIVO DE CADA UNO DE LOS PROCESOS, LA COMPAÑÍA SE HA TRANSFORMADO EN UNO DE LOS LÍDERES INDISCUTIDOS DE LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL PAÍS. LA LOGÍSTICA ES UNO DE LOS FACTORES ESTRATÉGICOS DE ESTE ÉXITO. RECORREREMOS ESTE CD PARA CONOCER CADA UNO DE LOS PASOS.

Con más de cincuenta y cinco años de existencia, Consorcio Industrial de Alimentos, CIAL S.A, es considerada una de las compañías más importantes de Chile. Con sus marcas La Preferida, San Jorge y Winter, la empresa ofrece al mercado un completo abanico de productos que mediante la más moderna cadena logística y comercialización satisfacen la alta demanda de cecinas del país.

La historia de la compañía comienza en 1960 con la inauguración de San Jorge. Con los años, CIAL Alimentos se ha transformado en una de las compañías más consolidadas en el mercado de las cecinas y también en otros alimentos, con el objetivo –y así lo señalan- de satisfacer las necesidades alimenticias de los clientes y consumidores.

Uno de los factores que más destacan en la compañía es un sello innovador y el foco que ponen en la calidad de los productos; ambas cualidades los ha llevado a mirar a la tecnología como un aliado fundamental de sus operaciones, tanto de producción como logística, para alcanzar el nivel de liderazgo en el mercado de la elaboración, comercialización y distribución de una alta gama de productos alimenticios cárnicos procesados.

Actualmente, la empresa cuenta con dos modernas plantas productivas y un centro de distribución de clase mundial, a través del cual logra llegar eficientemente a los consumidores, a lo largo del país. Fueron estas características las que nos instaron a conocer CIAL Alimentos, una operación automatizada y con cualidades únicas que la hacen digna de visitar.

Nos trasladamos a la comuna de Pudahuel, donde Víctor Solar, Gerente de Distribución de CIAL, nos recibe para realizar un recorrido por las instalaciones y conocer in situ la operación de este gigante de los alimentos.

CERCANÍA Y CALIDAD

9:30 horas. Sobre un terreno de más de 73mil m2, la compañía tiene emplazada su principal planta productiva y su CD con las más altas tecnologías en equipamientos y procesos. Gracias a las innovaciones incorporadas, el Centro de Distribución es considerado uno de los más modernos de América Latina, donde destaca un robotizado proceso de palletizado y sellado. "Contamos con más de 20 mil m2 de CD, lo que nos permite atender de forma rápida, eficiente y segura a más de 50 mil clientes a lo largo del país posicionándonos como líderes en el segmento mayorista y atención a los almaceneros de Chile", comenta Solar. Es así como CIAL, en estos años, ha mirado hacia el futuro con la calidad como centro de su desarrollo; objetivo que bien conocen los cerca de 2.500 colaboradores con los que cuentan, los cuales como principal 'obligación' es ejercer su trabajo con exactitud y eficiencia para garantizar siempre un servicio de excelencia.

Desde la Región Metropolitana, específicamente la comuna de Pudahuel, la empresa ha diseñado un proceso de distribución capaz de abastecer, con un flujo constante y continuo, a todos sus clientes a nivel nacional, los cuales son clasificados en cuatro canales de venta: Moderno (supermercados), Tradicional (minoristas); Horeca (Casino, Hoteles y Restaurantes) y Mayoristas, quienes –en un 70%- reciben sus pedidos en un plazo de 24 horas.

La fuerza venta –según nuestro anfitrión- es clave en este proceso. "Nuestros vendedores llegan a los distintos clientes, sin importar su tamaño ni ubicación, lo cual nos garantiza una relación directa y cercana con cada uno de ellos", afirma el Gerente de Distribución.

CONFIGURACIÓN LOGÍSTICA

9:45 horas. En una conversación inicial, nuestro guía en el recorrido nos comenta las características operaciones principales de CIAL. "Nuestro Centro de Distribución es una de las claves para responder a la demanda de nuestros clientes. Con una capacidad para el manejo de 500 toneladas diarias, con un 90% refrigerados y 10% congelados, la instalación está adaptada principalmente para el flujo continuo y automatizado, lo que nos convierte en una operación de clase mundial", enfatiza.

Todo lo que distribuye CIAL sale desde este CD. Sin embargo, su diseño logístico está compuesto además por una red de 19 bodegas zonales a lo largo del país, las que cuentan con andenes de recepción y Cámaras de Tránsito (frío y congelado).

La cantidad de productos que mueve la empresa diariamente (+100.000 bultos) y el número de clientes a abastecer obligan a la compañía a realizar a distribuir diariamente a todo Chile, salvo las zonas extremas como Arica (4 veces a la semana) y Punta Arenas y Coyhaique (2 veces a la semana). "El 70% de la venta se distribuye en 24 horas y eso se ha convertido en una cualidad positiva y una exigencia del punto de vista operacional, luego hay entregas a 48 y 72 horas, dependiendo de las distancias", añade Solar.

Más 50 mil clientes activos, un total de 300 camiones de reparto a nivel nacional (frio y congelado), 8 mil pedidos diarios, más de 500 SKU y más de 7.200 viajes mensuales son algunas de las cifras que reflejan la dimensión de esta operación. "La logística es lo que marca la diferencia en este mercado. Sabemos que nuestra configuración logística es compleja y desafiante, pero sabemos cómo hacerlo", afirmó nuestro guía.

EL PASO A PASO DE UN LÍDER

10:05 horas. Recepción de Pedidos: El proceso de recepción de pedidos es uno de las etapas donde la empresa pone mayores controles, ya que es el comienzo de este engranaje operacional. Para eso, CIAL ha diseñado dos procesos, uno para la Región Metropolitana y otro para las zonales. En el caso de Santiago –proceso donde también se incluye la comuna de San Antonio y sus alrededores- los vendedores generan las ordenes de pedidos de los clientes hasta las 17:00 horas, ya que 30 minutos después comienzan los procesos de preparación de estos pedidos, a través del software de SAP que se inicia con la identificación del cliente y los posteriores filtros comerciales.

Víctor Solar
Gerente de Distribución
CIAL

Tras esta primera etapa, entra en operación el área de planificación, la cual armar los camiones

de acuerdo a la demanda. "Una vez que tiene todo cubicado, se envía al CD la información de las tareas que se realizaran durante la noche y es ahí donde los programadores comienzan a asignar tareas", detalló nuestro anfitrión. Ya de lleno en la operación de preparación de pedidos, el proceso de picking comienza diariamente a eso de las 20:30 horas hasta las 05:00 horas del día siguiente. Finalmente, con la carga de los productos en los camiones, se da inició al proceso de distribución. En promedio, 140 a 145 camiones son preparados durante la noche para Santiago.

Por su parte, el proceso para abastecer a las regiones, si bien tiene el mismo circuito de preparación de pedidos, varía en el horario de corte. "Comenzamos por las zonas más extremas a contar de las 10:00 horas", sostiene. La preparación de pedidos para las zonales se realiza durante el día. "Sincronizar todas las áreas que conforman nuestro diseño logístico es súper complejo, puesto que si algo falla se atrasa toda la cadena y finalmente no se cumple al cliente. Si bien, es una red costosa es diseñada especialmente para responder a nuestro sello de calidad y excelencia en el servicio a nuestros clientes activos, sin importar su tamaño. Es un flujo continuo y la operación debe ser como un reloj", enfatizó Víctor en nuestra conversación inicial.

10:25 horas. Abastecimiento: Tras la primera parte de la entrevista, nos trasladamos al CD, donde se suma a nuestro recorrido Pablo Trommer, Subgerente de Operaciones CD, quien oficiará como 'dueño de casa'. Provistos de los implementos de seguridad adecuados y de una buena chaqueta, dado que el recinto está completamente diseñado para el almacenamiento de productos congelados y refrigerados por lo cual la temperatura máxima son 5 grados- iniciamos el recorrido, donde es imposible no asombrarse con el nivel de tecnología y automatización de su operación; equipamiento que lamentablemente no es habitual en muchos de los Centros de nuestro país.

Con dos plantas productivas, ubicadas en Santiago, y la comercialización de productos importados, CIAL se abastece para dar respuesta a sus clientes. Al analizar esta etapa, Víctor nos comenta que éste está diseñado de un modo simple, ya que desde la planta productiva ubicada en el mismo recinto del CD, la cual es también considerada la planta principal, los productos ingresan de modo automático y directo al CD.

En tanto, el arribo de los productos desde la planta dos se realiza a través de camiones y a hacen sus ingresos por los 4 andenes destinados a dicha operación. Igual situación viven aquellos productos de stock que están en los operadores logísticos. "Una de las características de este Centro es que es de flujo y no está concebido para almacenaje. Aquí manejamos a lo máximo stock para tres días de distribución, por lo tanto, todo lo que sea almacenaje está fuera de nuestro CD, en operadores logísticos, quienes nos guardan especialmente stock de congelados, tales como papas fritas, hortalizas y verduras que en su mayoría son productos exportados. Estos llegan a nuestro CD de acuerdo a las necesidades", nos cuenta Pablo.

ZONA ROBÓTICA

10:40 horas. La automatización de buena parte de su proceso logístico ha sido un factor de eficiencia y optimización en materia de comercialización y, por supuesto, de la distribución. A este respec-

to, Víctor nos comenta que la empresa tiene una clara política de innovación y, a la vez, la convicción de que la implementación de tecnologías les permite "trabajar con excelencia y continuar en el lugar de liderazgo de la industria".

"La visión de CIAL siempre ha sido mirar a largo plazo el desarrollo de la compañía. En esa lógica, la innovación y la tecnología son claves y lo podemos ver en este CD –inaugurado en 2014- que fue un gran salto para nuestra operación y comercialización. Somos una compañía pro servicio y cada una de las inversiones que se incorporan va siempre en esa línea. Estamos convencidos de que cada inversión es crecimiento y eso está en nuestro ADN", asegura el Gerente de Distribución.
Así, nos trasladamos hacia la denominada Zona robótica, área donde ingresan los productos terminados desde la Planta 1; ambos sectores conectados por correas transportadoras que trasladan cajas y bandejas con los más de 500 productos que comercializa la empresa.

"Los productos confluyen acá a través de las cintas transportadoras de manera directa hacia el CD. Luego mediante una serie de sensores comienzan a separarlos por SKU, ya que el sistema comienza a leer las etiquetas y las segmenta. Una vez lista la camada completa de productos, el robot se activa y comienzan a preparar los palett. Todo este proceso está parametrizado", describió Trommer.

Una vez finalizado este proceso, se activa un carro automatizado y trasporta los pallet al área enfardadora, donde todo está parametrizado por el software. Una vez listo el pallet, se le colocan dos etiquetas con toda la información para ser almacenado. Bajo este proceso, la empresa tiene la capacidad de palletizar cerca de 350.000 kilos de productos diarios. Una vez, terminado el armado de los pallet, éstos son tomados por los operarios de grúas (cerca de 30 equipos se mueven constantemente en el CD) para ser posicionados en los rack de acuerdo a la ubicación (el CD cuenta con 7 mil ubicaciones), entregada por el software, cuyo parámetro fundamental es el tipo de productos.

REPARACIÓN DE PEDIDOS ¿FIJO O VARIABLE?

11:00 horas. Aquí, en medio del centro, donde se ubica el área de picking, ambos ejecutivos coinciden en la importancia y en lo clave que es este proceso para el éxito final de la operación.

Víctor asegura que uno de los factores más importante al momento de analizar el proceso de preparación de pedidos dice relación con los dos grupos de productos que comercializa CIAL: Productos de peso fijo y productos de peso variables.

"El producto de peso variable es un 'condimento' especial de la industria y uno de los aspectos más difíciles de manejar en la operación logística. Estos productos son vendidos de acuerdo a su peso, por lo cual a cada cliente se le factura exactamente lo que pesa, lo que nos obliga a tratar cada pieza como un producto único. Si bien, tienen un mismo SKU, cada uno pesa diferente y eso debe diferenciarse en el proceso. El cliente recibe el producto que paga. En cambio el proceso de picking de los productos de peso fijo es convencional".

Al acercarnos al área de picking variable nos damos cuenta que es el que mayor movimiento concentra. En medio, una cinta que por donde se transportan las cajas, cada una de ellas con una etiqueta que corresponde a un número de pedido.

"En cada isla de trabajos hay uno o dos operarios, dependiendo el flujo diario. Acá se nutren las bandejas de acuerdo a lo que indica el sistema por cada pedido. Cada operario tiene a su cargo entre 8 a 10 productos. El trabajo es fundamental, en especial por las características que tienen los productos variables. La exactitud en la preparación es fundamental", recalca Pablo. Una vez terminado el pedido es enviado a través de cintas al soster, el cual finalmente se nutre de tres zonas: Producto variable, producto dinámico y productos fijos. El proceso continúa para llegar finalmente a la zona de despacho. Posteriormente, nos trasladamos a un área de picking variable de baja rotación, el cual está ubicado en una mesanina sobre el sorter.

Desde aquí los operarios realizan el pickeo de los productos de acuerdo a cada pedido, los cuales son cargados para su distribución. Así, CIAL lleva a cabo el proceso de preparación de los más de 8 mil pedidos que se procesan diariamente, a nivel nacional, donde el producto estrella y de mayor rotación son las vienesas, especialmente, en el canal tradicional.

CON DESTINO AL CLIENTE

11:25 horas. Con más de 30 andenes, el Centro de Distribución está diseñado para que el proceso de despacho sea óptimo. En promedio, cerca de 150 camiones son cargados diariamente para abastecer la región Metropolitana.

Una vez finalizado el pedido, éstos son trasladados a la zona de despacho, donde los operarios realizan la verificación de la información (detalle del contenido de los pedidos) y su posterior preparación para ser cargados en uno de los 300 camiones de reparto, 150 para Santiago y 150 para regional, que dispone de modo tercerizado CIAL.

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Un Día En

MERCADO NACIONAL DE BODEGAJE : LAS CIFRAS QUE DEJÓ 2017 Y PROYECCIONES 2018

¿CRECE O SE ESTANCA EL MERCADO DE BODEGAJE EN CHILE? ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS DE CARA A 2018?, ESTAS Y OTRAS INTERROGANTE ENCUENTRAN RESPUESTA A PARTIR DE LOS DATOS CONTENIDOS EN LOS YA TRADICIONALES REPORTES SEMESTRALES DE LA INDUSTRIA DE BODEGAJE Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN (CD, DESARROLLADOS POR LAS PRESTIGIOSAS CONSULTORAS DEL RAMO: COLLIERS INTERNACIONAL Y GLOBAL PROPERTY, INDICADORES A LOS QUE ESTE AÑO HEMOS SUMADO LOS RESULTADOS DEL INFORME POR LA CONSULTORA JLL, EN SU REPORTE DE MERCADO INDUSTRIAL LIGERO.

En General, según los expertos el Mercado de Bodegaje en 2017 tuvo un buen desempeño, el que se proyecta positivo para 2018, en base a la consolidación del negocio del arriendo y las proyecciones económicas que, de acuerdo al último IPoM del Banco Central (diciembre del 2017), establece que el crecimiento del PIB chileno para 2018 se movería entre los 2,5 y 3,5% anual. En tanto, la cifra de inflación para el año en curso debería alcanzar los 2 puntos porcentuales, convergiendo a la meta de 3% durante la primera mitad del 2019, según el BC. Según los más representativos reportes de la industria, durante el segundo semestre de 2017, Research & Forecast Report, Centros de Bodegaje, Segundo Semestre 2017, de Colliers Internacional, en este periodo "se registró una producción de 54.777m2, monto bastante superior al semestre anterior; ingresando dos nuevos centros, uno en la zona Sur y uno en la zona Poniente a los M2 ya existentes". Respecto al inventario acumulado, el documento establece que "se alcanzaron los 3.543.970 m2 de superficie útil de centros de bodegaje para el segundo semestre del 2017. En cuanto a los precios promedio, éstos se mantienen en línea con el semestre anterior (1S 2017), alcanzando los 0,125 UF/m2".

Así, al cierre del segundo semestre de 2017 el escenario es positivo. Cabe destacar que las cifras expuestas en cada estudio corresponden a resultados exhibidos por los actores del sector en el periodo Julio-Diciembre, medidos por cada consultora a partir de clasificaciones específicas en materia de segmento y tipos de recintos. (Ver recuadro 1)

DE LOS ACTORES *Y LA OFERTA*

En materia de participación de mercado, según el reporte de GPS, los liderazgos históricos se mantienen. Así, para el mercado de bodegas Clase I, Bodegas San Francisco sigue a la cabeza concentrando un 37% del stock total con 1.443.407 m² de bodegas; m² distribuidos en 8 centros, ubicados principalmente en el Corredor Poniente.

Le sigue Bodenor Flexcenter con un 16,1% de participación, equivalentes a 629.559m², distribuidos en 7 centros ubicados en las comunas de Pudahuel, Lampa y Colina. En tercer lugar se ubica la red Megacentro con un 8,3% del inventario, distribuido en 9 centros que suman un total de 311.040 m². Según establece el Reporte DE Mercado de Centros de Bodegaje publicado por GPS, "Se observa un agresivo plan de desarrollo de los operadores con miras a los años 2018-2019.

En torno al mercado de Clase II se mantiene como protagonista el operador San Martin Logística concentrando un 18,75 de participación (2 puntos por debajo de su performance en igual periodo de 2016, cuando obtuvo el 21%). En segundo lugar se posiciona por primera vez: FAC, que a la fecha acumula 28.000 m², equivalentes al 10, 4% de participación en el mercado. (Ver Figura 1)

Según el mismo Reporte, el mercado Clase I cierra con una producción anual de 182 .000 m² útiles de bodega, un total inferior a las proyecciones esperadas al cierre del pasado ciclo (Diciembre de 2016), producto del retraso de las obras de nuevos proyectos en el Corredor Poniente y la baja activación de permisos de edificación aprobados en los periodos anteriores. Así, los ingresos de m2 del año 2017 consistieron –principalmente- en ampliaciones de CD's existentes; con sólo dos proyectos nuevos en dicho periodo, incluyendo el novel desarrollo de Bodegas San Francisco (BSF) en el sector de Pudahuel Poniente que, en su primera etapa, ingresa 45 .000 m² y que extenderá su plan de crecimiento durante 2018.

"Con dichos ingresos, el stock de bodegas Clase I se compone de 81 CD, en un total de 3.902.208 m² útiles de bodega a nivel general", indicó el Reporte.

En torno a la oferta del segmento Clase II, éste mercado cierra con una producción anual de aproximadamente 24.000m², consistentes en ampliaciones de centros existentes en el corredor Norte, específicamente en Quilicura y Colina, comunas de mayor participación de este mercado. Con dicha producción, el stock de bodegas Clase II suma un total de 278.231m², distribuidos en 17centros, concentrados en un 64% en el corredor Norte, seguido por el corredor Norponiente con un 24% de participación. Siempre en torno a la oferta, Colliers estipula que la producción del segundo semestre del 2017 aumentó en relación a los tres semestres anteriores, destacando también los dos desarrollos nuevos mencionados por GPS, ubicados en las zonas: sur y poniente. A nivel geográfico, en tanto, el Reporte de Colliers establece que la participación de mercado por zonas es liderada por el sector Poniente, con un 44,6% de las superficies activas, seguido por la zona Norponiente, con una participación de 22,3%, sector Sur con 14,8%, Norte con 12,0% y, por último, el Sector Centro con solo un 6,2% de participación de mercado.

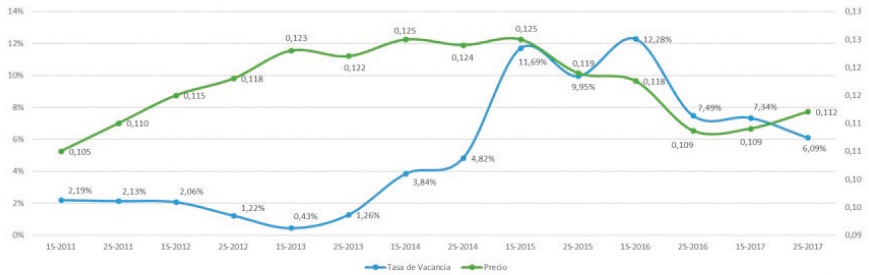
DE LA ***VACANCIA***

En torno la tasa de vacancia, los tres reportes establecen que este índice es saludable y diferenciado. Según Colliers, la Vacancia promedio al cierre del segundo semestre del 2017 fue de 7%, es decir, 0,9 puntos porcentuales mayor al primer semestre de este año, registrándose una superficie disponible de 249.224 m2. Respecto a los sectores con mayores vacancias destaca el sector Norponiente con un 13,9%, seguido del sector Sur con un 10,7% y en tercer lugar el sector Norte con un 9,7%. El sector Sur tuvo una importante recuperación este trimestre, se absorbieron más de 51.000 m2, lo que permitió disminuir la vacancia desde un 19,1% a un 10,7% este semestre. En tanto, los sectores con menores tasas de vacancia son el sector Centro y Poniente con un 8% y 1,5% respectivamente.

El mismo indicador, según el reporte de GPS, medido según tipo de recintos (Clase I y Clase II) establece que al cierre de 2017, la tasa de Vacancia del mercado Clase I se situó en un 6,9%, equivalente a 237.646m², disponibles para arriendo, dicha tasa sería un 17% inferior al primer semestre del año y un 19% inferior a la registrada al cierre del año 2016. En tanto, a la Vacancia para Clase I se concentra principalmente en el Corredor Sur con una cuota del 60% del total disponible, seguida de lejos por el corredor Norponiente, que concentra un 14% y en tercer lugar e corredor Norte con un 13% de participación total.

Según GPS. En el análisis por corredor, se destaca el desempeño de la zona Norte, que disminuye su tasa de Vacancia en un 5,2%, en relación al semestre anterior.
El Reporte Mercado Industrial Ligero, Bodegas y Centros de Distribución, desarrollado por JLL estableció que la tasa de Vacancia General registró una baja del 1,1% respecto al semestre anterior, lo que se explica principalmente por el aumento de la absorción durante el segundo semestre de 2017. Con ello, la tasa alcanzó el 5,1%, equivalentes a 164.000 m2.

EVOLUCIÓN DE VACANCIA Y PRECIO



FUENTE: GPS GLOBAL PROPERTY SOLUTIONS

(8%-12%), por un lado, la tasa de Vacancia del submercado Centro subió alrededor de un 9%, debido a la salida de inquilinos en dicha zona", establece el Reporte.

VARIACIONES *EN EL PRECIO*

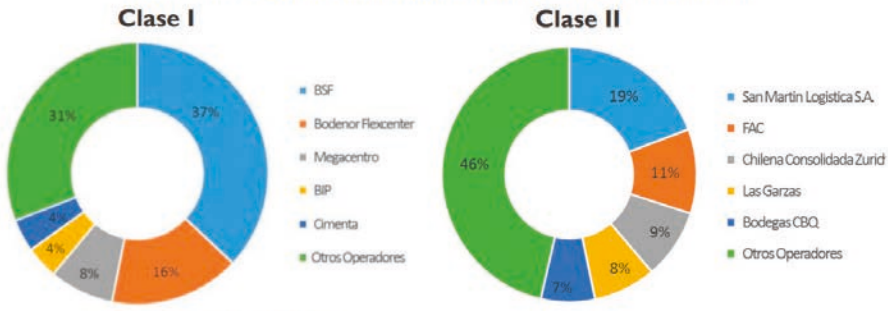
Ahora bien, en torno al índice Precio, según lo descrito por GPS, al cierre del año, los precios del mercado Clase I se observaron estables, con una variación interna anual de un 3,1% superior al cierre del año 2016. Así, El año cierra con un precio promedio ponderado de 0,112 Uf/m² para bodegas y un rango de 0,2 a 0,35 Uf/m² para arriendo de oficinas.

Por otro lado, el mercado Clase II, registra una disminución de un 8,4% en sus precios de oferta en relación al cierre del pasado ejercicio, cerrando el año en estudio con un precio promedio ponderado de 0,128 Uf/m², "siendo el factor mas incidente en dicha disminución la variación de precios en el corredor Norte, zona que se vio golpeada por los problemas de conectividad mencionados anteriormente", explicó el documento.

Según el punto de vista de Colliers, el precio promedio se mantuvo en línea con respecto al semestre anterior, alcanzando los 0,125 UF/m2. Al igual que el 1S 2017, la Zona Centro es la que presenta mayores precios promedio, registrando para este semestre 0,147 UF/m2, seguido por la Zona Norte que registra una tarifa inferior de 0,136 UF/m2 en promedio.

En tercer lugar estaría la Zona Poniente con 0,132 UF/m2, seguido de la zona Norponiente con 0,121 UF/m2 y, en último lugar, la Zona Sur con 0,12 UF/m2.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO 2do. SEMESTRE DE 2017



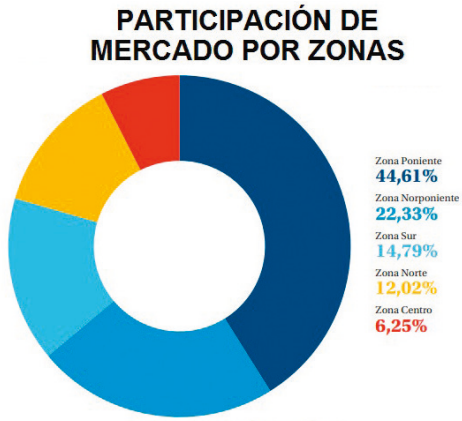
FUENTE: GPS Global Property Solutions.

Según el mismo Informe, las tasas de Vacancias de los submercados Norte y Sur exhibieron una baja significativa con respecto al semestre anterior. "Esto se explica por un aumento significativo de la absorción en estos submercados", explicaron los expertos de JLL. "No obstante, sus tasas de Vacancias siguen siendo altas y por sobre el el equilibrio del mercado

PROYECCIONES *PARA 2018*

Según estima el Reporte de Colliers International, "para el primer semestre del 2018, se espera que ingresen nuevos centros de bodegaje en las zonas Norte, Norponiente y Poniente, con una superficie bastante menor a la registrada este semestre en 2017. A partir de estas proyecciones, el Mercado de Bodegaje nacional para 2018 se vislumbra saludable, en este punto, Diego Castillo, subgerente área

SEGÚN EL REPORTE DE GPS, MEDIDO SEGÚN TIPO DE RECINTOS (CLASE I Y CLASE II) ESTABLECE QUE AL CIERRE DE 2017, LA TASA DE VACANCIA DEL MERCADO CLASE I SE SITUÓ EN UN 6,9%, EQUIVALENTE A 237.646M^2, DISPONIBLES PARA ARRIENDO, DICHA TASA SERÍA UN 17% INFERIOR AL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO Y UN 19% INFERIOR A LA REGISTRADA AL CIERRE DEL AÑO 2016.



Fuente: Colliers International.

industrial de Colliers International, estimo que "durante el 2017 se apreció una fuerte demanda por terrenos industriales para futuros desarrollos de Centros de Bodegaje y se manifestó una fuerte alza por parte de los inversionistas en la compra de terrenos eriazos", tendencia que – en opinión del experto- se desplazaría a 2018, considerando que "los procesos urbanísticos y normativos toman tiempo, siendo indispensable gestionar estos temas previa a una alza de la actividad económica". En opinión de Castillo, el actual es "un muy buen momento para empezar a desarrollar los proyectos de bodegas".

Los expertos de GPS, en tanto, estiman que "Las proyecciones al 2018 se observan auspiciosas". La reactivación de la inversión externa y la claridad del escenario político se reflejan, en opinión de GPS, en el alza de los índices de confianza empresarial y en la mejora en el rendimiento del comercio. "En ese escenario, observamos como el mercado de bodegas recoge dichos indicadores, que sumados a las expectativas asociadas al crecimiento económico del e-Commerce, permiten al desarrollador activar proyectos largamente esperados, augurando una mayor proactividad con miras al periodo 2018-2019", indicaron. LGT

DISRUPTORES EN LA CADENA LOGÍSTICA

DISRUPCIÓN ES UNO DE LOS TÉRMINOS MÁS RECURRENTES A LA HORA DE ABORDAR EL ACTUAL MOMENTO QUE VIVE LA LOGÍSTICA, A NIVEL MUNDIAL. Y ES QUE, HOY MÁS QUE NUNCA, ES EVIDENTE EL IMPACTO QUE UN EVENTO –POR PEQUEÑO O MASIVO QUE SEA- PUEDE TENER EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO LOCAL, REGIONAL Y GLOBAL. POR CIERTO, ES IMPOSIBLE SABER CON CERTEZA QUÉ FACTORES ESPECÍFICOS AFECTARÁN EL FLUJO DE NUESTRAS CADENAS DE SUMINISTROS EN EL FUTURO INMEDIATO, NO OBSTANTE, LA IMPOSIBILIDAD DE CONOCER EL FUTURO NO IMPLICA ADOPTAR UNA POSTURA DE INERCIA FRENTE A LOS INFINITOS RIESGOS A LOS QUE ESTÁ EXPUESTA LA ACTIVIDAD.

APRENDAMOS DEL PASADO

Por cierto, adoptar una actitud vigilante ante los riesgos de disrupción del flujo logístico es materia obligada de las grandes empresas y operadores logísticos, a nivel global; no por nada, estos actores integran a sus esquemas operacionales estrategias de planificación y control de riesgos.

Estar preparados es la consigna que mueve, hoy por hoy, a los actores del sector, porque cuando el caos arremete hay que tener un plan de contingencia.

DEL CAOS ***Y LA LOGÍSTICA***

¿Ha escuchado ese proverbio chino que dice: "el aleteo de una mariposa puede provocar un tsunami en otro lugar? Aplicado a la logística, ciertos expertos y analistas establecen que la famosa Teoría del Caos, específicamente el denominado "caos determinista" es aplicable al escenario actual, un concepto a tomar en cuente.

Como conjunto restringido de fenómenos que evolucionan de formas predecibles a impredecibles, el Caos determinista es relevante, puesto que afecta a sistemas dinámicos y complejos que están en algún punto intermedio entre el orden en el que nada cambia y el estado de total desorden ¿Le parece conocido?

Según sostiene, Diego Bastidas, especialista en Planeación y Logística Empresarial en su análisis Relaciones entre la Teoría de la Complejidad y la Logística, "el modelo del caos introduce la siguiente idea: el azar o las condiciones cambiantes imprevistas pueden introducirse en cualquier momento en un sistema complejo y alterar su curso. No obstante, allí aparece la teoría de la complejidad que permite influir sobre el cambio en el momento en que aparece, permitiendo manejarse eficientemente en un contexto desordenado".

Si llevamos lo anterior a la realidad tenemos que las empresas son en sí mismas sistemas abiertos no lineales y complejos, indica el autor, agregando que "desde el punto de vista logístico, el sistema empresario se divide en subsistemas: abastecimiento, producción, distribución o postventa, los que en forma individual agregan valor o ineficiencia al conjunto.

Simultáneamente, la empresa interacciona con otros sistemas de su entorno (el Estado, empresas proveedoras, empresas

competidoras, instituciones académicas, sistema financiero, etc.)". Así, la integración interna de la empresa y su adecuada interacción con el entorno son elementos importantes para mejorar su competitividad.

Asimismo, sostiene Bastidas "la cadena de suministros de una empresa es una red de estructura flexible que incluye a diversos actores (proveedores, empresas de transporte, puntos de venta, etc.)", por cierto dicha red también se despliega en diversos escenarios, bajo diversas normativas y políticas, en consecuencia, está sujeta a diversos estímulos, riesgos y factores disruptores que pueden afectar su desempeño y competitividad de forma negativa.

En tanto, ya sea por azar o por consecuencia de una serie de eventos desafortunados, cuando hablamos de los factores de riesgos o disruptores que pueden interferir o interrumpir el flujo eficiente de las cadenas de suministro, la clave está en contar con un plan de acción eficiente, cuando el caos se ha instalado es tiempo de actuar.

Ahora bien, retomando la consigna inicial que nos indica que "es imposible saber con certeza cómo o qué factores específicos afectarán el flujo de nuestras cadenas de suministro", lo cierto es que no todo está perdido, puesto que el pasado es una fuente inagotable de información que nos puede ayudar a configurar un plan de acción frente a los inminentes riesgos a los que se verá expuesta nuestra cadena de suministro.

En este punto, Robert Savitsky, Product Marketing Manager, AIR Worldwide, ha propuesto que "podemos prepararnos para lo peor, aprendiendo del pasado". Sin ir más lejos, Savitsky propone que de cara a 2018, los actores del rubro logístico pueden advertir y considerar diversos factores disruptivos que –en un futuro cercano –podrían ser riesgosos para su actividad. En palabras de Savitsky, los eventos disruptivos más relevantes acontecidos en los últimos años y su impacto en las cadenas logísticas pueden clasificarse en tres grandes categorías: Catástrofes Naturales, de Intervención Humana y Económicos. A continuación abordaremos cada uno de ellos y su impacto en las cadenas de suministro, en la mirada del experto.

TRES DISRUPTORES *A CONSIDERAR*

CATÁSTROFES NATURALES. Como es sabido, las cadenas de suministro son vulnerables a desastres naturales tales como tormentas, terremotos, inundaciones, huracanes e incendios forestales. Dichos eventos tienen el potencial de causar daños extensos y permanentes, y su efecto es en ocasiones incalculable. Por ejemplo, en 2016 se observaron interrupciones significativas tras el terremoto de Kumamoto en Japón que obligó a la industria automotriz a suspender la producción; inundaciones en Luisiana que cerraron la cuarta mayor refinería de petróleo de Estados Unidos; el huracán Matthew que deshabilitó los puertos de toda la costa este de EE. UU. e incendios forestales en California que cortaron las principales rutas ferroviarias y de transporte por carretera en dicho país.

EN TANTO, YA SEA POR AZAR O POR CONSECUENCIA DE UNA SERIE DE EVENTOS DESAFORTUNADOS, CUANDO HABLAMOS DE LOS FACTORES DE RIESGOS O DISRUPTORES QUE PUEDEN INTERFERIR O INTERRUMPIR EL FLUJO EFICIENTE DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO, LA CLAVE ESTÁ EN CONTAR CON UN PLAN DE ACCIÓN EFICIENTE, CUANDO EL CAOS SE HA INSTALADO ES TIEMPO DE ACTUAR. .

No hubo alivio en 2017 y las pérdidas ocasionadas por catástrofes como huracanes, incendios forestales y terremotos podrían convertirlo en uno de los años más costosos de la historia para la industria de seguros. "Estos eventos también causaron interrupciones en la cadena de suministro, aunque es posible que no todos los efectos se hayan realizado por completo", sostuvo Savitsky, agregando que "en un análisis realizado por AIR sobre el impacto potencial del huracán Harvey en la fabricación regional se descubrió que el porcentaje de la pérdida potencial total de ingresos, en los tres subsectores principales, serían del 37% en la fabricación de productos de petróleo y carbón, de un 13% en la fabricación química y de un 12% en la extracción de petróleo y gas.

El tiempo dirá cómo las interrupciones en estos subsectores de materias primas se propagarán a través de las cadenas de suministro globales y su efecto en otras industrias", puntualizó el experto.

Otro evento significativo del año recién pasado fue el huracán María que se estrelló contra Puerto Rico, el 20 de septiembre de 2017, "otro excelente ejemplo de una catástrofe que repercute en las cadenas de suministro a nivel nacional y por qué no global", sostuvo Savitsky, agregando que "se ha informado, por ejemplo, que la destrucción de la capacidad de fabricación de dispositivos médicos en Puerto Rico provocada por el huracán ha llevado a una escasez nacional de IV médicos, lo que ha obligado a algunos hospitales a utilizar productos alternativos y encontrar nuevos proveedores".

EL HOMBRE Y SU EFECTO. Los eventos hechos por el hombre como incendios, defectos de productos, ataques cibernéticos, disturbios laborales y civiles, terrorismo, fallas en los servicios básicos

y piratería son "sólo algunos de los disruptores más frecuentes de las cadenas de suministro, pero generalmente tienen una gravedad e impacto menor que los efectos de las catástrofes naturales", establece el experto.

En esta línea, algunos de los ejemplos más significativos en esta categoría serían: El incendio del almacén GAP a fines de verano de 2016 en Fishkill, Nueva York, que destruyó el 30% del espacio total de almacenamiento de esta Compañía e interrumpió más del 10% de las órdenes de GAP. Otro ejemplo interesante, tiene relación con la Logística inversa o recuperación de las baterías del teléfono celular Samsung Note que se relacionó con problemas en la cadena de suministro de un proveedor de baterías y tuvo consecuencias de largo alcance para la marca Samsung y sus clientes, ejemplificó Savitsky.

No obstante, los eventos más significativos en esta categoría, según Savitsky se relacionan con los ciberataques. Según el experto "la mayoría de estos incidentes, como la violación de datos de alto perfil de Equifax que involucró la información personal de aproximadamente 143 millones de estadounidenses y el ataque Ramsonware que afectó a compañías como Fedex en 2017, levantan grandes banderas rojas para los profesionales de la Supply Chain, respecto de la seguridad de los datos. "Parece que los ciberdelincuentes tienen un número creciente de vías de ataque a su disposición, especialmente dado el crecimiento exponencial en la cantidad de dispositivos habilitados para Internet y redes de comunicaciones basadas en la nube", explicó Savitsky.

EL RIESGO ECONÓMICO. Finalmente, explica el ejecutivo, tenemos a los riesgos económicos que si bien no son perturbaciones físicas por naturaleza, pueden llegar a causar escasez de productos o mano de obra. Los ejemplos en este ítem incluyen: insolvencia financiera, desacuerdos comerciales o arancelarios, pérdida de derechos de patente y subproveedores con bajo rendimiento, entre otros.

En este acápite, Savitsky destacó lo acontecido con el operador marítimo Hanjin en 2016, cuya bancarrota generó la paralización de operaciones logísticas de alto nivel que derivaron en la paralización de barcos, contenedores y productos en diferentes puertos de todo el mundo.

"Una posible interrupción potencial de este tipo que se evitó, también en 2016, guardaba relación con el proveedor Cutler-McDermott Co., con 105 años de antigüedad y con sede en Massachusetts que produjo autopartes para GM y solicitó la bancarrota del Capítulo 11 en 2016. La insolvencia de la compañía amenazó a 19 de las instalaciones de producción de GM en América del Norte, y si no fuera por un acuerdo de USD 2,9 millones, podrían haber costado a GM "decenas de millones de dólares" en pérdidas", agregó el experto.

Acto seguido Savitsky argumentó que "si bien este tipo de riesgo es impredecible, las grandes crisis económicas ciertamente proporcionarán algo de drama en 2018. Lamentablemente, es demasiado pronto para predecir los resultados con cualquier grado de certeza".

¡ESTAR ***PREPARADOS!***

Con todo, la creciente interconectividad global de las cadenas de suministro, las interrupciones causadas por catástrofes naturales, los hechos por el hombre y los riesgos económicos han resultado en una mayor vulnerabilidad para las organizaciones. Desde el punto de vista de la continuidad del negocio y la gestión de riesgos es fundamental que los actores del rubro examinen sus cadenas de suministro de principio a fin y sean conscientes de las posibles amenazas al desarrollar estrategias de gestión de riesgos y planes de respuesta a crisis.

En este punto, Savitsky puntualizó que "históricamente, las empresas han tendido a gestionar las interrupciones lo más rápido posible, independientemente de las causas, a medida que ocurren, en lugar de construir cadenas de suministro que mitiguen la probabilidad de tales eventos".

Sin embargo, esta práctica está cambiando con un enfoque renovado en la resiliencia, aseguró el ejecutivo, poniendo como ejemplo lo vivido por Toyota en 2011, cuando se vio obligado a detener la producción de vehículos debido al terremoto de Tohoku ese año. "Toyota se enteró del evento y respondió construyendo redes de información que cubrían alrededor de 4,000 autopartes. Así, cuando se produjo el terremoto de Kumamoto en 2016, la compañía estuvo mejor preparada y pudo identificar qué proveedores se vieron afectados en cuestión de horas y luego cambiar rápidamente la producción de piezas a proveedores alternativos", explicó.

Teniendo en cuenta lo anterior es claro que cada vez más empresas reconocen que para responder rápidamente a las interrupciones deben prepararse de manera proactiva para enfrentar las dificultades que alteren el servicio y obtener una comprensión de sus vulnerabilidades subyacentes. Cuando pensamos, específicamente, en la realidad chilena y en cómo la industria se ha visto afectada por estos riesgos, el principal golpe al sector ha ido de la mano de las catástrofes naturales. Sin duda, el terremoto y tsunami que afectó al país el 27 de febrero 2010 fue la primera gran prueba que tuvo, en ese entonces, la creciente industria logística.

El abastecer las zonas afectadas por la catástrofe se transformó en el primer objetivo de las empresas y levantar además industrias que se vieron fuertemente afectadas. Hoy, los riesgos no sólo vienen desde la naturaleza sino también del hombre de la mano –tal como ejemplifica el autor- de los ataques tecnológicos que amenazan a la continuidad operacional de las empresas. **LGT**

TW LOGISTICA

LA TECNOLOGÍA DE UN WORLD CLASS EN LA LOGÍSTICA DE SU NEGOCIO

Más de 10 años trabajando con WMS de Manhattan Associates

Manhattan Associates®

Soluciones para empresas pequeñas, medianas y grandes

- Configuración a tu medida
- Integración sistémica
- Optimización de almacenaje
- Visualización en Línea
- Eficiencia en picking control por lote o serie

logistic@tw.cl | 22 389 1200 | www.tw.cl

AGUNSA LOGISTICS

KNOW-HOW, INFRAESTRUCTURA Y PROFESIONALISMO AL SERVICIO DE LA INDUSTRIA CHILENA

AGUNSA Logistics se ha posicionado en Chile como un proveedor logístico que enfrenta con un servicio de excelencia los constantes desafíos del mercado y de sus clientes. En materia logística, la empresa ofrece servicios de transporte, almacenaje, servicio de valor agregado y distribución, como también un creciente servicio In house; todos servicios con los cuales ha marcado diferencias en un mercado cada vez más competitivo.

Acción, cercanía y gestión son las tres cualidades principales que AGUNSA Logistics pone a disposición de sus clientes. La compañía es considerada uno de los operadores logísticos multinacionales más importantes de la industria logística y los mercados relacionados, cuyas cualidades lo ha posicionado como un aliado de calidad y experiencia en la industria chilena y líder en servicios de agenciamiento y logística.

Con presencia en más de 20 países, AGUNSA Logistics ha puesto su experiencia, profesionalismo y flexibilidad para responder las necesidades de sus clientes. ¿Cómo se entiende el éxito de AGUNSA Logistics? La respuesta parece estar en su constante desafío de desarrollar negocios, traspasando límites, fronteras aéreas, marítimas y continentales, mediante una plataforma logística integral que se expande y acelera de forma constante, insertándose eficientemente en las más diversas localidades y escenarios.

Innovación, cercanía con sus clientes, trabajo colaborativo, desarrollo tecnológico permanente, infraestructura, flexibilidad y un sinnúmero de otras cualidades posicionan a AGUNSA Logistics como una empresa de excelencia en las distintas indus-

trias donde opera, permitiendo generar importantes relaciones de largo plazo. Así la compañía se ha consolidado como un especialista en las distintas alternativas de la industria logística para atender las necesidades de quienes buscan los servicios de un 3PL de primera línea.

EL **CLIENTE SIEMPRE** EN EL CENTRO

"Lo que quiere el cliente es que el operador logístico sea parte activa de sus desafíos, trabaje con cercanía y mucho oído a sus necesidades, genere aportes concretos y a partir de ello, gestione profesionalmente los procesos y la tecnología, según sea la realidad de cada negocio". Así describió el escenario actual de los operadores, Rodrigo Jiménez, Gerente Corporativo de Logística y Distribución de AGUNSA Logistics; aspectos que a la vez se han transformado en el motor del servicio que la empresa ha dispuesto.

El ejecutivo destacó también la importancia que tiene el "contar con profesionales –en las distintas fases de la relación comercial/operativa- que tengan cercanía y pasión por su labor, y que sean capaces de detectar y concretar los cambios para aprovechar las oportunidades que se generan", lo que ha permitido –según Jiménez- que AGUNSA Logistics logre mantener clientes por más de 15 años.

No cabe duda, de que de la mano de la experiencia a nivel mundial y de la calidad de sus instalaciones, AGUNSA Logistics ha logrado una especialización en distintas industrias. En Chile, "estamos posicionados en la industria de la electrónica, minería, energía, graneles, congelados, ferretería y materias primas, entre otros".

LOGÍSTICA CON **SELLO MUNDIAL**

En materia logística, AGUNSA Logistics es una división con fuerte presencia en Sud América y Centro América. En Chile la cobertura de sus servicios alcanzan las principales regiones del país, llegando así a todo el territorio nacional con sus servicios. En Chile, específicamente, AGUNSA Logistics es –según Jiménez- un operador 3PL que "cuenta con terminales de carga y Centros de Distribución de Arica a Punta Arenas, donde ofrece servicios de transporte, almacenaje, servicios de valor agregado y distribución".

El gerente corporativo de Logística y Distribución destacó el crecimiento que la compañía ha tenido en las operaciones "in house", donde "adaptamos nuestra tecnología y procesos para operar en las instalaciones de nuestros clientes. Contamos con un WMS que se integra fácilmente a otros sistemas y otorga visibilidad del status de la carga y genera una amplia gama de indicadores que permiten medir la gestión y tomar acciones de mejora. Nuestra operación se desarrolla bajo la cultura de las 5S y estamos certificados bajo la norma ISO 9001/2015".

Rodrigo Jiménez
Gerente Corporativo de Logística y Distribución

Otras de las ventajas que ofrece este Operador Logístico es la posibilidad que entrega a sus clientes de encontrar soluciones más allá de las fronteras, donde la división Logística Internacional entrega una cobertura integral de servicios desde el país de origen al destino final. Asimismo, el ejecutivo destacó otros servicios como valor agregado: "depósitos, venta y arriendo de contenedores, mini-bodegas y elaboración de módulos que se ofrecen en todas nuestras localizaciones".
Un factor importante que refleja la política de constante crecimiento e innovación de la compañía, es su reciente incorporación a la industria de cargas peligrosas, siendo socios y operadores de la empresa Imolog y también en la logística automotriz, a través de la sociedad KAR Logistics.

EXPERIENCIA

AGUNSA Logistics tiene una infraestructura propia importante a lo largo del país. Además, los distintos equipos de profesionales y técnicos, junto al conocimiento que han desarrollado al interior de la compañía, ha permitido diseñar y construir un producto consistente que responde a las distintas complejidades que los clientes demandan en un tiempo adecuado a sus necesidades.

La empresa pone -según el gerente corporativo de Logística y Distribución- un "constante énfasis en el mejoramiento continuo de nuestros servicio, con un fuerte foco en el aspecto tecnológico, cuyo fin es dar cercanía y concretar las oportunidades de mejora que se detecten".

Es así, como el ejecutivo reconoció que de cara a este 2018, AGUNSA Logistics se ha planteado importantes desafíos por materializar, tales como: continuar con el desarrollo en Latinoamérica, consolidar los servicios a las cargas peligrosas, nicho en el cual la empresa ha realizado importantes inversiones en infraestructura de alta tecnología, con la finalidad dar cumplimiento a toda la normativa vigente, gracias a lo cual ya cuenta con más de 35 clientes, quienes han depositado su operación en las manos de AGUNSA Logistics.

Por otra parte, Rodrigo Jiménez manifestó el interés de la empresa de continuar con el desarrollo y crecimiento de la logística automotriz, en la que "también hemos realizado inversiones importantes, tanto en San Antonio como en Santiago, y donde hemos desarrollado tecnologías de punta al servicio de los clientes".

En conclusión, el rumbo de esta empresa, líder de la industria está, –según su Gerente Corporativo de Logística y Distribución- en "seguir con el crecimiento de nuestros negocios en los mercados donde nuestra marca se ha posicionado en forma relevante". LGT

ARRIMAQ

UN ALIADO PARA LA OPERACIÓN DE UNA LOGÍSTICA MODERNA

Con foco en la calidad de servicios y en la innovación tecnológica, tendientes a optimizar y garantizar continuidad operacional a los clientes, la empresa ha diseñado una política constante de mejora para ofrecer al 'nuevo' mercado logístico -marcado por la eficiencia y competitividad- un servicio de calidad. Para eso, ARRIMAQ ofrece a la industria equipos de primera línea, de la mano de su aliado Toyota Material Handling, líder en equipamiento a nivel mundial.

Generar soluciones para la gestión de flotas, energía y automatización ha sido el sello de ARRIMAQ, empresa que se dedica al arriendo y venta de maquinarias para bodegas como grúas horquillas, apiladores, transpaletas, entre otros equipos, mediante alianzas de primer nivel con líderes en el mercado de los equipamientos.

Actualmente, ARRIMAQ cuenta con la representación de las marcas BT (Suecia), Raymond (Estados Unidos) y Faam (Italia); todos expertos en maquinarias para el movimiento de materiales y que han sabido posicionarse, como un aliado estratégico de la operación logística moderna, caracterizada por la importancia de la continuidad operacional, la eficiencia y la competitividad.

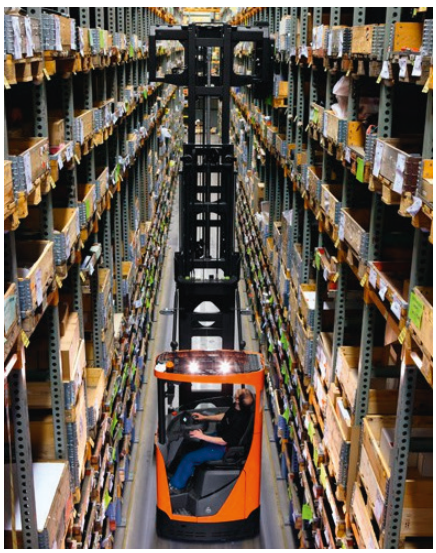
En los más de 40 años de presencia en el mercado, la empresa ha sabido responder a los cambios que ha experimentado la industria, mediante soluciones de calidad; siendo la innovación uno de los valores agregados y diferenciadores de ARRIMAQ. En esta línea, Toyota Material Handling –líder en equipamientos para el movimiento de carga- ha sido un excelente aliado, ya que ha incorporado a sus equipos una serie de mejoras, entre las que destacan soluciones para la gestión de flotas, energía y automatización.

A través de dichas implementaciones -que han incorporados los equipos BT y Raymond-, el servicio que ofrece ARRIMAQ ha ganado enormemente en calidad, seguridad y en una política continua de implementación de tecnológicas que permiten optimizar los procesos de los clientes; todos factores que han llevado a la empresa a posicionarse como un líder en el mercado de arriendo de maquinarias.

CON FOCO **EN EL SERVICIO**

"Nos hemos enfocado en que nuestros clientes encuentren en nosotros todas las soluciones que buscan", afirmó Manuel Aguilera, gerente comercial de ARRIMAQ, quien además recalcó el conocimiento y experiencia que tiene la empresa en el mercado del arriendo de maquinaria, en el cual la calidad del servicio y la rapidez en las respuestas a los requerimientos de los clientes son primordiales para el éxito comercial.

"Nuestro servicio de arriendo cuenta con más de 40 años de experiencia, siendo ARRIMAQ la empresa pionera en Chile en otorgar arriendo de equipos de movimiento de materiales. Un servicio que con el tiempo ha sido mejorado y actualizado para asegurar la continuidad operacional de nuestros clientes, comprometiéndonos a disponer y organizar todos nuestros recursos tecnológicos para entregar las mejores soluciones del mercado", enfatizó Aguilera.



Y es para asegurar esa continuidad operacional que la empresa ha dispuesto distintos procesos en aras de satisfacer y dar respuestas oportunas a los requerimientos de los clientes, tales como la Unidad de Coordinación, cuyo eje está en generar rapidez en el servicio, contacto permanente con los clientes y alta efectividad. También cuentan con talleres móviles y portal clientes; todo para lograr una relación de confianza con los clientes. "La red comercial que ARRIMAQ ha diseñado nos permite atender los requerimientos de nuestros clientes a nivel nacional con personal altamente capacitado y en tiempos oportunos", añadió el ejecutivo.

INNOVACIÓN: FACTOR QUE MARCA DIFERENCIA

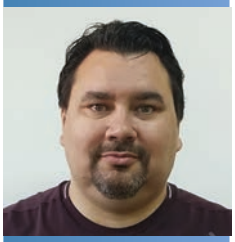
Optimización y seguridad en los procesos son los ejes que mueven las distintas innovaciones que han experimentado los equipos de Material Handling; y que se han transformado en un pilar en el mix de productos que ofrece ARRIMAQ para el movimiento de carga.

Con la clara intención de estar a la vanguardia y satisfacer las nuevas tendencias del mercado, la empresa ha puesto a disposición de la industria los nuevos equipos de BT y Raymond, los cuales se caracterizan por calidad, seguridad y tecnología con la finalidad de apoyar los procesos logísticos.

El gerente comercial de la compañía, comentó que con los nuevos equipos "estamos preparados para los desafíos que nos plantea la logística moderna", donde destacan soluciones para la gestión de flotas, energía y automatización. En cuanto a la **gestión de flotas**, los nuevos equipos de Toyota Material Handling incorporan **Toyota I_Site**, solución que combina tecnología, información y asesoramiento continuo que permiten monitorear en tiempo real la operación de los equipos en las bodegas y el rendimiento de los operadores.

La nueva aplicación está basada en dos sistemas: Easy Management report (informes de gestión fácil) y Toyota Wireless Information System que recoge datos en tiempo real. Lo anterior permite a la empresa contar con información de gestión para la toma de decisiones. Entre los servicios que proporciona esta solución destacan: sistema de arranque mediante PIN; Checklist antes poner en marcha la maquina; registro de datos de conducción tanto del operario como de la grúa; registro de datos de impactos para aumentar la seguridad de las instalaciones y el historial de carga de batería, entre otras aplicaciones. Por su parte, en materia de **soluciones de energía**, el líder mundial en equipos de movimiento de carga ha expandido su gama de grúas horquillas eléctricas de iones de litio, lo que entrega a los clientes un menor consumo de energía, mayor productividad y una operación más sustentable, cuyos beneficios se ven en aquellas operaciones de más de un turno de trabajo, ya que estas baterías permiten ser cargadas por oportunidad rápidamente, reduciendo los tiempos de inactividad del equipo, lo cual permite aumentar la productividad en las operaciones. Las baterías de litio también han demostrado tener un 30% más de eficiencia energética, reduciendo significativamente las emisiones de CO2.

Finalmente, la innovación por parte de Toyota ha estado puesta en la **automatización** con la finalidad de optimizar la eficiencia y flexibilidad en bodegas y CD. Entre las soluciones que presentan está el sistema Navigation Solutions (NS), el cual dota al operador con control y responsabilidad total del sistema. Los equipos con este sistema, están equipados con un procesador, una antena RFID, antena Wifi para poder comunicarse con el WMS de cada cliente y una pantalla táctil.
Con este sistema, es posible evitar daños y/o accidentes, dado que es posible indicar al equipo el lugar donde circulará y las limitaciones o riegos que existen. LGT



Líder:
Claudio Plaza
Telleria, shipping manager DC

TECNOLOGÍAS

HERRAMIENTAS QUE SUMAN A LA LOGÍSTICA. WMS. DE UN TIEMPO A ESTA PARTE CADA DÍA MÁS EMPRESAS CUENTAN CON ESTE TIPO DE HERRAMIENTAS COMO APOYO A SU OPERACIÓN LOGÍSTICA. ES DIFÍCIL PENSAR EN QUE ALGUIEN LIGADO AL MUNDO LOGÍSTICO NO SEPA LO QUE ES UN WMS. DE TODOS MODOS, WMS SON LAS SIGLAS EN INGLÉS PARA WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM, EN ESPAÑOL HABLARÍAMOS DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE ALMACENES O BODEGAS.

Los primeros funcionaban más como una herramienta utilizada para la recolección de datos o simplemente para identificar el lugar en que era almacenado un producto. Los sistemas actuales ofrecen alternativas variadas para las diferentes necesidades de un CD, alternativas que van desde apoyo a la ejecución de procesos con Terminales de Radio Frecuencia, información en tiempo real, así como también integración con sistemas de picking y reabastecimiento por luz (PTL), reconocimiento de voz y equipos como sorters o conveyors.

TODAS LAS EMPRESAS QUE IMPLEMENTARON UN WMS OBTUVIERON MEJORAS EN SUS PROCESOS, EN LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN CON LA QUE CONTABAN Y AL CORTO PLAZO LOGRARON SER MÁS PRODUCTIVOS Y EFICIENTES.

La oferta es amplia y cada software tiene características propias que lo diferencian del resto, sin embargo, es bueno tener claro que en todos los CD's se hace lo mismo, con las particularidades propias de cada negocio, pero todos reciben, almacenan, preparan y despachan. Ahora bien, todos los WMS incluyen en su base una serie de procesos diferentes para cada etapa de la cadena al interior de un CD, podemos decir a grandes rasgos que, "todos los WMS, hacen lo mismo", ¿Cuál elegir? Depende de las respuestas que se le den a cada una de las variables a considerar en la elección del sistema que mejor cumpla con lo que se necesita.

¿Implementarlo o no? Es una pregunta común hoy en día en el rubro, y si bien es una pregunta simple, no es fácil de responder. Las variables a considerar son tan extensas como uno quiera que sean, desde el precio, tiempo de implementación, procesos acordes a la realidad del CD o bien si se hará necesario modificarlos y adaptarlos a la realidad de la operación, los niveles y velocidad de soporte son un punto que debe ser considerado siempre.

La empresa que decide implementarlo deberá cumplir con una serie de requisitos previos antes de comenzar, tales como:

■ Los artículos deben tener un identificador único, codificado en barras ■ Las ubicaciones deben estar identificadas de manera única. Deben estar identificadas para ser leídas por un terminal RF, mediante códigos de barras o bien RFID ■ La capacitación de los usuarios y la gestión del cambio son cruciales para una exitosa implementación, es común ver empresas que no le dan la importancia que merece a esta parte del proceso y pagan las consecuencias de ello con retrasos en la puesta en marcha, dificultades en la partida y errores por parte de los usuarios.

En mi experiencia personal, trabajé durante años implementando estos sistemas en distintos CD's de diversos rubros y con distintos tipos de equipamiento. Todas las empresas que implementaron un WMS obtuvieron mejoras en sus procesos, en la calidad de la información con la que contaban y al corto plazo lograron ser más productivos y eficientes. Dentro de las mediciones que realizamos podemos indicar reducción de inventario de un 25%, mejoras en el uso de espacios, exactitud de inventario por sobre un 99,5%, disminución de mermas por vencimiento de productos, optimización de la carga de camiones, velocidad en la preparación de pedidos y si queremos dar una mirada ecológica podemos tomar en consideración la considerable reducción en el uso de resmas de papel en la operación diaria.

Entonces, ¿implementar o no? Si tu operación necesita ser más eficiente, más veloz, más competitiva, tener información fidedigna en tiempo real, mejorar KPI's, contar con trazabilidad de productos, reducir costos operacionales, entre otras mejoras, entonces la respuesta es un sí rotundo. LGT

ARRIMAQ®

TODAS LAS SOLUCIONES EN UN SOLO LUGAR

- ✓ Venta y Arriendo de Maquinarias
- ✓ Asesoria y Contuniudad Operativa
- ✓ Servicio Técnico y Repuestos
- ✓ Experiencia desde 1975

Somos representantes exclusivos de:

TOYOTA
TOYOTA MATERIAL HANDLING

BT

RAYMOND

FAAM
energy saving battery

Fronius
SHIFTING THE LIMITS

BRAVI
PLATFORMS

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

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

Líder:
Paola Seccia,
Gerente de
Logística de Lacoste

STOCK INMOVILIZADO

RESOLVERLO...HOY PUEDE SER UNA GRAN OPORTUNIDAD! EN LO QUE HE RECORRIDO POR MARCAS DE DIFERENTES RUBROS, HAY UN DOLOR DE CABEZA QUE ES COINCIDENTE Y TRANSVERSAL...EL STOCK INMOVILIZADO!

Por lo general, esto se va acumulando a consecuencia de devoluciones de clientes por acuerdos comerciales o por fallas; También puede ser por inexactitud de forecast y fluctuaciones en la demanda. Es así como, es común ver en los reportes de inventarios gran cantidad de Stock Segunda; Off Season; Slow move, etc.

Este tema, sin duda, genera mucha tensión en las organizaciones y es motivo de discusión entre las áreas comerciales, logísticas y financieras de cómo resolverlo. Somos requicentes a abordar el tema, pues nos distrae negocio principal; debemos cumplir con las metas de ventas y finalmente respondemos y obedecemos a un presupuesto anual.

Pero Atención!!! En el stock inmovilizado hay muchos costos ocultos que están afectando igualmente los resultados: Estudios indican que los más altos costos impulsados por los inventarios son los de "tenencia del stock" como: ■ Alto costo financiero por capital inmovilizado ■ Gasto operacional y de almacenamiento ■ Deterioro físico del productos ■ Reduce el cupo de compras para renovación de stock ■ Costos de obsolescencia ■ Costos de protección de precios ■ Costos de devoluciones, etc.

Sin embargo, es aquí donde como áreas de Supply Chain y/o Logística nos volvemos un elemento diferenciador y agregamos mayor valor a la cadena cuando podemos liderar acciones que ayuden a resolver lo que para otros es una incomodidad. Primero, dando clara visibilidad de la clasificación, estado y costo de los productos inmovilizados.

Luego; Existen hoy múltiples canales alternativos donde se puede evacuar estos inventarios, tales como:

SALES OFF para el personal, familiares, empresas relacionadas y proveedores con descuentos especiales durante todo el año donde los vendedores sean los mismos empleados.

EVENTOS ESPECIALES en alguna fecha de alta convocatoria como es Navidad; Escolar; Día de la Madre; etc. Donde hay empresas que arriendan un lugar específico y hacen el llamado por la prensa y redes sociales.

CANJES DE PRODUCTOS EN CLUBES DE FIDELIZACION como lo son los puntos acumulados por compras de tarjetas de crédito.

LOS OUTLETS, hoy una de las soluciones más eficientes y hay para todo tipo rubros. Un fenómeno con más de 10 años en Chile que ya se ha transformado en un nuevo canal de distribución y cada vez se masifica más. Hoy existen 8 mall y más de 650 tiendas que podemos encontrar en todo Santiago y en algunas regiones del País. Inclusive, para extranjeros que visitan nuestro país.

No es extraño ver, por ejemplo, filas de autos trasandinos a la espera de la apertura de las tiendas en Quilicura. Los precios y el cambio los favorece enormemente. Retailers Nacionales como Ripley, Paris, Falabella, etc. Ya están arrendando bodegas en estos Outlets para liquidar sus saldos.

Para Marcas Primium, esta opción es muy efectiva, sobre todo cuando existen tantos cambios de temporada, ya que se pueden ofrecer una variedad de productos en forma permanente todo el año. Los Outlets también abre la posibilidad de llegar a otros segmentos de mercado distintos del canal tradicional

A través de los Outlets es posible también reducir el costo de protección de precios, ya que las acciones de descuento que se puedan implementar no afecta directamente el canal tradicional. Otro aspecto importante a considerar es la dispersión del stock; es decir focos de inventario inmovilizado que dispersos en tiendas o en los mayoristas.

Una buena estrategia en el manejo del stock es mantener en el canal tradicional solo temporada actual y los avances de temporada, colecciones frescas que permitan diferenciar las tiendas primium. Esto no significa devoluciones a nuestros centros de distribución, ya que esto implicaría un circulo vicioso al alimentar más stock inmovilizado, sino llevarlos directamente al canal no tradicional como lo son los outlets.

Esto más bien es una logística inversa, que se transforma en un circulo virtuoso, donde las posibilidades de hacer liquides es mucho más eficiente de cara al cliente de otros segmentos. En resumen, el inventario afecta los costos en más formas de las que quizás nos demos cuenta. Entender y manejar los costos impulsados por inventario puede tener un significativo impacto en los márgenes.

La invitación es dar una mirada a nuestro inventario, identificar las oportunidades y evaluar económicamente vs los costos ocultos de mantener ese stock, las alternativas según su tipo de producto y HACERLO!!!

"Si nada haces... nada pasa". LGT

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

MECALUX

www.mecalux.cl (56-2) 2827 6000 info@mecalux.cl

Líder:
Sergio Flores
U. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Supply Chain Council Chile, Demafront SpA.

PROCESOS

ADMINISTRACION DE LA CADENA DE SUMINISTRO CUANDO REFLEXIONAMOS SOBRE LOS PROCESOS PROPIOS DE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM), EL TÉRMINO "CHAIN" NOS LLEVA A PENSAR EN PROCESOS INTEGRADOS E INTEGRADORES. LA VISUALIZACIÓN FÍSICA DE UNA EMPRESA NOS HACE PENSAR EN LA CADENA CONFORMADA POR LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN, PRODUCCIÓN Y ABASTECIMIENTO.

De esta forma, una Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP) que articule adecuadamente la elaboración de pronósticos, la planificación de producción y la planificación de abastecimiento, pareciera ser la "varita mágica". Claro, la varita resulta "mágica", si sólo se espera que la empresa sobreviva.

LA INTERACCIÓN/ INTEGRACIÓN ENTRE EL ÁREA COMERCIAL Y FINANZAS SE EVIDENCIA AL REPARAR EN QUE PARA LOGRAR UN MAYOR NIVEL DE SERVICIO (FILL RATE) EN EL SELL OUT, ES NECESARIO INCREMENTAR LOS INVENTARIOS DE SEGURIDAD Y CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO.

Sin embargo, la presencia de factores tales como; proliferación de productos y canales de comercialización, surgimiento de nuevos competidores, reducción de márgenes y aumento de tasas impositivas, entre otros, hacen evidente que para mantener o incrementar la rentabilidad de la empresa, sea imprescindible incorporar en forma simultánea otras dimensiones de articulación. Estas dimensiones son: la integración entre áreas funcionales, integración en la asignación de recursos entre productos y la integración entre decisiones tácticas y operacionales.

Para entender la integración entre Finanzas y Producción, es necesario reconocer que el incentivo tradicional para esta segunda área es la "eficiencia" entendida como el porcentaje de utilización efectiva de la capacidad.

Esto induce a Producción a producir lotes de gran tamaño de modo de reducir el número de lotes y consecuentemente disminuir el tiempo improductivo. No obstante, lo anterior induce incrementos en el inventario de ciclo, que en definitiva genera la necesidad de mayor capital de trabajo, consecuencia que es indeseable para el área de Finanzas.

La Interacción/integración entre el área Comercial y Finanzas se evidencia al reparar en que para lograr un mayor nivel de servicio (fill rate) en el sell out, es necesario incrementar los inventarios de seguridad y consecuentemente el capital de trabajo requerido.

Otra dimensión de interacción/ integración, se manifiesta en la asignación de recursos entre los productos que produce una empresa. Tradicionalmente se califica el atractivo de los productos en función de su margen unitario o la contribución anual que generan. Así, en caso que existan restricciones de capacidad, se descartan los productos menos atractivos. No obstante, en ese análisis intuitivo, no se considera la absorción de capacidad requerida por cada unidad de producto, factor que de considerarse, podría llevar a conclusiones diferentes y una contribución percibida más alta para la empresa.

Una tercera dimensión de integración que se desea destacar en este artículo, es la existente entre las decisiones tácticas y operacionales. Así, en una empresa comercializadora surgen preguntas del siguiente tipo; ¿Cómo determinar los fill rates específicos de cada sku / línea de negocio, a partir del fill rate global para la empresa definido por la gerencia? Otra pregunta: ¿qué información transmitir al nivel operativo para que este pueda alcanzar las metas establecidas a nivel táctico?. LGT

1El lector con mayor "insight" en este tema, concordará que en casos que el porcentaje de utilización de capacidad de las instalaciones sea alta y exista demanda adicional que pudiera satisfacerse, el costo financiero asociado al mayor inventario, podría verse más que compensado por una mayor venta y por tanto mayor contribución obtenida.

¿YA NO TE QUEDA ESPACIO PARA ALMACENAR TUS PRODUCTOS?

No arriendes otra bodega

EVITA COSTOS FIJOS

ARRIENDA A DEMANDA POR PALLLET O M² DÍA

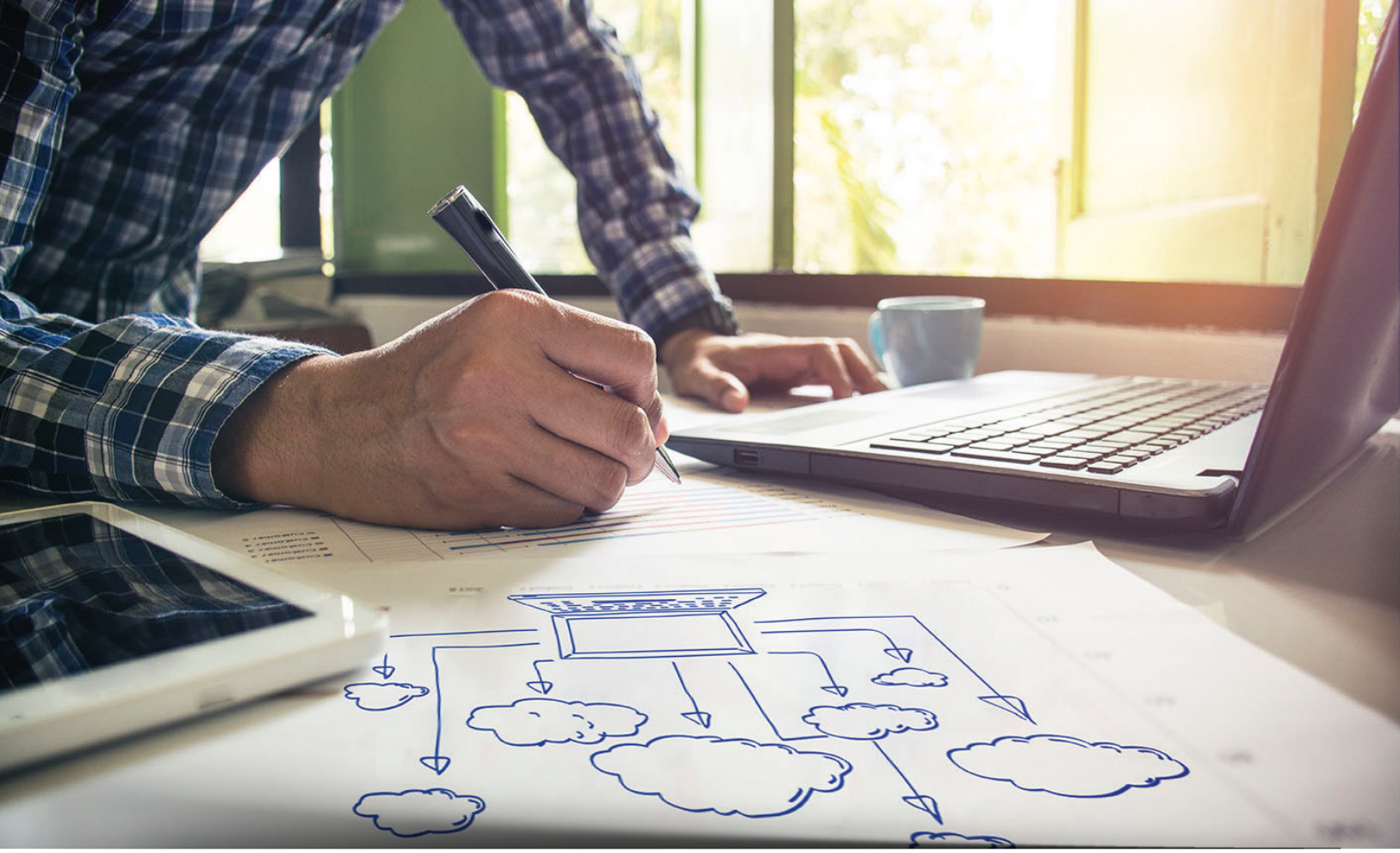
- Solución más flexible
- Más comunas
- Más rápido
- Hasta 45% de ahorro

Regístrate en

www.palletparking.com

Contacto: +56 232632799

PALLETPARKING
On Demand Warehousing



IFX NETWORKS
PRESENTA SU NUEVA SOLUCIÓN EN LA NUBE: IFX CLOUD FOR ERP

Gracias a las alianzas con los principales desarrolladores de software a nivel mundial y a su conocimiento en Cloud Server, IFX Networks se ha consolidado, en sus 18 años de trayectoria en el mundo de las telecomunicaciones, como un partner de primera línea para aquellas empresas que buscan soluciones en materia de seguridad, accesibilidad y continuidad de su operación.

"Un experto en soluciones en la nube". Así se define IFX Networks, compañía con más de 18 años de experiencia en el mundo de las telecomunicaciones y con presencia en más de 16 países de América, quien se ha consolidado en el mercado nacional gracias a su capacidad para proveer soluciones de alcance global y de alto nivel ante los más variados requerimientos de las empresas.

"Nuestros servicios en la nube nos han dado muy buenos resultados. Tenemos la confianza y seguridad de que sabemos trabajar en ella y eso lo ponemos a disposición de nuestros clientes", afirmó Ernesto Valenzuela, Leader Cloud de IFX Networks. Gracias a esta confianza, la empresa es uno de los actores más importante en soluciones tecnológica en la nube.

Motivados por el posicionamiento alcanzado y el conocimiento obtenido con los años, IFX Networks pone a disposición de sus clientes una nueva solución, denominada IFX CLOUD FOR ERP, que -a grandes rasgos- busca que las empresas puedan operar sus sistemas ERP en la nube con las ventajas operacionales y de seguridad que eso significa.

CON **EL RESPALDO** DE LOS GRANDES

Una de las claves del éxito de esta solución está, según Valenzuela en las alianzas que la empresa tiene con las principales compañías desarrolladoras de software, situación que permite a IFX entregar una estructura homologada a estos softwares y "así ofrecer una completa integración con los más variados sistemas de nuestros clientes".

"Este ha sido un servicio que nos ha dado muy buenos resultados y eso nos tiene muy contentos y confiados. En la medida en que los clientes visualicen las ventajas de esta solución en su operación, en ma-

teria de continuidad operacional, seguridad y respaldo, IFX Cloud for ERP alcanzará una fuerte posición en el mercado", aseguró el ejecutivo.

En la práctica, Ernesto Valenzuela detalló que la solución consiste en "entregar al cliente una infraestructura como servicio, en un sistema comprobado y en funcionamiento, puntualmente para ellos. Cumpliendo los requerimientos técnicos para operar con distintos softwares. Gracias a nuestra experiencia y conocimiento, nuestros clientes sienten la confianza de tomar su software y llevarlo a nuestra nube".

¡GANAS **SEGURIDAD**!

"El correcto funcionamiento de nuestro servicio es algo que está comprobado", afirmó el Leader Cloud, reflejando la confianza y seguridad en la calidad de la solución que tiene IFX Networks, cuyas ventajas y garantías que ofrece a los clientes son su mejor carta de presentación.

El ejecutivo agregó que "las ventajas que este servicio entrega a los clientes son muy valoradas e importante para el funcionamiento de las compañías. Entre ellas está: Seguridad, accesibilidad, continuidad y conocimiento".

Ernesto Valenzuela
Leader Cloud
IFX Networks

Asimismo, el profesional profundizó en el ámbito de la seguridad, considerando algunos eventos que se han vivido y han afectados a compañías a nivel mundial y nacional. "Por ejemplo, tras la nevazón en Santiago se generaron muchos cortes de luz y muchas empresas tenían sus servidores en una sala en la misma compañía y dejaron de ocupar sus ERP. Ahí, los clientes se dan cuenta que nuestra solución es ventajosa. Si se 'monta' el ERP en el cloud de IFX ganan continuidad operacional", añadió.

Valenzuela ahondó en que otra de las ventajas que asoma para los clientes es que "los problemas de hardware de su compañía están en manos expertas. La idea es que se olviden de las mantenciones y otros temas relacionados, ya que esa es nuestra área y parte de nuestros servicios. Además, incorporamos los backup de las maquinas, permitiendo a nuestros clientes recuperar su información en caso de una falla malintencionada o casual", recalcó.

SOCIO INTEGRAL

Como una compañía cuyo corazón de su negocio está puesto en el mundo cloud se define IFX Networks, posicionándose hoy como un socio en soluciones integrales del mundo de la nube y en eso se han enfocado para dar soluciones a todos sus clientes. Además, el diseño de la modalidad comercial que poseen les permite satisfacer las necesidades de todas las empresas y operaciones. Con los servicios y soluciones que ofrece la compañía, los clientes ganan -sin duda- profesionalizar sus sistemas.

En cuanto a la importancia de la nueva solución, IFX Cloud for ERP, Ernesto Valenzuela recalcó que es un pilar fundamental para el actual funcionamiento de las empresas, ya que estos softwares respaldan información en materia operacional de cada compañía.

"Estos softwares se encargan de la gestión de toda la empresa, tanto del punto de vista comercial como productivo o logístico. Lo anterior hace que sea primordial contar con el respaldo de un grande como es IFX Networks, ya que ofrecen a las empresas la posibilidad de reforzar y asegurar su operación; factor clave para el éxito comercial y el posicionamiento de una compañía, en los mercados actuales. Este 2018 queremos conquistar el mercado chileno de ERP", afirmó el Leader Cloud. LGT

ASPECTOS A DESTACAR

Cabe recalcar que los servicios de IFX Networks tienen siempre como foco el cliente, en especial, con aspectos como la seguridad, la calidad de servicios, la orientación, la asesoría, continuidad operacional y también costos asociados acordé a las necesidades de cada una de las empresas.
Para comprender de profundidad, los alcances que tiene la nueva solución presentada por IFX Networks, denominada IFX Cloud for ERP, Ernesto Valenzuela destacó las siguientes ideas, las cuales reflejan los objetivos centrales de la nueva solución presentada por la compañía.

■ Reducir los costos de propiedad de la solución completa de tecnología informática ■ Reducir al mínimo la pérdida de ingresos, debido a inactividad por fallas ■ Reducir los costos de backup como Agentes de backup, capacidad o restauraciones de acuerdo con su incidencia en las funciones críticas del negocio ■ Contar con Datacenters que cumplen con estándares de seguridad, confiabilidad, disponibilidad y tecnología acorde a los requisitos exigidos por los fabricantes de ERPs de clase mundial ■ Permitir el crecimiento de la solución de acuerdo con las necesidades del negocio ■ Reducir el costo de inversión de capital (CapEx) con el cambio a un modelo de costo de operación (OpEx) que permite optimizar el uso de los recursos de TI ■ Operar de forma eficiente con total seguridad y confidencialidad en una plataforma tecnológica de punta y administrada por expertos ■ Contar con la estrecha colaboración y presencia de una compañía experta a nivel regional que conoce su negocio y que ha desarrollado mejores prácticas para Cloud Computing y servicios en la Nube de aplicaciones de misión crítica y continuidad de negocios ■ Contar con un servicio que le permite garantizar y aumentar la continuidad de las operaciones críticas de su negocio ante cualquier eventualidad.

CAMPOS DE CHILE

EXITOSO EN CONSTRUCCIÓN DE CD BAJO LA MODALIDAD BUILD TO SUIT

Los últimos años han sido de éxitos y posicionamiento para la constructora de origen español. La confianza de importantes empresas les ha permitido concretar la construcción de nuevos centros Avanza Park y de modernos Centros de Distribución para importantes compañías. Precios competitivos y velocidad en la ejecución de las obras han sido sus sellos.

Construir Centros de Distribución (CD) a la medida de las necesidades de cada cliente es una de las características que han llevado a la constructora Campos de Chile a posicionarse con fuerza en el competitivo mercado logístico chileno. Con la experiencia de más de 50 años de funcionamiento en España, la constructora ingresó al mercado nacional para ofrecer una solución inédita en forma y fondo, en precio y en calidad. La atractiva propuesta logística de Campos de Chile está marcada por la comercialización de pequeñas bodegas, por un lado, y por la construcción de modernos Centros de Distribución, bajo la modalidad Build to Suit, por el otro.

Jaime García-Pelayo, gerente general de Campos de Chile, señaló que: "llegamos a Chile con una forma diferente de comercializar pequeñas bodegas en relación a los condominios. Existe una abrumadora tendencia a comercializar bajo la modalidad de arriendo, de la cual nosotros nos diferenciamos en régimen de venta. Además de las excelentes ubicaciones de todos nuestros proyectos, otra gran diferencia es que la gran mayoría de las empresas constructoras de la industria además de construir bodegas por lo general también construyen casas, oficinas, carreteras, etc. nuestro grupo y sus empresas se han especializado exclusivamente en la construcción de espacios industriales". El ejecutivo recalcó además que es esa expertise la que hoy está a disposición de las industrias chilenas.

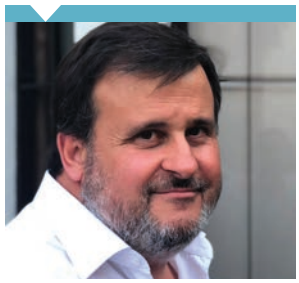
Desde 2012, la empresa se ha ganado un lugar en el mercado, de la mano de sus dos líneas de negocios con foco en el desarrollo inmobiliario de proyectos de bodegaje. "Contamos con la venta de pequeñas bodegas (200m2 a 900m2) que se construyen bajo la ley de copropiedad y

como condominio; y también la construcción de Centros de Distribución, tras un acuerdo Build to Suit y que se comercializa en venta o principalmente bajo el régimen de arriendo a largo plazo", comentó García-Pelayo.

EXITOSO MODELO DE NEGOCIOS

El gerente general de Campos de Chile destacó el desarrollo de la compañía en los últimos años, lo que se refleja en el desarrollo de sus centros Avanza Park Lautaro, Avanza Park Lo Echevers y Avanza Park Cerrilllos y la construcción de varios CD para clientes como por ejemplo: Soler & Palau, Loginsa, Procter & Gamble y ABC Din.

Jaime García-Pelayo
Gerente General
Campos de Chile



¿Cómo marcan diferencias en el mercado? Ante esta interrogante, García-Pelayo señaló que el sello de Campos de Chile es la variedad de soluciones que puede ofrecer para la logística. "La relación con la industria logística está dada por la variedad de soluciones que Campos de Chile puede ofrecer al mercado, las cuales van desde el estudio de su operación, concretar el diseño del proyecto y, la construcción del CD.

En general, todo bajo un modelo Build to Suit y eso nos obliga a conocer las necesidades operacionales de nuestros clientes para entender sus dificultades y las necesidades. Así podemos desarrollar un 'traje a la medida', en lo que a CD o almacenaje se refiere", expresó.

En esta línea, el ejecutivo destacó la construcción del Centro de Distribución para ABC DIN, lo que definió como "uno de los principales hitos de la empresa" con sus 43 mil m2 construidos, en un plazo de 14 meses. Otra de las obras que subrayó fue la construcción del nuevo CD de la compañía multinacional Procter & Gamble, en la comuna de Macul. Ambos proyecto son la materialización del éxito de esta modalidad comercial.

UN SOCIO DE SOLUCIONES

Detrás de la empresa existe un gran equipo de profesionales, un departamento de ingeniería propia y todo el personal calificado necesario para el diseño, desarrollo, gestión y ejecución de todo el proyecto.

Los precios competitivos y la velocidad en la ejecución de las obras han sido los sellos de la empresa. Además, la modalidad del negocio impulsado por la constructora, permite a sus clientes relacionarse con un solo interlocutor para la totalidad de su proyecto.

"Contar con todo el personal necesario y realizar toda la operación dentro de la empresa, evitando subcontratación y terceros en general, hace que se reduzcan los costos para las utilidades de todos los actores que intervienen en el proceso constructivo/inmobiliario, los cuales se repercuten en unas mejores condiciones y tarifas para nuestros clientes", agregó.
Así, la empresa ha presentado una constante política de innovación, basada en el conocimiento que tienen de la industria, lo que les ha permitido ofrecer soluciones acorde a las reales necesidades del mercado actual. "Con el transcurso de los años, hemos incorporado nuevas líneas en nuestros procesos con el objetivo de proveer a nuestros clientes una solución integral a sus necesidades", afirmó el ejecutivo.

En esta línea, la empresa destaca la implementación de todas las instalaciones o automatizaciones y sistemas de gestión que se requieran por el cliente para su operación y además pudiendo evitar que las compañías destinen su liquidez para ello, al repercutir el coste de todas las instalaciones y sistemas dentro de su canon de arriendo; finalmente se está implementando un último servicio integral que comportaría para el cliente además que le gestionemos su propia logística y distribución, externalizándola y garantizandole un ahorro sobre sus costos actuales de operación

De acuerdo, a lo señalado por García-Pelayo, en los últimos años el mercado ha experimentado un importante cambio. Hoy la industria vive –según el ejecutivo- aires de modernización de los Centros en respuesta a las demandas logísticas que genera el impulso del e-commerce y es ahí donde el know how en el desarrollo inmobiliario de proyectos de bodegaje e industriales permite a Campos de Chile diseñar, desarrollar y gestionar todo tipo de instalaciones.

"Nuestra historia nos acredita y avala para asumir con seriedad cualquier tipo de trabajo, desarrollando cada proyecto bajo el más alto estándar de calidad. El compromiso con la calidad de las instalaciones es total y un pilar para enfrentar los desafíos para 2018 que se centra en seguir avanzando en el diseño y ejecución de nuestros centros de bodegaje para seguir consolidando nuestra propuesta en el mercado", concluyó el Gerente General.

EL MERCADO DE GRÚAS EN CHILE TUVO UN DESEMPEÑO POSITIVO EN 2017, CON UN CRECIMIENTO DOCUMENTADO DEL 29% EN LAS IMPORTACIONES GENERALES DE ESTOS EQUIPOS DURANTE ESE PERIODO; NUEVOS PROYECTOS DE ALTA ENVERGADURA, TODO APALANCADO POR EL ANUNCIO DE QUE PRÓXIMAMENTE CHILE RECIBIRÁ EN SU MERCADO AL GIGANTE DEL E-COMMERCE MUNDIAL AMAZON; MOTIVO POR EL CUAL, SEGÚN LOS EXPERTOS, SE MOVILIZÓ LA INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO DE LOS PRINCIPALES ACTORES DEL MERCADO.

GRÚAS: EL EQUIPAMIENTO PROTAGONISTA DEL CD EXHIBE SUS RESULTADOS 2017 Y TENDENCIAS 2018

El protagonismo de los equipamientos para el movimiento de mercaderías al interior de los Centros de Distribución es indiscutido, toda vez que su correcta elección y adecuado uso permiten la segura manipulación de las mercancías al interior del almacén y eficiencia en la operativa intralogística. Elegir el equipo adecuado para su operación hace la diferencia.

Atendiendo a la importancia de estas tecnologías, es claro afirmar que –hoy en día- ninguna operación logística de alto nivel puede prescindir de estas herramientas. Tomando esto en cuenta, es válido dar una mirada al estado actual del mercado de grúas, las tendencias del mercado y por supuesto establecer quienes son los líderes del competitivo rubro de los equipos material handling.

LAS CIFRAS DEL SECTOR

Apoyados en cifras de Aduana y el comportamiento que ha tenido el sector durante el periodo 2017, tenemos que el mercado de grúas, durante este periodo, experimentó un crecimiento en las importaciones generales de equipos del 29%, (29% de incremento en importaciones de grúas eléctricas y 3% de incremento en grúas de combustión), positiva cifra que se explica en las alta competitividad logística que ostenta el mercado nacional y el sostenido crecimiento que ha experimentado el sector logístico a nivel general. Existe entre los actores del mercado chileno un convencimiento respecto a la importancia de generar operaciones de abastecimiento cada vez más integradas. La logística es, por cierto, un factor diferenciador y decisivo de éxito.

Bajo esta óptica, el positivo desempeño del denominado: "mercado de grúas", se manifiesta específicamente en el alto nivel de importación e inversión que se ha documentado en relación a este tipo de equipamiento. A este respecto, cabe destacar que en 2017 ingresaron al país 4.810 equipamientos, mientras que respecto a las cifras de venta, éstas alcanzaron las 5.223 unidades vendidas en dicho periodo.

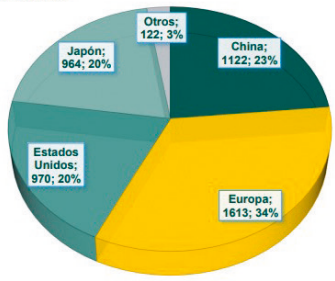
La pregunta que cabe entonces es ¿a qué se debe esta mayor internación e inversión? Para los expertos del sector, el mayor movimiento de los equipos de "levante", tiene directa relación con el positivo desempeño de otros sectores del rubro logístico, tales como el mercado de desarrollo inmobiliario. Si nos remitimos a las cifras, según lo reportado por Colliers International, el segundo semestre de 2017 "se registró una producción de 54.777m2, monto bastante superior al semestre anterior". Mientras que el Reporte de GPS Property establece que "se observa un agresivo plan de desarrollo de los operadores con miras a los años 2018-2019". Este último informe, agrega que "las proyecciones al 2018 se observan auspiciosas" en base a las expectativas de reactivación económica y los índices de confianza empresarial, factores que "permitirán al desarrollador activar proyectos largamente esperados, augurando una mayor proactividad con miras al periodo 2018-2019", establecí el estudio.

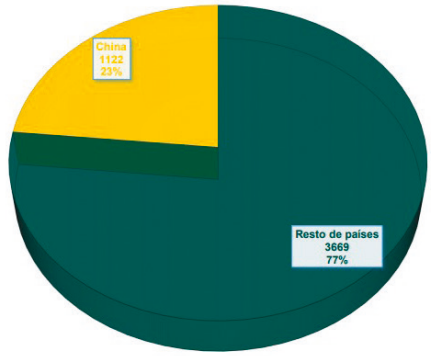
Si a ese auspicioso escenario se suma la baja en la tasa de vacancia del sector de bodegas Clase I, que según GPS se situó en un 6,9%, (índice 17% inferior al primer semestre del año 2017 y 19% inferior a la registrada al cierre del año 2016, según dicho Reporte), es claro que existe mayor espacio de almacenamiento logístico activo en el mercado nacional, un factor que afecta de lleno a la industria del equipamiento intralogístico.

El desarrollo y puesta en marcha de importantes proyectos de almacenamiento logístico durante 2017, también es gatillante del buen momento que atraviesa el mercado de grúas. En este sentido, cabe destacar los proyectos por CCU, Luchetti o Falabella, por sólo mencionar los más emblemáticos que renovaron gran parte de su flota actual de equipamientos. No obstante, el otro de los efectos que los expertos relacionan con la "activación" del mercado logístico nacional dice relación con la anunciada llegada del gigante del comercio electrónico mundial Amazon al territorio Chileno. Con la apertura de operaciones de la internacional norteamericana en el país, los actores del sector retail –sobre todo- entienden que la competencia será mucho más estrecha y se están preparando.

Procedencia Importaciones

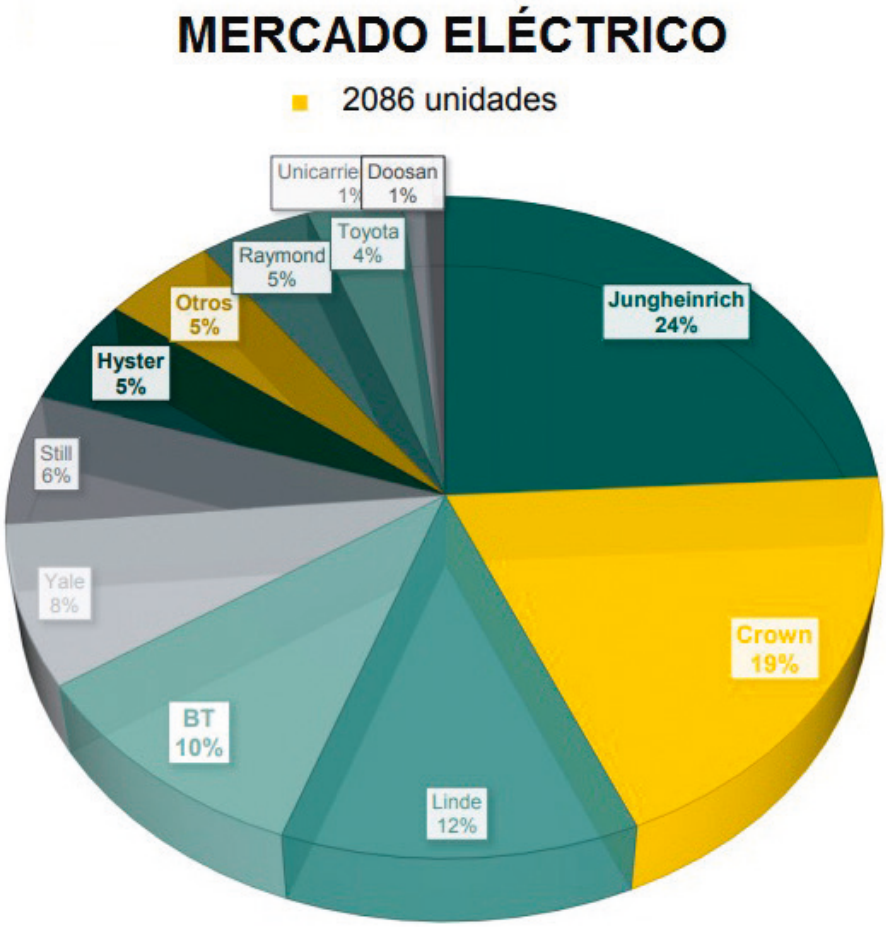
- Prácticamente el 25% del total de los equipos importados al país vienen de China
- Combustión: 648
- Eléctricos: 466
- Por zonas:





QUÉ, DÓNDE Y QUIÉN

Como se ha especificado, según cifras del Registro Nacional de Aduanas y datos



aportados por diversos actores del mercado, a Diciembre de 2017, la importación de equipos material handling alcanzó las 4791 unidades. En términos de tipo de maquinarias, tenemos que los equipos contrabalanceados combustión (CBC) lideran la nómina con el 74% de las importaciones, presentando una baja respecto de 2016, cuando alcanzaba los 77 puntos porcentuales. En contraposición, el mercado de la penetración de las grúas eléctricas aumenta, considerando que para 2016 representaba el 23% de las importaciones y, a 2017, representa el 26% de las mismas.

La tendencia hacia la implementación de equipos eléctricos de alta gama no es nueva. En esta línea cabe destacar que si bien el mercado sigue "liderado" por los equipos de combustión, las cifras de internación se mantienen estables y no crecen. En contraposición, el mercado eléctrico es más dinámico, aunque su crecimiento (promedio de 3 a 5 puntos porcentuales) sea moderado es constante. Respecto a los orígenes de las importaciones, cabe destacar que el mercado nacional es ampliamente liderado por equipos de origen asiático con un 45% de las importaciones, siendo los actores principales China y Japón con un 23% y 20% de las importaciones, respectivamente. Le siguen al mercado asiático, el mercado Europeo, que representa el 23% de las importaciones generales y Estados Unidos con el 20% de las internaciones.

En este punto, cabe destacar la gran penetración que ha tenido en el mercado nacional el equipamiento de origen chino (23%), un registro que se consolida en dos variables importantes, la relación precio- calidad- tipo de equipamiento, principalmente Junior; y la estrategia desplegada por casi todos los proveedores nacionales que han sumado a su oferta equipamientos chinos, asociándose con reconocidas marcas de dicho país. ¿Por qué se ha adoptado esta estrategia?, según los expertos, la antigua visión de que los equipamientos de origen chino eran de mala calidad ha cambiado, tornándose el país asiático en un proveedor de equipamiento con una relación precio- calidad bastante equilibrada. Ciertamente, aducen los expertos, los equipos chinos son más limitados, en despliegue y capacidad de tonelaje, no obstante, si se opera bajo estándares específicos, adecuados a su capacidad de levante, es un equipo conveniente para el comprador. Otro aspecto a considerar en los equipos Chinos es el tema de su durabilidad. En consecuencia, según ciertos expertos lo que los clientes deben entender es que el equipo Chino es "desechable", lo que no implica que no sea rentable si se le da un correcto uso de acuerdo a los parámetros que integre.

Siempre en torno a los equipos chinos, tenemos que su crecimiento se despliega en la denominación Junior, de baja capacidad. En la clasificación "eléctricos" destaca la penetración de los equipos traspaleta y apiladores y en la clasificación de combustión, las grúas contrabalanceadas, que tienen mayor capacidad de carga.

Ahora bien, según los datos aportados por Aduana, la participación de mercado de los distintas marcas de equipamientos en el país, considerando sus niveles de importación, ha tenido el siguiente comportamiento: En materia de importación general, tenemos que de las 4.791 unidades importadas durante 2017, a nivel de marca Jungheinrich lideró la internación con el 13,5% de las unidades. Le siguen Linde con el 11%, Toyota con el 10,9% y Crown con el 9,2%.

En materia de importación de equipos eléctricos, usados principalmente en las operaciones intralogísticas, de las 2086 unidades importadas en el periodo descrito, el 24% corresponde a Jungheinrich, a quién le sigue Crown, con un 19% de participación, Linde, con el 12% y BT en cuarto lugar con el 10% de las unidades importadas. Considerando que las prin-

cipales líneas de negocios de los Proveedores de grúas son la venta y el arriendo de maquinarias, vale señalar el desempeño que éstas tuvieron durante el periodo pasado. En este contexto, los expertos expresaron que "el mercado tiende al arriendo", en una proporción del 70/30. A este respecto, trasciende que el negocio del usuario no es ganar en la grúa (como activo) sino tener un servicio que le garantice una continuidad operacional y que en x periodo cronológico de tiempo pueda mover x volumen de pallets. El negocio es el movimiento, lo que el cliente necesita es mover pallets y si esa grúa falla, tener el backup para seguir moviendo pallets.

DE LA POSTVENTA

Teniendo en cuenta que la tendencia en el país es el negocio del arriendo de maquinarias, es necesario ahondar en este servicio de forma más amplia. En esta línea, lo primero que el cliente debe considerar es la cobertura de su propio negocio, así, si opera en todo chile, deberá considerar un proveedor capaz que pueda brindar servicio en base a dicha cobertura. En tanto, si el cliente sólo opera en la Región Metropolitana, por ejemplo, el énfasis de análisis deberá ponerse en su política de servicio, considerando, por ejemplo, el tipo de clientes que integran su cartera, evaluaciones de servicio de postventa, por sólo mencionar algunos.

Siempre en torno a la fase de postventa, los operadores del rubro estiman que la política de servicio es un factor diferenciador que puede inclinar la balanza ya que debe tener como foco garantizar de continuidad operacional del cliente. Los equipos, en tanto, deberán ser elegidos en base a los niveles de productividad que garanticen. Estos son los factores en los cuales el cliente debe fijar la mirada, según los expertos.

En lo referido a los equipos, específicamente, es importante que el cliente evalúe tres parámetros básicos: La productividad, en base a sus características técnicas y el consumo energético (rendimiento), La Ergonomía, considerando el confort y seguridad del operario y el Diseño, que se relaciona a la accesibilidad de la máquina para su reparación, considerando que dicha accesibilidad puede generar espacios reducidos o extensos de reparación. El diseño debe ayudar a que los técnicos puedan reparar el equipo eficientemente.

Otro aspecto importante a evaluar por parte del cliente, respecto a los servicios de postventa, guarda relación con el tipo de maquinarias que arrienda, considerando que existen equipos que deben considerar mantenciones cada 300, 500 o mil horas de uso. Al evaluar este parámetro, es relevante tener en cuenta el número de técnicos con los que cuenta la empresa proveedora para atender una emergencia y, aún más importante, la capacidad que el proveedor tiene de importar los repuestos que requieren las maquinarias que oferta. LGT

La Logística no es tan fácil como parece, implementar un WMS tampoco.

Control
Eficiencia

SAP ®
Automatismos

Android™
Html

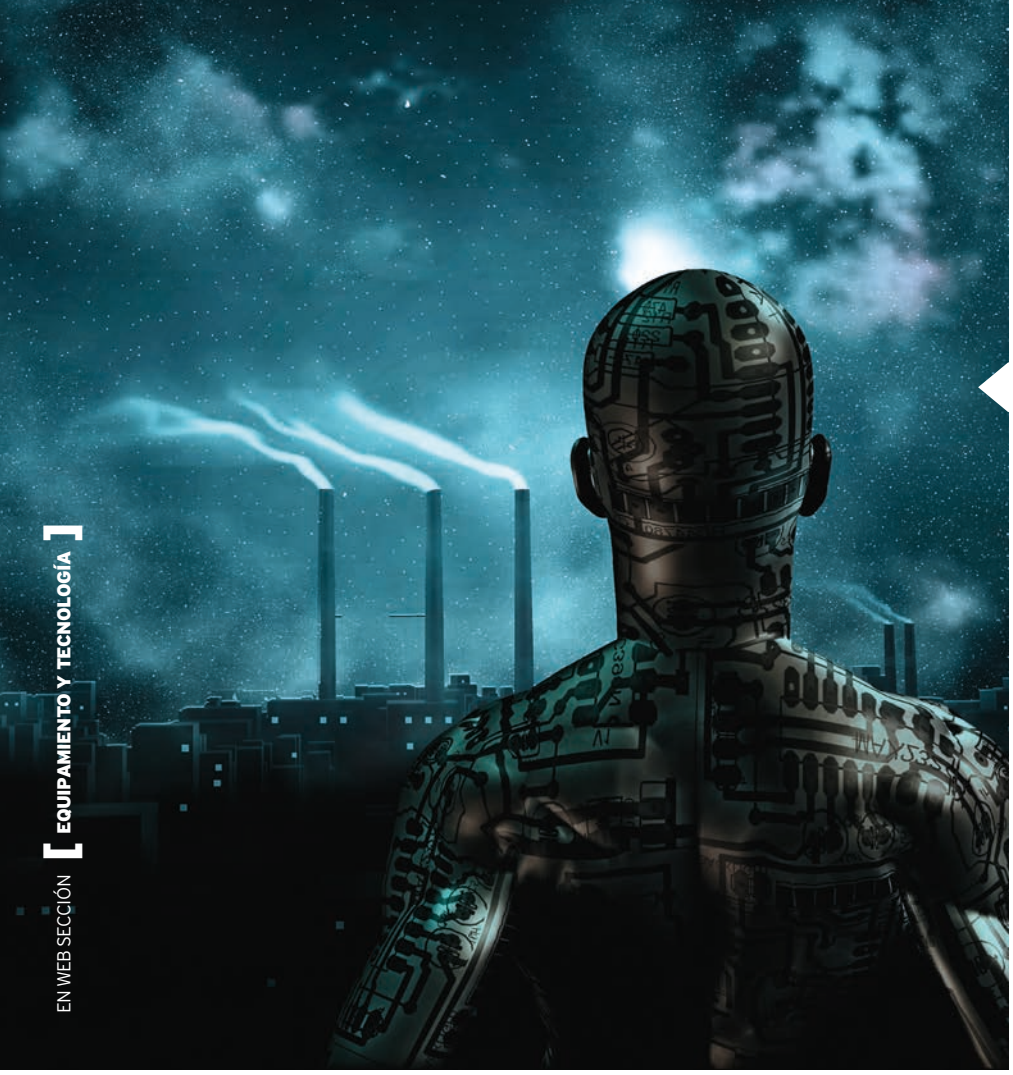
En la nube
On premise

Cygnus Suite

Más de 100 implementaciones realizadas en Chile y otros 10 países de Latinoamérica en filiales de multinacionales y empresas locales de primer nivel que buscan desarrollar una operación logística de clase mundial.

Cygnus Chile
+56 (2) 2495 4443 | Chile@CygnusSuite.com
Luis Thayer Ojeda 501, Providencia
www.CygnusSuite.com
@CygnusLatam

SAP R/3® es una marca registrada de SAP AG. Android es una marca comercial de Google Inc.



LA MAYORÍA DE LAS COMPAÑÍAS YA TIENEN INSTAURADA LA CONVICCIÓN DE QUE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN SON UNA HERRAMIENTA QUE APORTA EFICIENCIA, OPTIMIZACIÓN Y MEJORA EN LOS PROCESOS CORPORATIVO Y OPERATIVOS, AYUDANDO ASÍ AL CRECIMIENTO DE LAS INDUSTRIAS, DEJANDO ATRÁS LA VISIÓN QUE LA DEFINÍAN COMO UN SOPORTE. CÓMO LAS GERENCIAS DE TI SE HAN POSICIONADO EN LAS EMPRESAS Y CÓMO SE RELACIONAN CON LAS OPERACIONES LOGÍSTICAS ES LO QUE SE BUSCA ANALIZAR.

DEPARTAMENTO TI: EL CAMINO DESDE EL SOPORTE A LA ESTRATEGIA

Gestionar la plataforma tecnológica para la mejora e innovación de procesos y servicios de la empresa, optimizando las capacidades de la misma mediante el uso de tecnologías de información. Dirigir, coordinar y optimizar la utilización de los recursos informáticos, así como también resolver las necesidades informáticas de la empresa mediante la coordinación y planificación estratégica. Estas son dos de las definiciones más genéricas sobre las funciones y tareas de un Gerente de TI.

Dichas definiciones dejan entrever dos aspectos que hoy en día son relevantes al momento de analizar el rol que cumple este departamento (TI) al interior de las empresas: Innovación y Estrategia. La primera de ella pone énfasis en la constante búsqueda de aspectos que permitan, a través de las tecnologías, incorporar innovación en los distintos procesos de las empresas para optimizarlos y mejorarlos continuamente. Mientras que el segundo aspecto habla del nuevo rol que tienen hoy las gerencias de TI; un rol marcado por el reconocimiento que tiene su función para el engranaje total y futuro de una empresa, reconociéndoles su rol estratégico.

En la última década –gracias al desarrollo de la industria tecnológica, la disminución en el costo de implementación de estas soluciones aumentando el acceso a ellas- las empresas iniciaron un camino operacional marcado por la incorporación de tecnologías como un factor diferenciador y un optimizador de procesos; todo en busca de entregar un mejor servicio de cara al cliente y la reducción de costos operativos. Pero quiénes son los nuevos gerentes de TI, qué rol cumplen al interior de las empresas y cómo se relacionan estas nuevas gerencias con las áreas operacionales son algunas de las interrogantes que se buscaran dilucidar, a través de las opiniones de dos ejecutivos del mundo TI, quienes encabezan los equipos en sus respectivas compañías: Luis Castillo Vásquez, Gerente de Logística y TI de Vicsa y Daniel Astaburuaga, Gerente TI de Hites.

¿QUIÉNES SON?

Las TIs no cabe dudas que han influenciados positivamente en el desarrollo y crecimiento de las empresas, ya que este fenómeno ha permitido, en cierta medida, optimizar los recursos de las compañías,

IMOLOG

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.

CUMPLIMOS NORMA LEGAL DS 43-2016

www.imolog.cl | info@imolog.cl

+56 2 2587 2809

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

haciéndolas más competitivas y con un claro enfoque en la calidad de servicio de cara las necesidades del mercado.

Gracias a este panorama, los profesionales TI se han posicionado con fuerza al interior de las empresas, dejando atrás el enfoque informático, de soporte tecnológico y de carácter de servicio que tenían al interior de las empresas. Hoy son considerados un factor estratégico del desarrollo futuro de una empresa.

Las tecnologías se han transformado en un punto diferenciador en un mercado cada vez más competitivo. El correcto uso, diseño e implementación de estas plataformas pueden significar un real impulso para las empresas en un mundo totalmente globalizado y tecnológico.

Así, acciones como planificar, diseñar, ejecutar y monitorear la estrategia de tecnologías de información; supervisar y evaluar los sistemas de información y su aporte a los procesos corporativos; participar en la elaboración de las estrategias de negocio y asesorar a la alta dirección en las soluciones tecnológicas, propiciando la innovación de procesos y servicios asoman como algunas de las funciones que ejerce un Gerente de TI.

Luis Castillo Vásquez, Gerente de Logística y TI de Vicsa, ahonda sobre el rol de los departamentos de TI y asegura que "el área cumple con varios roles importantes, pero tengo el juicio que en el estado actual de la mayoría de las organizaciones, el rol principal de un área de TI es mantener y garantizar la continuidad operativa".

Considerando –según Castillo- que actualmente la mayor parte de las organizaciones para operar requieren de software tales como: ERP, WMS, MRP, CRM, entre otros, hoy en día "no basta con garantizar el suministro eléctrico de las organizaciones, porque las empresas dependen del correcto funcionamiento de los sistemas informáticos, las redes internas y principalmente de Internet".

A este respecto, el ejecutivo de Hites planteó que: ""TI dejó de ser el área que da soporte al negocio y pasó a formar parte de la primera línea de una empresa, propiamente tal, incorporándose a la definición de la estrategia del negocio y siendo parte de la toma de decisiones, de cara a la construcción del camino de las empresas".

ESTRATEGIA. EL NUEVO ROL

En la última década hemos visto el cambio de paradigma de un área al interior de las empresas (informática). Los sistemas informáticos y la tecnología en general se han tomado gran parte del funcionamiento de una compañía y eso ha obligado a la industria a darle el lugar que corresponde, dejando atrás la imagen de un equipo de soporte y ayuda, para pasar a ser uno de los pilares estratégicos y fundamentales del desarrollo de una empresa.

"Nuestro rol (como equipo TI) es apalancar la estrategia y generar capacidades que permitan ir más rápido y diferenciarnos en el mercado. El cambio de visión ya llegó. La industria TI es parte de la empresa en materia de diseño de estrategia de negocio", aseguró Andrés Astaburuaga.

En esta línea, Castillo añadió que "no existe una receta específica para posicionar el área de TI como pilar de una organización, pero de lo que si estoy seguro es que las organizaciones tienen la obligación de hacerlo", coincidiendo así con el ejecutivo de Hites, en cuanto a la importancia de la disrupción digital en el último tiempo.

Asimismo, el ejecutivo de Vicsa aseveró que "el futuro del que siempre hablamos ya está aquí y si las organizaciones no son capaces de adaptarse, están condenadas a desaparecer en el mediano plazo. Por lo tanto, no podemos pensar en las TI como costos, sino en una inversión necesaria y como forma de sobrevivir al devenir de cualquier mercado, pues todo ha sido o está siendo fuertemente influenciado por las tecnologías de la información".

Igual opinión manifestó el gerente de TI de Hites, quien aseguró que el "sí las empresas no se suben a este cambio pierden competitividad. En el fondo, esto tiene que ver hoy con la experiencia del cliente, la experiencia del usuario y la capacidad analítica. La tecnología evoluciona a una velocidad que muchas veces las empresas no son capaces de adoptar".

"EL FUTURO DEL QUE SIEMPRE HABLAMOS YA ESTÁ AQUÍ Y SI LAS ORGANIZACIONES NO SON CAPACES DE ADAPTARSE, ESTÁN CONDENADAS A DESAPARECER EN EL MEDIANO PLAZO. POR LO TANTO, NO PODEMOS PENSAR EN LAS TI COMO COSTOS, SINO EN UNA INVERSIÓN NECESARIA Y COMO FORMA DE SOBREVIVIR AL DEVENIR DE CUALQUIER MERCADO, PUES TODO HA SIDO O ESTÁ SIENDO FUERTEMENTE INFLUENCIADO POR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN"

Mucho se habla del constante cambio tecnológico, sin embargo, Astaburuaga recalcó que la forma correcta de analizar este fenómeno "no es cambiar la tecnología, sino ir evolucionando el negocio y que sea el negocio el que apalanque un eventual cambio de tecnología. Ya pasó la época en que tu definías la compra e implementación de una tecnología sin mirar el negocio". Así, ya no hay dudas de que el rol de las TI es central para las organizaciones. "Hoy por hoy, las compañías me-

dianas o grandes tienen como tarea administrar almacenes con sistemas de gestión tales como ERP, WMS y MRP. Sumémosle ahora sistemas tracking y seguimiento, que nos permiten acceder a trazabilidad y mantener informados a nuestros clientes durante todo el proceso de venta/abastecimiento y también el crecimiento exponencial que está viviendo el e-Commerce en Chile y el mundo. Todo esto nos obliga a integrarnos cada vez más y mejor - física y digitalmente - entre los diferentes actores que intervienen en la cadena de abastecimiento", sostuvo Luis Castillos.

Tal como los comentaron los ejecutivos, el comercio electrónico y el nuevo consumidor –quien se formó fuertemente influenciado por las tecnologías- han arrastrado a las empresas a responder con un servicio de calidad para satisfacer las crecientes demandas del mercado.

"Los clientes son cada vez más específicos en sus requerimientos y por lo mismo son cada vez más demandantes logísticamente, ellos ya no quieren sólo un producto, quieren un producto pero que sea entregado como si fuera un servicio. Pienso que por efecto de este solo hito se obligará las áreas de logística y TI a caminar de la mano y para siempre", afirmó Castillo.

Asimismo, Astaburuaga recalcó que los negocios evolucionar y sobre eso "puedes escoger un sinnúmero de tecnologías y ver cuál se adapta mejor y permite una mejor operación, mejores costos, una mejor experiencia de servicios, mayor rapidez, etc.".

LA SUMA DE DOS ÁREAS

"La logística es como el trabajo de un árbitro de fútbol, porque cuando el trabajo está bien hecho pasa inadvertido, pero cuando el trabajo está mal hecho, todo el mundo lo va a notar. El trabajo del departamento de TI es idéntico en este sentido", comentó el ejecutivo de Vicsa, quien hace más de 4 años tiene a su cargo ambos departamentos (logística y TI).

Castillo se refirió a sus vivencias al mando de estos departamentos. "Toda la vida he dicho que yo soy un hombre de logística con deformación académica en el campo de la informática. A partir de mi experiencia me he dado cuenta que son áreas muy similares, ambas son áreas de servicio que tienen clientes internos, clientes externos y ambas son centrales en el funcionamiento de cualquier organización moderna".

Es por esta estrecha relación entre ambas áreas que "la interacción de TI con las otras áreas de la compañía es transversal, ya que TI atiende al negocio. Hoy todas las áreas son importantes y se relacionan de forma directa", afirmó el gerente TI de Hites, quien además agregó que la relación, en especial con logística es "muy fluida", ya que "logística ha sido un foco importante en la estrategia de negocio, en especial por la fuerza que ha dado el e-Commerce, lo cual nos fuerza y nos obliga a tener una logística de primer nivel y en esa lógica las TI son fundamentales".

"Los ejecutivos y directivos de empresas se han dado cuenta -de que teniendo sus obvias diferencias- las áreas de logística e informática son muy similares en términos de funcionamiento y administración", recalcó Castillo.

Finalmente, cabe recalcar que el mercado ha cambiado y de eso no hay duda. Actualmente, los mercados ya no compiten por precios, sino por calidad servicio, eficiencia o mejor analítica, por ejemplo; todos aspectos imposibles de lograr sin TI.

"La forma de ver las TI ya cambio, por lo cual no hay que tener miedo de pedir un espacio a las otras áreas. TI ya está dentro del esquema estratégico de la empresa y desde ahí ayuda al desarrollo de una empresa", aseguró Andrés Astaburuaga. **LGT**

PREDICCIONES TIC DE IDC: EN 2018, UNA DE CADA NUEVE EMPRESAS EN **LA** ESTARÁ EMPRENDIENDO UNA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL (DX)

"LA DISRUPCIÓN DIGITAL ESTÁ EMPUJANDO A LAS COMPAÑÍAS MÁS GRANDES Y EXITOSAS DE AMÉRICA LATINA A TRANSFORMARSE. AL INICIAR EL 2018, UNA DE CADA NUEVE EMPRESAS MEDIANAS/ GRANDES EN LA REGIÓN ESTARÁ EMPRENDIENDO O CONSIDERANDO UNA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL", COMENTÓ RICARDO VILLATE, VICEPRESIDENTE DE GRUPO EN LA PRESENTACIÓN DE LAS 10 PREDICCIONES EN LA PARA EL MERCADO TIC DE IDC.

La consultora identificó doce fuerzas primarias a considerar al proyectar el futuro de la industria: Aceleración de DX, transformación centrada en la tecnología que altera a las empresas y a la sociedad; ritmo de cambio, capacidades tecnológicas que permiten transformaciones sostenibles a la velocidad de los negocios digitales; DX Delta, líderes y disruptores que amplían la brecha de rendimiento; Factor humano vs máquina, impacto de la inteligencia artificial y la automatización; Sense, compute, actuate, el nuevo paradigma centrado en los datos; Interrupción de la plataforma, impulso del poder digital de la innovación a escala; Amenazas cibernéticas, robo, secuestro y ataque cibernético en aumento; Economía cambiante, cambio de las estructuras de valor y aumento del capital digital; Innovation impasse, sistemas heredados que limitan la transformación, y The future workforce, demanda global de talento digital.

"América Latina está saliendo de un ajuste económico de dos años, donde, el poder adquisitivo de los consumidores latinoamericanos y las condiciones económicas se han deteriorado. Para muchos países, el ajuste llegará a su fin con el 2017, a través de políticas monetarias más estrictas y una menor inflación. Habrá un optimismo cauteloso, marcado por el cambio de gobierno en 8 países, los cuales representan el 75 % de la economía regional. En este contexto político y económico, la transformación digital (DX) ha creado un mercado cada vez más global en el que las empresas de América Latina sienten la presión de seguir avanzando a un ritmo frenético a pesar de las restricciones externas de mercado" comentó Villate.

Con base en lo anterior, la consultora estableció 10 predicciones para el mercado de las TIC, respecto a procesos que ya se han gestado y darán importantes pasos durante 2018 y hacia los años posteriores:

1. Para 2021, al menos 40% del PIB de América Latina se digitalizará, con un crecimiento en cada industria, impulsado por ofertas, operaciones y relaciones mejoradas digitalmente; en 2021, los inversionistas utilizarán métricas de penetración en la plataforma/ecosistema, de valor de los datos, y de intimidad con el cliente como factores de evaluación de las empresas.

2. Para 2020, el 40% de las empresas grandes de América Latina habrá articulado completamente una estrategia de plataforma tecnológica para la Transformación Digital (DX) de toda la organización, y estará en el proceso de implementar esa plataforma como el nuevo núcleo de TI.

3. Para el 2021, el gasto de las empresas en servicios de nube, en hardware, y en software en América Latina, se duplicará con un crecimiento hacia más de los $11 mil MDD, aprovechando el entorno: 10% en el borde, 15% en cómputo especializado (no x86), y más de 80% en Multicloud.

4. Para 2019, el 30% de las iniciativas de Transformación Digital utilizarán servicios de IA en América Latina; para 2020, el 50% de las aplicaciones empresariales comerciales usarán IA, más de la mitad de los consumidores interactuarán con bots de soporte al cliente, y más del 40% de los nuevos robots industriales aprovecharán la IA.

5. Para 2019, las aplicaciones empresariales se desplazarán hacia arquitecturas hiper-ágiles, con más del 50% de desarrollo de aplicaciones en plataformas en la nube (PaaS), usando microservicios y funciones, y con más de 70% de nuevos microservicios desplegados en containers.

6. Para 2021, las interfaces humano-digitales (HD) se diversificarán; 10% de los técnicos de servicio de campo y 15% de los trabajadores de información usarán realidad aumentada. **LGT**

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Equipamiento/Tecnología

ION TECHNOLOGY

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

“LA LOGÍSTICA PUEDE EXPLICAR EL ÉXITO Y LIDERAZGO DE UN RETAILER, COMO TAMBIÉN LA PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD Y SU FRACASO”

Ricardo Alonso

Ricardo Alonso es considerado uno de los profesionales líderes del sector retail, gracias a sus más de 15 años de experiencia en la industria del comercio electrónico y minorista. A lo largo de los años, Alonso ha forjado una experiencia significativa en estrategias y procesos de comercio electrónico, gestionado con éxito la dinámica compleja de un minorista multicanal, sinergias oscilantes y crecimiento agresivo.

Tiene una visión reconocida del comercio electrónico, en la adopción y desarrollo de innovaciones en la industria. Asimismo, se ha posicionado como un promotor de iniciativas regionales para el desarrollo del comercio online. Actualmente, se desempeña como CEO Latam Falabella.com, donde se ha enfocado en la apertura de nuevos mercados en Argentina, Colombia y Perú. Dada esta experiencia es interesante conocer su opinión sobre la industria del retail chileno, sus cambios y proyecciones tras el disruptivo ingreso del e-commerce.

¿Cómo definirías hoy el mercado chileno del retail? R. Este es un mercado Hipercompetitivo que ha crecido mucho, alcanzando altos estándares de servicio, generando un potente ecosistema y una propuesta de valor que ha permitido a los consumidores acceder a productos y servicios bajo condiciones que prácticamente ningún país de la Región ha podido lograr.

¿Cuáles han sido las claves del exitoso crecimiento del sector e-commerce? P. En Chile el comercio electrónico adoptó tempranamente las mejores prácticas internacionales en cuanto a estrategias comerciales, de Marketing, desarrollos de servicios logísticos y además se conectó adecuadamente con las crecientes necesidades de los clientes que, dado sus estilos de vida, el acceso a miles de productos, la falta de tiempo y su adopción tecnológica, requerían servicios que satisficieran a este nuevo consumidor.

¿Qué rol tiene el diseño de la operación logística en el crecimiento de la industria Retail en Chile? P. Un rol de alto impacto. El e-commerce tiene 3 grandes pilares como "enablers" para de su desarrollo: la logística la tecnología y la inteligencia de negocio. En este caso la Logística por sí sola combina los otros 2 factores, volviéndose pieza fundamental del negocio. La logística puede ser quien explique el éxito y liderazgo de un retailer, como la pérdida de competitividad y finalmente su fracaso.

¿Cuál es la clave para tener una cadena logística optima? P. Una logística rápida, eficiente y de precisión. Para esto se requieren importantes niveles de automatización en los procesos logísticos al interior de los centros de distribución, así como la incorporación de sistemas que administren inteligentemente y orquesten las órdenes de todos los canales de venta, haciendo un uso eficiente de los inventarios, según sea su ubicación física. Finalmente, a nivel de distribución, la velocidad, flexibilidad y cumplimiento en los plazos comprometidos son fundamentales para mantenerse competitivos.

¿Quién es, hoy por hoy, el profesional del Retail? P. Cada vez más la logística está dejando de ser un sector "árido" de la industria y está pasando a ser un actor fundamental en la propuesta de valor del Retail, donde la automatización e incorporación de inteligencia artificial está cambiando radicalmente la forma de operar y por lo cual se vuelve más "sexy", entretenida y desafiante para los nuevos profesionales. Tres características que debe tener un equipo de trabajo. **PASIÓN – TALENTO - COLABORACIÓN**.

¿Qué piensas de cada uno de estos conceptos?

■ Automatización: Adopción gradual pero inminente. La hipercompetencia obliga a operar con altísimos niveles de eficiencia, dado los estrechos márgenes y con procesos escalables y dinámicos ■ Retail: Debe estar alineado con las cambiantes necesidades del consumidor o muere ■ e-Commerce: Ultracompetitivo. No hay espacio para zonas de confort. Todo por hacer aún ■ Calidad de servicio: Condición higiénica para relaciones de largo plazo con los clientes ■ Nuevo Consumidor: Hiperconectado y más informado.

Disrupción, Transformación o Mutación **¿cómo calificarías el impacto del e-Commerce?** R. Disrupción, sin duda!

¿Cuál es el futuro de la industria? R. Veo un futuro 'apasionantemente desafiante'. Una industria sofisticada y altamente automatizada, con un importante componente de innovación que permitirá procesar millones de órdenes en forma veloz y controlada, administrando múltiples fuentes de abastecimiento con plena trazabilidad y alta transparencia. LGT

CONSIDERADA UNA DE LAS CARTERAS DE GOBIERNO MÁS COMPLEJAS, EL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES (MTT), RENUEVA SUS LIDERAZGOS A PARTIR DE MARZO, TRAS LA ASUNCIÓN DE SEBASTIÁN PIÑERA A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, BAJO LA RÚBRICA DE GLORIA HUTT, COORDINADORA NACIONAL DE EVOPOLI Y UNA DE LAS FIGURAS MEJOR EVALUADAS DEL PRIMER GOBIERNO DE PIÑERA.

SECTOR LOGÍSTICO: ANALIZA DESAFÍOS DEL NUEVO MINISTERIO DE TRANSPORTE

Tras su desempeño como subsecretaria de transportes, entre 2010 y 2014, el nombre de Gloria Hutt era barajado como una de las cartas prioritarias para el nuevo gobierno de Sebastián Piñera, dada su experiencia en la compleja repartición y, por cierto, a sus evidentes competencias académicas y personales, características que la han mantenido dentro de la escena nacional-ligada al sector transportes – como asidua invitada y analista en foros y seminarios desarrollados por diversos actores.

MÁS ALLÁ DEL TRANSANTIAGO...

Si bien uno de los desafíos más relevantes que Hutt deberá enfrentar durante su gestión en el MTT es la ya reconocida problemática del sistema de transporte público de pasajeros: Transantiago, plan que desde su implementación en 2005 ha sido un constante dolor de cabeza para el gobierno de turno y uno de los puntos de inflexión para los titulares del MTT frente a la opinión pública.

No obstante, continuar y ahondar en los avances en materia de infraestructura y políticas públicas para elevar el índice de desempeño logístico a nivel país es otro de los desafíos inherentes a la gestión del MTT. Una tarea menos vistosa en los titulares de los medios de comunicación pero determinante para el desarrollo económico de Chile.

Dicho lo anterior, Gloria Hutt se posiciona como una figura determinante para los intereses de los actores del sector logístico, portuario y de transporte terrestre, a nivel país; actores que -en su mayoría- coinciden en que su arribo a las oficinas de Amunategui #139 es una señal clara de continuidad en la concreción de proyectos largamente esperados para el sector y una buena noticia para sus respectivos gremios.

DESDE EL PUERTO

En esta línea, Daniel Fernández, Presidente de la Cámara Marítimo Portuaria de Chile (Camport), calificó la designación de Hutt al MTT como positiva, valorando su experiencia y trayectoria. En un comunicado oficial, el Presidente de Camport catalogó al ex subsecretaria como "una profesional bien preparada para asumir los crecientes desafíos asociados a la logística marítima y portuaria, que requieren de una estrecha colaboración entre actores públicos y privados y un liderazgo del Ministerio de Transporte en esta materia".

Acto seguido, Fernández sostuvo que como gremio "aspiramos a que el nuevo Gobierno considere a la actividad marítimo-portuaria como un eje prioritario de su gestión e impulse las medidas necesarias para que el sector no pierda competitividad a nivel mundial. Eso pasa, entre otras materias, por fortalecer la institucionalidad del sector junto con mejorar los accesos viales y ferroviarios a los puertos".

A juicio de Fernández, para responder a los crecientes desafíos de la industria marítima y portuaria en términos de eficiencia y competitividad, es clave detenerse en un concepto central: la institucionalidad, considerando que "la clásica fragmentación institucional del sector entorpece la necesaria deliberación entre los actores, lo que dificulta el acuerdo de prioridades y la coordinación efectiva", expresó en el documento.

Frente a ello, el Presidente enfatizó en la urgencia de iniciar una nueva etapa, marcada por una coordinación sectorial eficaz liderada por el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, con una Comisión Nacional de Logística (Conalog) con mayores atribuciones, representación y alcance. Es decir, fortalecer el espacio de análisis y toma de decisiones sumando a los principales actores sectoriales involucrados. Lo anterior es coherente con la mayor complejidad de los sistemas logísticos modernos, considerando la diversidad de variables que determinan su eficiencia y certeza.

A este respecto, Fernández sostuvo que "el nuevo Gobierno tiene la oportunidad de dar un nuevo impulso al desarrollo del sector marítimo portuario a través de una institucionalidad robusta, que permita conducir en forma ágil los cambios que hoy se requieren", agregando que "aspiramos a que la actividad marítimo-portuaria sea considerada un eje prioritario de la nueva Administración y que ésta impulse las medidas necesarias para que el sector no pierda competitividad a nivel mundial".

DESDE LA RUTA

Esperanzados en lograr mejoras sustanciales para su actividad, en materia de seguridad vial, infraestructura y regulaciones, los actores ligados al transporte de carga terrestre también ha valorado la llegada de Hutt al MTT.

En esta lógica, Diego Ramírez, Vocero de la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile (CNDC) sostuvo que entre los principales desafíos para el sector de transporte de carga terrestre se cuentan la mejora de la competitividad, la renovación del parque y establecer un mecanismo para cambiar los camiones antiguos por nuevos, "vehículos más eficientes en el uso de la energía y que permiten aumentar el valor agregado a los servicios que entregan los transportistas de carga"; agregando la importancia de "profesionalizar el sector, capacitar a los choferes, mejorando los sistemas actuales que sólo favorecen a las grandes empresas del país, y certificar a personas que teniendo las habilidades y destrezas para conducir camiones, puedan optar a certificarse y obtener licencias de conductor profesional".

Entendidos los desafíos a nivel sectorial, los representantes de este gremio también jerarquizaron aquellos desafíos que la titular deberá enfrentar durante su gestión. En esta tónica, desde la Confederación Nacional de Transporte de Carga de Chile (CNTC) se estima que entre las tareas a abordar por la nueva administración se cuentan: la configuración del Registro Nacional de Camiones, instrumento útil para tener información sobre los conductores

y tipos de vehículos que hacen parte del parque actual, y la regulación de las horas de trabajo de los camioneros en faena.

Considerando su anterior desempeño como subsecretaria y su actual posición como Ministra de Transporte, Ramírez sostuvo que desde la subsecretaría del ramo "el gremio pudo transmitirle, en esa condición, sus preocupaciones respecto a la industria, las coyunturas que se fueron presentando y contamos con su presencia en distintos encuentros, eventos y seminarios. (…) De manera que ahora, en su cargo de Ministra, con mayores responsabilidades políticas, esperamos sea un agente que interprete los desafíos de la industria y que aporte con soluciones desde el punto de vista de las políticas públicas, teniendo en perspectiva que el 95 % de las cargas en el país se movilizan por carretera en camión."

Finalmente, el vocero de la CNDC calificó a Hutt como "una especialista de destacada y reconocida trayectoria en logística, transporte, conectividad y gestión; una persona muy preparada y tenemos las mejores expectativas de que contribuirá a una mejor comprensión del mundo del transporte".

DESDE LA ACADEMIA

Considerando la destacada participación y experiencia de Gloria Hutt en foros académicos relacionados al mundo del transporte, es importante contar con la visión de este sector respecto a su designación y futuros desafíos.

En este cometido, Julio Villalobos, Director del Centro de Transporte y Logística de la Universidad Andrés Bello (UNAB) y destacado analista del rubro a nivel nacional, calificó como positiva la designación de Hutt al MTT, expresando que durante su desempeño como subsecretaria en dicha cartera "comprendió muy profundamente los desafíos que tiene este país en términos de transporte y de logística", adquiriendo la experiencia necesaria para asumir el ministerio.

"La verdad es que con todos los actores con los nos hemos relacionado existe una opinión muy positiva respecto de ella. Ella es una técnica, que conoce muy bien la realidad de la logística y el sector, ha estado informada permanentemente acerca de los desafíos del mismo y participa activamente en todos los foros de desarrollo, de pensamiento e iniciativas de logística en el país, por lo tanto, será un agrado tener una ministra con sus características y sus competencias", agregó al respecto Villalobos.

A nivel estratégico, Villalobos sostuvo que la designación de Gloria Hutt "manifiesta un espíritu de continuidad en el trabajo que se ha venido haciendo por ya tres periodos, si se cuenta su trabajo como subsecretaria en el gobierno de Piñera; lo que se continuó haciendo durante la administración Bachelet y lo que se espera del actual gobierno. Esta continuidad es muy positiva, si se tiene en cuenta que a nivel logístico se viene desarrollando un largo trabajo con los equipos técnicos del sector público".

En esta línea, el desatacado académico articuló un análisis acerca de los principales hitos que han marcado el trabajo ministerial de los últimos periodos en materia logística. En este sentido, explicó que "durante la actual administración (Bachelet) se avanzó mucho en establecer hojas de ruta para el transporte y la logística, esencialmente al alero de lo que se realizó en la Plataforma Logística de Corfo, un espacio que reunió a actores del sector público, privado y la academia para definir prioridades y establecer algunos proyectos de avance en logística; todos muy significativos y muy valiosos. Esto es un gran avance en capital social, una forma de trabajo que hay que rescatar", expresó.

No obstante, Villalobos coincidió con los representantes del gremio de transporte de carga terrestre, respecto de los "temas pendientes" que aún aquejan a dicho sector. "Es preponderante avanzar en materia de calidad de la información, a partir del Registro Nacional del Transporte de Carga que es una necesidad urgente del país. Al mismo tiempo, es primordial avanzar en temas de seguridad en las operaciones de logística y transporte, principalmente teniendo en cuenta el incremento de los robos. En este punto se torna urgente establecer políticas más claras y generar

¿QUIÉN ES LA NUEVA MINISTRA?

En materia académica. Gloria Hutt Hesse (63) es Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile y de la Universidad de Brasilia. Certificada por los programas de Administración de Negocios y Finanzas Internacionales de la Universidad de Georgetown, EE.UU. Ha sido profesora del Magister de Políticas Públicas de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

En el mundo privado. Es Fundadora de la Consultora Quiz Consultores, especializada en estudios de transporte. Integró el Consejo de Políticas de Infraestructura. Durante 12 años fue socia y Directora Regional para América Latina en Steer Davies Gleave, prestigiosa consultora británica para el transporte, donde estuvo a cargo de las operaciones en Chile, Colombia y Puerto Rico, ampliando después su presencia a Brasil y México.

En materia política. Fue coordinadora y administradora general de Evópoli, partido del que es fundadora. Entre enero de 2010 y 2014 se desempeñó como Subsecretaria de Transportes, donde coordinó la elaboración de la Política Nacional de Transportes y los planes maestros de desarrollo para el transporte público y los sistemas portuario y ferroviario nacionales, proponiendo una visión de largo plazo para el transporte chileno.

En las redes sociales.
@GloriaHutt

buenas prácticas para la seguridad en gestión logística de esta actividad. Por último, es relevante avanzar en la formalización del sector. Existe una gran variedad de operaciones de transporte y logística que se hacen en la informalidad, generando un mercado secundario sin estándares de seguridad y eficiencia, lo cual es perjudicial para la actividad", concluyó.

Otro tópico que destacó el profesional respecto a las tareas por emprender desde el MTT dice relación con la generación de una Logística Sustentable y Verde. "en la actualidad, existen proyectos e iniciativas que quedaron esbozados en el gobierno saliente para avanzar más decididamente en eso. La nueva administración deberá continuar adelante con este trabajo, que creo es relevante para todos los actores del sector. Hay que avanzar en potenciar mecanismos, buenas prácticas y diferenciaciones para generar cadenas logísticas sustentables, que se vinculen con las tendencias futuras que se visualizan a nivel mundial". Siempre en torno al desempeño logístico del país, Villalobos agregó que otro de los desafíos que debe considerar la actual administración se relaciona con la Logística Urbana, es decir, con todo lo que es la distribución de carga al interior de las ciudades, con sus impactos negativos y también con sus posibilidades de generar nuevos desarrollos y mejorar la calidad de vida de las personas. A este respecto, el profesional estimó que "éste es un ámbito que está muy poco abordado. Entiendo que la ministra entrante es consciente de este déficit y creo que supone grandes desafíos para el país, considerando que estamos avanzando hacia una sociedad que consume cada vez más a través de Internet y los retos de la logística se están focalizándose esencialmente en la última milla, en la entrega final. Ahí hay mucho por hacer".

Finalmente, otro aspecto a considerar en materia de transporte y logística, según Villalobos, es la implementación del Corredor Logístico a Gran Escala, un proyecto de largo aliento que tiene un hondo vínculo con el megaproyecto portuario, recientemente adjudicado a Puerto de San Antonio: El Puerto a Gran Escala (PGE)-

A este respecto, el académico sostuvo que "el Puerto a Gran Escala es un tema relevante, pero también lo es cómo ese PGE, donde sea que se construya, se integre de la manera más eficiente y sustentable con las cadenas logísticas y hay que empezar a pensar en el Corredor Logístico de forma más integral. Los antecedentes estuvieron por años en las mesas de trabajo y hoy – que se ha optado por San Antonio- es hora de que se empiece a implementar, porque es una necesidad para la sustentabilidad económica de nuestro comercio exterior y el país". LGT

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Logística

En enero pasado, la Presidenta de la República Michelle Bachelet anunció la construcción del nuevo Puerto Exterior con una capacidad para transferir anualmente 6 millones de contenedores (TEU) en San Antonio. La concreción del proyecto permitirá al país atender la creciente demanda por servicios marítimos y portuarios, junto con consolidar una posición competitiva en el escenario comercial internacional.

SAN ANTONIO ¡MEGA PUERTO!

A los pies de la insigne estatua de San Pedro, esculpida por artista Domingo García Huidobro en la reconocida Caleta de los Pescadores; los registros históricos establecen la ubicación de la Primera Piedra del Puerto de San Antonio, cuyo origen oficial se remonta al 5 de abril de 1912, cuando el entonces presidente de la República Ramón Barros Luco procedió a la inauguración de las obras marítimas que dieron origen al que, hoy en día, se posiciona como el Terminal Portuario más importante del país.

Más de 100 años de historia confluyen en los molos y muelles del Puerto de San Antonio; dueño de una trayectoria impecable y crecimiento sostenido en el tiempo, sólo posible a partir del espíritu modernizador e innovador de la actividad portuaria nacional y regional que ha definido su acción a lo largo de sus 106 años de funcionamiento y que lo ha llevado a ostentar una indiscutida posición de liderazgo entre los puertos de la costa oeste sudamericana.

Consecuente a su historia, actualmente Puerto de San Antonio emprende una nueva etapa evolutiva que lo llevará a albergar la infraestructura portuaria más grande del país con una capacidad para transferir anualmente 6 millones de contenedores (TEU), ello tras el anuncio de la Presidenta Michelle Bachelet que ratificó la construcción del "Puerto Mayor" en San Antonio, megaproyecto largamente esperado por el sector marítimo y portuario a nivel nacional.

LAS RAZONES DE SAN ANTONIO

"Me comprometí ante el país en definir donde se emplazaría un futuro Puerto de Gran Escala (PGE) para la macrozona central, y hoy quiero comunicarles que esa decisión ya está tomada: será acá en San Antonio", sostuvo la mandataria durante una visita a la ciudad puerto, en enero pasado, decisión no exenta de polémica considerando que el otrora" Puerto Principal" de Valparaíso también pugnaba por adjudicarse el megaproyecto.

Tras el anuncio, las aguas aún están turbulentas, ya que para muchos la decisión viene a complejizar el escenario de crecimiento para el Puerto de Valparaíso. En este sentido, y tras conocerse la noticia, el edil porteño, Jorge Sharp, expresó su preocupación aludiendo que debe existir "una lógica de colaboración entre ciudades más que una lógica de competitividad". Consecuentemente, Sharp puso sobre la mesa diversas inquietudes que acechan tras la desición final, entre ellas: "¿Cuál es el modelo que se está pensando? ¿Cuál es la estrategia portuaria para construir un puerto de esta envergadura? ¿Qué va a pasar con el terminal portuario dos?".

En la otra vereda, en tanto, el anuncio se consideró una especie de "espaldarazo" a los buenos resultados que San Antonio ha venido desplegando en la última década y un merecido impulso para el puerto más eficiente del país. En esta línea, José Luis Mardones, Presidente del Directorio de Puerto San Antonio, expresó que "el anuncio se ha realizado en el momento oportuno y traerá enormes beneficios para el país. El desarrollo de instalaciones portuarias de mayor capacidad es fundamental para acceder a economías de escala y alcanzar mayores niveles de eficiencia en de las importaciones y exportaciones". Al mismo tiempo, Mardones sostuvo que "San Antonio posee las características técnicas y estructurales apropiadas y a su vez cuenta con todas las herramientas para desarrollar una plataforma logística internacional de primer nivel", experiencia que se avala –entre otras cosas- en las importantes cifras que marca el Puerto a nivel de carga periodo a periodo.

En este sentido, cabe destacar que según el último informe publicado por Puerto San Antonio, durante 2017, la Terminal logró movilizar 17,9 millones de toneladas de carga total, marcando un récord de tonelaje en carga a granel transferida durante el periodo, superando las expectativas proyectadas a principios del año pasado. Para el segmento de carga contenerizada, en tanto, las cifras también fueron positivas, con un total de 1.296.890 TEUs, un 0,7% más que en 2016 (1.287.658 TEUs), logrando nuevamente superar el millón de TEUs por sexto año consecutivo. Finalmente, otro record marcado por el puerto sanantonino, hace referencia al seg-

mento automóviles, con una cifra inédita de 387.490 unidades movilizadas, equivalente a un alza del 29,2% respecto de 2016.
Consecuentemente, San Antonio fue el puerto chileno mejor ubicado en el ranking de la Cepal 2016, donde se ubicó en el 10° lugar en la medición que incluye a 100 terminales a nivel mundial.

Por su parte, tras el anuncio el Gerente de Puerto Exterior, Daniel Roth sostuvo que "sin duda San Antonio tiene todas las condiciones físicas y operacionales para acoger la nueva infraestructura portuaria, y además como empresa llevamos varios años desarrollando estudios y cimentando la relación con la ciudad, por lo que nos sentimos preparados para para asumir este desafío".

Igual reflexión planteó Ministra de Transporte y Telecomunicaciones, Paola Tapia, que detalló que se hicieron todos los análisis necesarios para tomar la compleja decisión, agregando que el proyecto incluye, además, "obras de accesibilidad, el desarrollo ferroviario, desarrollo vial y toda lo que tenga que ver con la gobernanza necesaria para avanzar en este tipo de proyectos. Muy importante es señalar que después de más de 100 años se va a volver a construir en Chile una obra de abrigo de esta naturaleza que va a estar aquí en el Puerto de San Antonio", señaló Tapia en la oportunidad.

La decisión del proyecto del Puerto de Gran Escala (PGE) en San Antonio es vista por las autoridades como un proyecto de Estado, que forma parte de un largo proceso que permitirá al país atender la creciente demanda por servicios marítimos y portuarios, junto con mantener una posición competitiva en el escenario comercial internacional y consolidarse como un polo logístico de América Latina. En este punto, la Presidenta sostuvo que "la macrozona central es una zona que contribuye al 63% del Producto Interno Bruto, representa el 63% de las importaciones, 37% de las exportaciones y en ella habita el 62% de la población del país. Es así que estamos hablando de un proyecto Estado que debe continuar un largo proceso para materializar una obra que tendrá un enorme impacto para las futuras generaciones y para San Antonio, sin duda".

LAS LUCES DEL PROYECTO

En lo preliminar, se sabe que la nueva infraestructura portuaria, que se construirá en fases de acuerdo a los aumentos de demanda, permitirá una capacidad de transferencia total de 6 millones de contenedores (TEU) al año, adicional a la actual capacidad que ostenta el Puerto San Antonio.

En tanto, se estima que las obras, que costarían unos 3.600 millones de dólares, comenzarían a materializarse en 2026 o 2027, momento en que estaría prevista la primera recalada. El megapuerto completo, en tanto, concluiría su construcción en 2040. No obstante, desde 2014, cuando la Presidenta anunciara la construcción del Puerto a Gran Escala en su discurso del 21 de Mayo, La Empresa Portuaria San Antonio, hoy encargada del proyecto, ha venido realizando una serie de estudios para calificar como viable el proyecto en para su adjudicación; objetivo que finalmente se ha materializado.

A nivel de Infraestructura, el megaproyecto –que se desarrollará en fases- permitirá a San Antonio contar con dos frentes de atraque de 1.730 metros de largo cada uno, lo que le ofrecerá la posibilidad de atender a 8 naves Tipo Clase E (397 metros de eslora) de forma simultánea. Cada terminal tendrá un área de respaldo de 96 hectáreas para el manejo de contenedores, en línea con los principales puertos del mundo.

Los nuevos frentes de atraque y zonas de navegación interior, estarán protegidos por un rompeolas, de 3.900 metros de longitud. Todo ello, garantiza el ingreso y salida de los buques en condiciones adversas, con vientos de hasta 20 nudos y alturas de olas de hasta dos metros y medio.

Ahora bien, en materia de conectividad, el proyecto tendrá accesos exclusivos a la ruta 78 y la Carretera de la Fruta. Adicionalmente, existe un plan de aumento de uso del ferrocarril que permitirá transferir por este modo hasta un 40% del total, dotando mayor eficiencia al manejo de carga por tierra. En este punto, cabe destacar que se ha diseñado un nuevo acceso vial de 4 pistas, que conecta los dos terminales con el actual acceso al puerto, que será ampliado de cuatro a seis pistas.

El acceso ferroviario desde Santiago, en tanto, está previsto por el trazado actual hasta poco antes de llegar a la estación Llo Lleo. Ahí se dispondrá de una playa con 4 vías que servirá de estacionamiento temporal de los trenes con el fin de regular el tráfico entre el puerto y la línea actual. Desde ahí partirán dos vías que llegarán a las nuevas instalaciones portuarias.
Según las autoridades portuarias, los estudios de terreno realizados confirman las condiciones idóneas para el emplazamiento y construcción de las obras. En particular los sondajes submarinos realizados dan cuenta de un subsuelo de excelentes características geotécnicas (mecánica de suelos) apto para recibir las obras de abrigo y muelles. En tanto, los próximos pasos para concretar las obras tienen relación con efectuar la consulta pertinente en el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, así como el ingreso del Estudio de Impacto Ambiental en el Sistema de Evaluación Ambiental. Actualmente Puerto San Antonio ya está desarrollando los estudios de ingeniería de detalle y optimización del rompeolas y el modelo físico a escala reducida del mismo, que complementarán los resultados de la ingeniería básica ya realizada.

¿Y EL DESARROLLO LOGÍSTICO?

Ratificado San Antonio como el nuevo PGE, las polémicas sobran si se considera la importancia estratégica de concretar un proyecto de esta envergadura en la macro zona central, portuaria por excelencia.

En este sentido, cabe recalcar que el 90% del volumen de carga de bienes a nivel mundial se mueve por vía marítima. En el caso de Chile, el 97% por volumen de la carga total, importaciones más exportaciones, se mueve a través de los puertos, según cifras publicadas por Camport.

Al mismo tiempo, de acuerdo a la evaluación del Logistics Performance Index (LPI), del Banco Mundial, los puertos chilenos están entre los más eficientes de América Latina y el Caribe, aunque distan bastante de los indicadores de los países más desarrollados de la OCDE o de las naciones asiáticas más avanzadas. Un elemento de preocupación, según este indicador, es que el puntaje de Chile en cuanto a la "calidad de la infraestructura para el comercio y el transporte", bajó desde 3,06 a 2,77 en los últimos 10 años, un indicador importante de revertir en los próximos años, misión en la cual la concreción del PGE tiene una labor determinante. LGT

TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Logística

RELÁJATE

AHORA TU TIENES EL CONTROL

Define cuanto quieres pagar
en tu próximo proyecto

NOSOTROS NOS AJUSTAMOS A TU BOLSILLO

mindugar
TECNOLOGIA EN ALMACENAJE

INTERNATIONAL QUALITY STANDARDS
ISO 9001:2015
CERTIFICADO POR:
mindugar

WWW.MINDUGAR.CL

56 2 2870 7400

Considera como una de las panificadoras más importante en el mundo, la compañía multinacional mexicana inició su proceso de estandarización de las cadenas de suministro de Chile, Argentina, Paraguay, Perú y Uruguay con la llegada de Jordi Rodríguez como director logístico para el área Sur de Sudamérica. El desafío es mayor, dado lo tensa de la cadena logística de Bimbo, marcada por productos de muy corta vida, donde la planificación, ejecución y rapidez son fundamentales.

GRUPO BIMBO TRABAJA POR LA ESTANDARIZACIÓN DE SUS OPERACIONES EN AMÉRICA LATINA

Si decimos que estamos en el podio mundial en cuanto a su consumo, que es uno de los productos estrella de las mesas chilenas y que uno de sus aliados más estrecho es la palta… ¿de qué estamos hablando? Efectivamente, el pan.

Chile es considerado uno de los países con mayor consumo de este producto en el mundo, superando los 95 kilos por persona al año, lo que lo nos sitúa en el segundo lugar, tras Alemania. El pan es un alimento tradicional presente en la mesa de todas las familias. Sin embargo, según el nivel socio económico, el consumo de pan varía, siendo mayor en los segmentos D y E y, en menor grado, en los segmentos ABC1.

¿Qué nos atrae de este producto? La respuesta para algunos es su aroma, su crocancia y, fundamentalmente, la frescura. Esta última característica es la que determina las cualidades operacionales de una de las compañías panificadora más importante del mundo: Grupo Bimbo.

La empresa multinacional, creada en 1945 y reconocida por el osito de su logotipo, es uno de los mayores fabricantes de productos de panadería y otros derivados del trigo como dulces, tortillas, pasteles, snack, etc., tanto por volúmenes de producción como también en cuanto a ventas con presencia en más de 32 países, tanto en América, Asia, Europa y África. Los números avalan el reconocimiento de Grupo Bimbo. Con 196 plantas, más de 137 mil colaboradores y más de 3 millones de puntos de ventas en el mundo, la compañía ha alcanzado cifras de ventas anualmente superiores a los 14 mil millones de dólares. Este claro posicionamiento en el mercado mundial se debe en gran medida al correcto diseño de sus redes de distribución y a su compromiso con la entrega de alimentos "deliciosos y nutritivos en las manos de todos", tal como lo plantea uno de sus objetivos empresariales.

De la mano de sus marcas Ideal, Bimbo, Artesano, Marinela, Fuchs, Cena y tía Rosa, entre otras, la empresa busca posicionarse como la principal panificadora del mundo y para eso, la organización ha dispuesto un plan de transformación de cara al 2020 de su cadena de suministro global, cuyo eje

central está en la estandarización de los procesos con el objetivo de cumplir con calidad de servicio y de producto a sus millones de consumidores.

UN MODELO CERCANO

Para conocer los planes de este gigante global, nos reunimos con Jordi Rodríguez, Director Logístico para la zona del Cono Sur (Chile, Argentina, Paraguay, Perú y Uruguay), quien recientemente llegó a Chile para encabezar desde acá, lo que denominan el proceso de estandarización de la cadena de suministro de los países mencionados, con un claro enfoque en las cualidades de los productos, reconocer las diferencias de cada mercado, para así plantear los desafíos que enfrenta dicha zona. Cercanía con los clientes y los puntos de ventas son las principales características del modelo de negocio de este gigante panificador. De acuerdo al ejecutivo el modelo de Bimbo incluye como eje central la relación del vendedor de la compañía con los clientes, en aras de mantener siempre la calidad de los productos que se ponen a disposición del cliente final en los distintos puntos de ventas.

"El modelo de negocio principal es producir, distribuir y llegar al lineal con recursos de Bimbo. Tenemos vendedor propio que llega hasta la Sala y gestionan la operación, los productos y coordina con los clientes. Así creemos que trabajamos el mercado correctamente. Llega el vendedor, conoce a los clientes y puede gestionar correctamente. Estamos seguro que unos de los valor añadido de Bimbo es la fuerza de venta", detalló el ejecutivo.

En todos los países donde Grupo Bimbo tiene presencia el modo operacional es similar, aunque el rápido crecimiento del Grupo ha permitido conocer y explorar diferentes métodos de distribución y producción que le ha permitido enriquecerse con nuevos modelos. Fabricas productivas de los diferentes productos y luego distribución de "forma lineal" en los dos primeros días tras la elaboración. "Se consolida en un CD y luego se distribuye a puntos de ventas. Este es un proceso muy rápido", afirmó Rodríguez.

La calidad del producto es uno de los puntos que mayor compromiso genera en Bimbo y que es el eje central del diseño de su operación comercial, productiva y logística. "Nuestro compromiso es con el producto hasta el último minuto, con el servicio que ofrecemos y también con la frescura y calidad de los productos. Estamos 100% comprometidos con nuestros consumidores y clientes", añadió.

Ha sido este compromiso con la calidad, el cual ha obligado a la compañía a diseñar una operación logística acorde a satisfacer las necesidades de los consumidores y a dar cumplimiento a este acuerdo implícito con el mercado. "Hay que asegurar que cada producto llegue lo más rápido posible al cliente para que el consumidor lo pueda disfrutar más tiempo. El llegar rápido nos obliga a tener una cadena logística tensa", recalcó Jordi Rodríguez.

CICLO DE VIDA...

Pan de molde, snack dulces, tortillas y productos de pastelería son algunos de los productos estrellas del grupo mexicano, donde –tal como lo comentó el Director de Logística para el cono sur- la principal características es que son "de amplia rotación y corta vida", lo que obliga a un diseño operacional especial y específico, donde la rapidez es la clave. "Tenemos una cadena de suministros muy diferen-

ciada para aquellos productos de corta y aquellos de larga vida; pero ambos grupos nos obliga a tener una cadena de suministro y logística súper tensa", comentó el ejecutivo.

Para comprender las cualidades de esta cadena logística, cabe recordar que el producto Bimbo nació con muy corta vida de anaquel, lo que obligaba a la compañía a diseñar una operación caracterizada por "producir y distribuir para que al día siguiente estuviese con los clientes lo más fresco posible".

Es este compromiso con la frescura de los productos la que "tensa" todo el proceso. "No somos una empresa de tornillos, donde se produce, se 'estockea' (sic) y se distribuye posteriormente. Acá el proceso es muy rápido, con todos los beneficios y desafíos que esto puede tener. Grupo Bimbo tiene una cadena de suministro costosa, pero orientada a la excelencia del cliente, donde tenemos en promedio un 98 o 99% de cumplimiento en todos los eslabones de la cadena, lo que refleja el buen trabajo que hacemos", aseguró el Director Logístico Regional.

Con los años, las fórmulas de elaboración de productos han ido evolucionando y han permitido aumentar el ciclo de vida, haciéndolos un poco más extensos, lo que ha permitido a la compañía ir 'destensando' la cadena en busca de mayor optimización en cuanto a carga de camiones, stock, etc. "Esto no afecta la frescura de nuestros productos, pero si nos da un cierto margen para optimizar la cadena", recalcó Rodríguez.

Claro está que dada las características de sus productos, planificar es vital para la operación de Grupo Bimbo. "Uno de los grandes retos de la empresa, de cara al futuro, es seguir profesionalizando nuestra planificación. En la compañía estamos conscientes que diseñar correctamente la operación es clave, ya que con un flujo tan denso y con la variedad de productos que tenemos sería un desastre sino lo hiciéramos correctamente. Pero hoy estamos enfocado en optimizar toda la cadena para ir mejorando constantemente nuestro servicio y llegar con aún más frescura a los cliente", enfatizó el ejecutivo.

En cuanto a las materias primas, la empresa multinacional cuenta con forecast con los proveedores, los cuales los abastecen con bastante frecuencia y con contratos muy fuertes y de grandes volúmenes. "Nuestros proveedores son vitales, por ejemplo, en materias primas y también en empaques dada la variedad que tenemos. Las cualidades de nuestra empresa y de nuestra operación nos obligan a tener una buena organización, relación y planificación con nuestros proveedores", agregó.

ESTANDARIZACIÓN PARA EL FUTURO

La llegada de Jordi Rodríguez a Chile responde a la decisión de la compañía de iniciar un proceso de estandarización de las operaciones logísticas en el cono sur, lo que comprende las operaciones que se realizan en Argentina, Chile, Perú, Uruguay y Paraguay, para lo cual se ha definido la ciudad de Santiago como el centro de operación de este reto sudamericano.

Jordi Rodriguez
Director Logístico
Grupo Bimbo

El objetivo de este proyecto es lograr establecer un estándar operacional y logístico global para estos cinco países y ver así la región como una "zona estandarizada", lo que constituye el principal objetivo para los dos próximos años en Latinoamérica.

"Crear una cadena de suministro totalmente estándar, coordinada y planificada -mediante procesos universales, probados y profesionalizados con automatización, tecnología en producción y logística- es nuestro objetivo para que finalmente podamos ver una cadena estándar y global y no cinco cadenas de suministros independientes. ¿Cómo convertimos la operación de estos cinco países en una zona global con decisiones globales y centralizadas? Ese es el gran desafíos que tenemos", aseguró el líder regional en logística y quien encabeza este proyecto.

Desde Santiago se buscará alinear las operaciones para la Región, con el objetivo de "darle un giro a nuestra compañía, no mediante pequeños avances sino transformarla completamente, pasando de una logística propia de Bimbo en cada país a una logística estandarizada para toda la compañía, a nivel mundial".

Grupo Bimbo ya ha implementado exitosos procesos de estandarización en otras latitudes, como lo que sucedió en la Zona Ibérica, que comprende las operaciones de España y Portugal, las cuales fueron también encabezas por Jordi Rodríguez. "La idea ahora es empujar estos cambios para seguir en la línea de la excelencia logística. El reto es grande, pero eso es lo que nos motiva para conseguir así eficiencias y ahorros en la cadena, los que finalmente se traspasen al consumidor y nos permita seguir posicionándonos como líder del mercado".

Tras recorrer los cinco países que componen el Conosur, el profesional afirmó que: "me quedo con la sensación de que estamos operando excelentemente con una cadena de suministro muy buena, en cada uno de los países. Lo que si hemos observado es la falta de estandarización entre las organizaciones. Hoy veo cinco países corriendo solos, sin un lineamiento global que pueda unirlos y ver así cuál es la mejor fotografía en cuanto a producción y distribución en Sudamérica. Este es nuestro desafío: ¿Cómo agilizamos y movemos el modelo? para sacar una nueva fotografía del diseño de distribución y producción de la zona. En esta lógica estandarizar los procesos logísticos es el pilar fundamental". **LGT**

CENTRAL BODEGAS

Soluciones a la medida de cada empresa.

ESPACIOS PARA BODEGAJE

LA VARA
San Bernardo

CASAS VIEJAS
Maipú

LA CAPILLA
San Bernardo

4° ETAPA EN CONSTRUCCIÓN
MILAGRO DE NOS
San Bernardo

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES

11 AÑOS DE EXPERIENCIA · 120.000 M2 EN ARRIENDO

Fono: 22 726 29 00 · contacto@centralbodegas.cl
www.centralbodegas.cl

A través de este innovador emprendimiento se busca permitir al cliente acceder a todo lo que puede encontrar en una farmacia de modo virtual con despacho a la puerta. Esta innovadora apuesta e-Commerce busca derribar las barreras que se han impuesto en este mercado por las distintas regulaciones que tiene.

FARMAZON
EL MARKETPLACE QUE BUSCA DEMOCRATIZAR LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Es sabido que el comercio electrónico se ha impuesto como un mecanismo de compra con un crecimiento enorme en el último tiempo, de la mano de las nuevas tecnologías y de lo que se ha denominado el nuevo consumidor.

En esta masificación del e-commerce asoma un mercado que ha sido, en cierta medida, reticente a ingresar a este mundo virtual: la venta online de medicamentos. Europa y Estados Unidos han sido pioneros en este nicho. Sin embargo, Chile ya cuenta con la primera farmacia on-line.

Farmazon.cl es una iniciativa de Manuel Parraguez, quien gracias a la experiencia obtenida en la dirección de las operaciones de Easy Taxi, comenzó a estudiar el mercado farmacéutico chileno que se caracteriza por ser muy concentrado y reglamentado. Con un servicio oportuno, Farmazon busca tener un lugar en el comercio farmacéutico con una innovadora apuesta e-Commerce que se plantea como un canal de comunicación y promoción para distintas farmacias, ofreciendo productos farmacéuticos, para tratamientos de salud y bienestar de los clientes.

"Sabíamos que este será un sector que no estaba cubierto, por lo que existen buenas posibilidades de desarrollo. En esta primera instancia, los esfuerzos están centrados en que la gente conozca el servicio y descubra la comodidad de no tener que moverse de la casa para recibir sus medicamentos; realizando una compra con transparencia y con stock garantizado en las líneas de productos", afirmó Manuel.

¿POR QUÉ NO CON LOS MEDICAMENTOS?

Transparencia en precios y artículos, seguridad, Conveniencia, democratización y Flexibilidad son los cinco pilares que mueven a Farmazon.cl. "Poner a disposición de nuestros clientes, con una buena experiencia de compra, todo lo que necesita de una farmacia en la comodidad de tu hogar, oficina o donde lo estimen convenientes es nuestro objetivo", afirmó el director de Farmazon.

Este emprendimiento nace desde los cuestionamientos; cuestionarse el por qué en Chile este mercado online de medicamento no se ha desarrollo con fuerza, tal como sucede en otros lugares del mundo. ¿Por qué acá no ocurría? Esa fue la gran pregunta que se realizó Manuel Parraguez, siendo el comienzo de este gran desafío:

"Al ver que acá no se realiza algo así, fuimos aplicando los modelos ya conocidos, como los de marketplace y así desafiamos un poco el comercio electrónico. Nosotros lo que hacemos es entregarle a nuestras farmacias asociadas un cliente virtual", afirmó. El gran desafío, dado lo reglamentado del mercado, era vender medicamentos y también aquellos con receta, lo que "ha significado desafiar

SLI TAMEGAL

SOMOS
SOLUCIONES DE ALMACENAJE

DAMOS SOLUCIONES A TU E-COMMERCE

INGENIERÍA · FABRICACIÓN · CONSTRUCCIÓN · MONTAJE · SERVICIOS

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,
VIA PRINCIPAL 140, EDIFICIO REAL SEIS, PISO 7,
SAN ISIDRO/ LIMA - PERÚ
CENTRAL: + (5) 716-5926
FAX: + (511) 716-5626

SLI TAMEGAL

el existente". Sin embargo, fue enfático en asegurar que: "seguimos todas las reglas, solo es una venta guiada virtualmente".

"El primer obstáculo fue el tema legal. El tema regulatorio era un tema, pero encontramos la forma de cumplir con la regulación y poner en marcha este innovador negocio. El espíritu de nuestro negocio es bueno y eso nos respalda", afirmó Manuel.

La venta de medicamentos con recetas asomaba como una complejidad, Sin embargo, Farmazon, mediante su modelo, encontró la forma de dar solución a este grupo de productos. "El usuario debe digitalizar y adjuntar la receta médica. Luego nosotros revisamos la autenticidad del documento y emitimos el pedido. El riesgo, por ejemplo, de falsificación de las receta es el mismo que en un local y es algo que debemos mitigar. Nosotros guardamos los datos de los usuarios y ahí se puede hacer un trabajo de seguridad diferente si se detecta algún comportamiento extraño que pueda contaminar el servicio", aseguró.

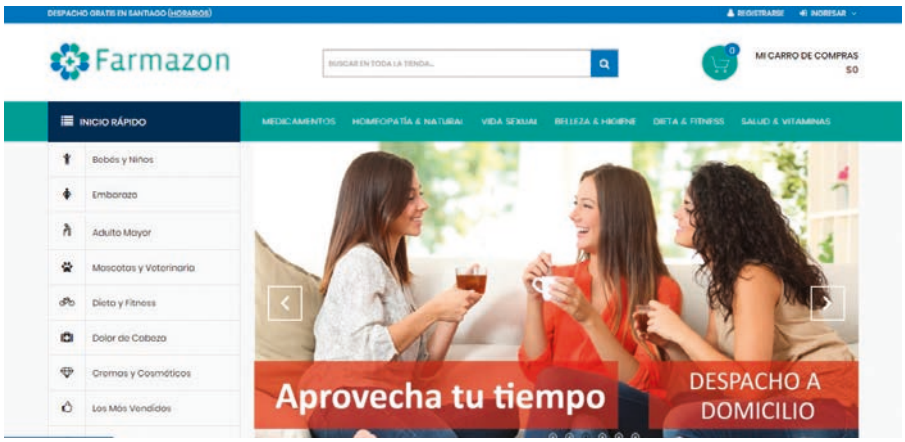
UN NEGOCIO CON DOS FRENTES

Ha meses de su puesta en marcha, la cual ha sido catalogada como exitosa por los ejecutivos, Farmazon se define como un marketplace de farmacia, "dándole una arista social a este negocio".

"Este es un negocio de dos entradas: proveedores y clientes. En nuestro caso las farmacias, que son nuestros proveedores, le damos rentabilidad, visibilidad y continuidad de flujo; mientras que el usuario recibe un servicio de excelencia y una solución", reconoció el Director y creador de la iniciativa.

Asimismo, agregó que "queremos que las farmacias asociadas tengan competitividad y herramientas para enfrentar a las grandes cadenas, mediante la tecnología y las plataformas. Por otra parte, queremos darle tranquilidad al usuario de que puede encontrar todo lo que busca a un precio justo, ya que acá no hay medicamentos ocultos atrás del mesón, sino transparencia y competitividad", enfatizó Manuel.

Durante la primera etapa, Farmazon ha actuado de modo conservador con el mix de productos, pero con el correr de los días se dieron cuenta que las personas buscaban también otras cosas, como: Pañales, línea de belleza, perfumería, etc.



"Tenemos un sistema de bodegas virtuales donde se suben los stock de cada farmacia y así nosotros vamos rebajando sus stock, lo que nos permite agilizar nuestro proceso logístico. Hoy la operación logística está en nuestras manos, pero queremos externalizarla y así enfocarnos en nuestro core del negocio", afirmó el ejecutivo, quien además comentó que actualmente Farmazon cuenta con un despacho de pedidos de 24 horas para la región Metropolitana, pero "queremos implementar un despacho exprés de 4 horas y algunos especiales, por ejemplo, para los medicamentos oncológicos".

MESES DE AJUSTES

A tres meses de su puesta en marcha, los números obtenidos sacan sonrisas entre los ejecutivos que encabezan este proyecto y plantea nuevos desafíos que este 2018 esperar sortear, tales como la implementación del despacho exprés, aumentar el número de farmacias asociadas y aumentar el mix de productos. "Yo era ajeno a la industria y eso me permitió ver las cosas con distancia y encontrar soluciones" y ese fue el primer paso para desarrollar esta innovadora propuesta comercial, la cual de la mano de la tecbiología espera posicionarse.

"Hemos tenido una buena recepción de parte de nuestros clientes. Las mujeres han sido nuestros principales usuarios, las cuales buscan productos para ellas y para la familia generando en muchas ocasiones ordenes de despachos a distintas direcciones. También está el grupo de los jóvenes, quienes buscan inmediatez y servicio", detalló Manuel. Sin embargo, el director de Farmazon.cl valoró el hecho de que los clientes tengan un buen nivel de recompra, lo que "refleja que el servicio es bueno y cumple con las expectativas de los clientes"

"Por un lado, vamos sumando nuevos clientes y por el otros tenemos buenos índices de recompra lo que nos tiene muy contentos y confiado en el desarrollo de Farmazon tendrá", afirmó Parraguez.

Si bien, es un negocio que está comenzando con los desafíos que eso significa, considerando las directrices del mercado farmacéutico, los números, las energías y las ganas están para que Farmazon.cl se convierta en un referente del comercio electrónico. LGT

MEGACENTRO
BODEGAS & OFICINAS
RED MEGACENTRO

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

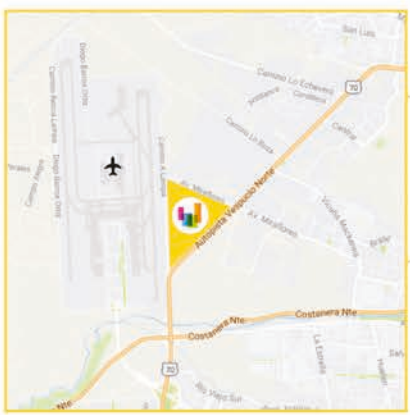
Contáctanos: contacto@redmegacentro.cl • www.megacentro.cl (+56 2) 2783 2214 • (+56 2) 2887 7900

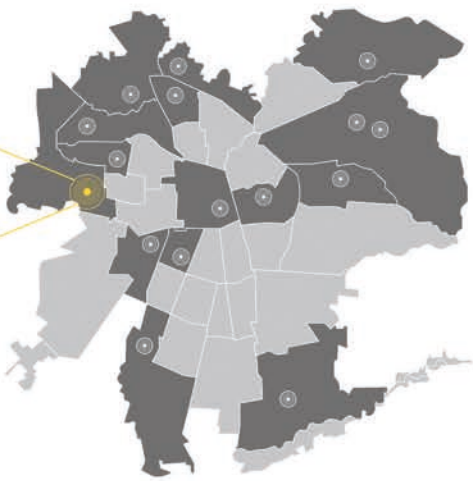
Centro de negocios orientado a Bodegas de **Alto standard y servicios logísticos.**

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**

visita **www.logistecshow.cl**

Mucho intentan definir y establecer las características de las distintas generaciones: Generación X, Y, Milleniuns, etc.; pero pocos establecen mecanismos para que éstas confluyan e interactúen con éxito al interior de una compañías, en aras de establecer un flujo continuo del conocimiento y la experiencia. ¿Se abre en Chile un espacio en las altas direcciones a las nuevas generaciones? ¿Vivimos una nueva en las gerencias delas empresas con la llegada de nuevos ejecutivos a estos puestos?.

RR.HH
¿EXISTE UN CAMBIO GENERACIONAL EN LA INDUSTRIA LOGÍSTICA CHILENA?

¿Sabes cuál es el promedio de edad de la fuerza de trabajo de tu empresa? Actualmente son pocas las compañías que conocen este dato, a pesar de que es un índice importante, ya que refleja el 'carácter' y visión que tiene la compañía de cara al futuro.

Sin embargo, no sólo basta manejar las estadísticas etarias sino que el real valor de conocer a la fuerza de trabajo en una empresa está dado por el flujo continuo de experiencia. Así, cabe preguntarse, ¿Sabes cuántos años productivos le quedan a tu gente de experiencia? ¿Tienen diseñados planes de transición generacionales?. Para muchos los 50 años suelen asomar como un mato oscuro en la vida laboral, sin embargo, es sin duda, el mejor momento para hacer valer la experiencia, donde el eje está en poner el conocimiento a disposición de las nuevas generaciones. Este parece ser, hoy por hoy, un factor de éxito para las compañías, más aún cuando la proyección de una organización pasa por la incorporación del nuevo talento y las nuevas ideas.

Por el contrario, hay empresas que se resisten a renovar el talento por lealtad y mueren con toda una generación que se niega a cambiar y renovarse. Es así como las nuevas generaciones asoman en la industria como entes dinámicos con un enfoque tecnológico, con ímpetu y capaces de asumir retos gracias a nuevos y 'frescos' conocimientos, pero carentes de algunas herramientas para el manejo de situaciones que sólo la experiencia da.

Ante esta realidad, se hace cada vez más necesaria una política de integración entre ambos mundos (el conocimiento de las nuevas generaciones de profesionales y la experiencias de otros) y así sacar lo mejor de ambos grupos en aras de potenciar a las empresas y planificar el cambio generacional, basado en el aprendizaje y la correcta mezcla de lo "nuevo" y la experiencia.

LA MEZCLA PERFECTA

Ideas nuevas y experiencia. Ambos conceptos asoman como la clave para el éxito de una empresa en el tiempo. Generar programas, estrategias e instancias para potenciar el intercambio de conocimiento entre las partes que conforman una compañía es fundamental para estar en la constante búsqueda de posicionarse en un mercado competitivo, a lo largo del tiempo.

Poco a poco somos testigo de cómo las nuevas generaciones de profesionales de la industria logística se han sumado a los equipos gerenciales de importantes empresas. Durante los últimos 10 años hemos sido testigos de la profesionalización que ha tenido la industria, en parte, con el desarrollo de las mallas curriculares de pregrado en Universidades nacionales y la entrada al mundo laboral

de las primeras generaciones de titulados. ¿Quiénes son estos nuevos profesionales y qué aportan al mercado? El aspecto etario es sólo uno de los componentes al hablar de las nuevas generaciones de ejecutivo logístico, ya que la real esencia para definirlo está en la visión que tienen de la cadena logística y del uso de la tecnología.

Nuevos aires aportan estos profesionales y que hoy asoman como los nuevos Gerentes de áreas en los departamentos de supply chain. Un profesional con conocimiento específico en logísticas, posgrados en las áreas, generalmente con dominio en idiomas y conocimiento y cercanía con las tecnologías.

Para Javier Ovalle, Asociate Page Executive de Michael Page, "este cambio generacional viene pasando en la industria chilena hace, aproximadamente, cinco años; periodo en que se ha consolidado la modernización de la logística. Antes veníamos a ejecutivos formados a pulso y hoy la academia tiene mucho que decir". Este panorama generacional es, a juicio de Ismael Salcedo, Consultor de Ingeniería & Supply Chain de Randstad Professionals, una realidad ante la cual las empresas deben poner atención y diseñar estrategias que les permita mantener el conocimiento y la experiencia como eje de su negocio.

"Las generaciones más antiguas están en un proceso de salida de este negocio, dando así una oportunidad a las nuevas generaciones. Las empresas ya no están buscando al ejecutivo que está en la competencia, sino que existe el convencimiento de las necesidades de dar oportunidades a las nuevas ideas, al nuevo conocimiento, al nuevo ejecutivo, considerando los cambios constantes que vive el mercado", afirmó el profesional de Randstad.

¡DESPIERTO TECNOLÓGICAMENTE!

De cara a esta nueva logística; una industria de relevancia para el desarrollo económico de un país y un área estratégica al interior de las compañías, los ejecutivos del m++as alto nivel ya valoran el conocimiento y experiencia logística de los profesionales como un factor que puede marcar diferencias en una industria en un mercada cada vez más competitivo.

La Logística ha cambiado y de eso no hay duda. Los desafíos que enfrenta a todo nivel, los sistemas que la conforman y las constantes optimizaciones de los procesos hacen necesario contar con un ejecutivo con una afinidad única a la tecnología, a las nuevas herramientas y a los sistemas que ofrece el mercado en aras de mejorar, eficientizar y optimizar cada uno de los procesos que compone la compleja cadena logística.

Como ejemplo de lo anterior, el ejecutivo de Michael Page comentó que uno de sus clientes le manifestó la necesidad de con-

tar con "un ejecutivo tecnológicamente despierto", lo que "es un reflejo del cambio generacional que ya está establecido en el mercado".

Por su parte, Salcedo aseguró que este cambio generacional llegó de la mano del arribo de nuevas empresas al país, "las cuales llegaron con nuevas formas de hacer las cosas, lo que fue obligando a los ejecutivos a abrir los ojos a las nuevas necesidades y también abrirse a los nuevos requerimientos del mercado, donde la capacidad de adaptación que logran es primordial".

Ismael Salcedo
Consultor Ingeniería & Supply Chain - Randstad

Javier Ovalle
Asociate Page Executive
Michael Page

"Hoy se requiere un ejecutivo supply chain que aborde toda la cadena y eso requiere nuevos procesos y tecnologías; aspectos que los ejecutivos jóvenes lo tienen en la sangre. Por lo tanto un cambio generacional, es decir, los nuevos gerentes tienen una amplia capacidad de adaptarse a los cambios y a las nuevas realidades", comentó Ovalle.

Los profesionales de más de treinta años son hoy "el fuerte de los ejecutivos que se ven en la industria", marcados-según el ejecutivo- con características como: conocimiento técnico, habilidades blandas desarrolladas.

"Un perfil de supply chain, hoy en día, debe tener manejo de warehouse, abastecimiento, manejo de planificación y distribución. El profesional debe tener una visión completa de la cadena. Los grandes perfiles son aquellas personas que han manejado anteriormente distribución, planificación, compra", afirmó el Asociate Page Executive de Michael Page.

Por su parte, Ismael Salcedo comentó que son dichas cualidades las que permiten a este profesional "adaptarse con facilidad a las nuevas demandas del negocio, interiorizado en la tecnología y las modalidades del comercio".

A reglón seguido, el ejecutivo de Randstad añadió que, de acuerdo al Estudio Tendencias y Salarios 2017 realizado por la compañía, "el 64,3 % de las empresas que participaron consideraron que la cualidad más importante de los nuevos gerentes debe ser la capacidad de motivar e incentivar a los demás. En tanto, la adaptación a los cambios del negocio, asoma como otras de las características valoradas (46,7%). Finalmente, la capacidad de construir relaciones de confianza, asoma como otro pilar fundamental".

UN MERCADO DE OPORTUNIDADES

Hoy existe una tremenda oportunidad en el mercado para los ejecutivos jóvenes, recalcó PAGE. Sin embargo, agregó que la principal barrera para posicionarse con fuerza en el mercado se las ponen ellos mismos".

"Hoy la logística se está modernizando a pasos agigantados en Chile con grandes inversiones, lo que abre un mercado para crecer en esta área. Sin embargo, el principal problema de estos profesionales sub 40 es la falta de continuidad laboral. Deben comprender que existen ciertas etapas en un cambio laboral y eso significa tiempo. La industria ofrece las oportunidades y la clave está en cómo cada uno diseña su carrera, en base ahí ir construyendo una experiencia que le permita luego asumir grandes desafíos en supply chain", comentó Ovalle.

Otra realidad que vemos actualmente, es que muchas empresas están formando internamente a sus propios profesionales, lo que permite –en ocasiones- "diseñar un correcto proceso para suplir la experiencia, considerando que los gerentes hoy están en el rango etario de entre 40 y 45 años", según Ismael Salcedo.

Las oportunidades para los ejecutivos "jóvenes" existen y es tarea de los profesionales diseñar correctamente su vida laboral con proyección. LGT

NUEVAS CONDICIONES

Cómo incorporar a los jóvenes talentos a los altos cargos. A este respecto, Jaime Silva, Gerente de Proyectos de Central Bodegas, se refirió a la situación que se vive actualmente en la industria, enfatizando en que "el mercado profesional ha cambiado".

"Hoy es un mercado profesional logístico es muchísimo más especializado que hace años. Ya existen carreras que se enfocan específicamente en la formación de técnicos y profesionales en temas logísticos, transporte, distribución, inventario, etc. y por tanto creo que el mercado está prefiriendo a gente que ya posea una formación específica", comentó.

En cuanto a la incorporación de estos nuevos profesionales al mundo laboral, Silva sostuvo que este proceso ha generado nuevas condiciones en la industria, dadas principalmente por las demandas que tienen las "nuevas generaciones".

"Las nuevas generaciones están cambiando la forma en que trabajamos. Ellos buscan trabajos donde puedan complementar con otros intereses. Flexibilidad horaria, independencia, acceso a la tecnología y su desarrollo en áreas donde están interesados son algunos de los puntos que consideran", planteó el Gerente de Proyectos de Central Bodegas.

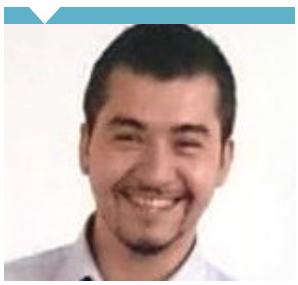
En cuanto a los altos cargo, Silva aseguró "les seducen los retos y por tanto están llanos a asumir nuevas responsabilidades adicionales a las de su cargo, en la medida que van adquiriendo experiencia. Ellos, por ejemplo, ejercen el liderazgo de otra manera, donde el eje está en el apoyo y en la medición de resultados; ambos factores que pueden resultar inusual para los profesionales de generaciones anteriores", añadió.

Imagina tus andenes
Protegidos e iluminados
con nuestros nuevos BO LED

En el transporte urbano de carga la principal fuente de energía consumida proviene de los derivados del petróleo como lo son el diésel y la gasolina, lo que agrava los problemas generados por la excesiva dependencia de los combustibles fósiles y por el aumento de las emisiones de CO2, que da lugar a los fenómenos del calentamiento global.

METODOLOGÍA PARA VALIDAR CÁLCULOS ESTIMACIONES DE CONSUMO DE COMBUSTIBLE

Francisco Morales
Tesista
UNAB



TRANSPORTE URBANO DE CARGA (TUC) EN SANTIAGO DE CHILE. Segun Dalkmann & Sakamoto, existen diferentes maneras de evitar los impactos negativos, tales como congestión, consumo de combustible, contaminación y accidentes asociados al crecimiento continuo del transporte urbano de carga (TUC), mediante la reducción de emisiones contaminantes de GEI tal como menciona Russo & Comi en 2010.

En esta investigación se pretende comparar distintas metodologías para el consumo de combustible en el transporte urbano de carga, de forma de encontrar que metodología se acerca más a la realidad.

ESTIMACIONES DE CONSUMO DE COMBUSTIBLE

En el transporte urbano de carga, existen muchos factores que afectan el modelo de pronóstico del consumo de combustible, tales como el rendimiento del vehículo, las carreteras, las condiciones del tráfico, la distribución por edades del vehículo, el alcance de conducción, la velocidad de conducción, las condiciones ambientales, las condiciones del camino, el volumen de tráfico, la velocidad, entre otros. Según Siami- Irdemoosa y Dindarloo en 2015, existen técnicas para estimar el consumo de combustibles tales como:

- **Técnica de Modelamiento Matemático**: Esta técnica es mediante la construcción de un modelo matemático de predicción del consumo de combustible utilizando variables independientes.

- **Técnica de Balance de Carbono**: Este método es considerado como un balance neto de todos los Gases de Efecto Invernadero (GEI) expresados en Monóxido de Carbono Equivalente (CO2eq) calculando todas las emisiones (fuentes y sumideros) con la atmósfera de interfaz y el cambio neto en las existencias de carbono (biomasa, suelo).

- **Técnica de Estimaciones de Simulaciones**: Esta técnica consiste en ocupar los datos visualizados mediante el sistema de posición global GPS, las fuentes de bases de datos como ORN y EPA, luego se debe aplicar restricciones en base a los requerimientos necesarios para estimar el consumo de combustible de un vehículo de carga, con simuladores computaciones tales como CMEM, VT-MICRO, MOBILE5a, MOBILE6a.

MODELO DE HERRAMIENTA DE CÁLCULO DE CONSUMO DE ENERGÍA DEL VEHÍCULO (VECTO)

Según Georgios Fontaras, Investigador Oficial de Ciencia y Política del Centro de Investigación de Bruselas (CCI) no existía un procedimiento estándar en la Unión Europea para probar las emisiones de CO2 y es por este motivo que se creó VECTO (Vehicle Energy Consumption Calculation Tool), el cual es una herramienta de simulación de vehículos de carga de diferentes categorías, tamaños y tecnologías, el cual estima las emisiones de CO2 y consumo de combustible.

El consumo de combustible se estima mediante una interpolación de los datos del motor, esto hace que sus resultados son bastantes exactos dice Georgios Fontaras, Investigador de la Comisión Europea, de-

bido a que sus resultados corresponden +- al 3% del error.

MODELO DE EMISIONES DE GASES DE INVERNADERO (GEM)

El modelo de emisiones de gases de invernadero es un modelo que sirve para determinar y certificar el cumplimiento de las emisiones de gases de efecto invernadero de la EPA (United States Environmental Proteccion Agency) y el consumo de combustible de la NHTSA (National Highway Traffic Safety) para vehículos de carga liviana y pesada, este modelo deriva el consumo de combustible del valor de la emisión de CO2, redondeando el número entero más cercano de los cálculos realizados por el modelo para visualizar el consumo de combustible.

ESTIMACIONES DE CONSUMO DE COMBUSTIBLE EN

CONTEXTO CHILENO

"El transporte urbano de carga es la mayor fuente de emisiones de CO2 en Chile. Aproximadamente el 36% de las emisiones totales se deben al consumo de energía del sector transporte. Para el año 2020 las emisiones podrían cuadriplicarse si no se toman medidas de mitigación" (Ministerio de energia Chile, 2012).

Como se menciona en los reportes del Ministerio de Transporte, los valores de rendimientos de combustible de los vehículos son calculados mediante Simuladores de Inmersión Total (SIT) específicamente simuladores CMEM a través del Centro de Control y Certificación Vehicular (3CV), esto consiste en un análisis técnico del simulador, que emulan el funcionamiento de un determinado tipo de vehículo y un programa computacional.

Según el informe presentado por (Ministerio de Energia Chile, 2016), en la actualidad los impactos generados por la eficiencia energética en Chile son diversos, lo que ha dado el paso al surgimiento de distintos desafíos en tres ámbitos, como se mencionan a continuación:

- **Desafíos a Nivel Social:** Se fomenta un cambio de la conducta y el comportamiento de la población local en el tema energético como consecuencia de la sensibilización y capacitación
- **Desafíos a Nivel Ambiental:** Mitigación de las emisiones de gases efecto invernadero por la reducción del consumo de combustibles fósiles, debido al impulso de las energías renovables y la eficiencia energética
- **Desafíos a Nivel Económico:** Mayor dinamismo económico al diversificar los ingresos y fomentar la creación de nuevas empresas e inversión de organizaciones de otros territorios en el sector.

En Chile la literatura aborda al problema de la emisión de Gases de efecto Invernadero, para poder realizar mitigaciones

sobre los impactos que se han generado por el transporte urbano de carga, es ahí donde nace esta investigación, que se centrara en el desafío ambiental, debido a que el desafío implica medir el consumo de combustible en el transporte urbano de carga, esto debido a que para realizar mitigaciones de algún tipo de emisiones de gases de efecto invernadero y reducción de consumo de combustible, primero debe realizarse la medición de este.

CASO DE ESTUDIO

El problema de investigación según lo abordado en este documento es que existen metodologías del consumo de combustible para el transporte urbano de carga de forma teórica, pero no se encuentra la validación real de esta, es decir, no hay una medición específica ni comprensión respecto al consumo de combustible para el transporte urbano de carga en Santiago de Chile, lo cual hace que nazca la premisa de si es posible aplicar una metodología existente de estimaciones de consumo de combustible para el transporte urbano de carga (TUC) en Santiago de Chile.

Para estimar el consumo de combustible en la Región Metropolitana de Santiago de Chile, se debe realizar un caso de estudio, el cual contara con una flota de 10 camiones de la empresa "Servicios Logísticos DGA" la cual se especializa en distribución urbana orientada a despacho domiciliario proveniente del Retail, e-commerce.

Esta flota de camiones constara de los siguientes modelos: ■ Chevrolet NPR Cerrado Año 2008 Capacidad 5 Ton ■ Hyundai HD651 Año 2008 Capacidad 4 Ton ■ Chevrolet NKR 613 Año 2010 Capacidad 3,5 Ton ■ JMC Convey Año 2012 Capacidad 5 Ton ■ KIA K4000 Plano Año 1998 Capacidad 5 Ton ■ Hyundai Mighty H 350 Año 1998 Capacidad 5 Ton ■ Peugeot Boxer Año 2005 Capacidad 1,7 Ton ■ Hyundai Mighty Plano Año 2005 Capacidad 5 Ton ■ Chevrolet FTR 1524 Año 2013 Capacidad 10 Ton ■ Hyundai Mighty Plano Año 2000 capacidad 5Ton.

De esta flota de camiones obtendremos los datos GPS y ruta de cada uno de ellos, con lo que podremos saber la dirección en la que se encuentra el camión, determinar el ciclo de ruta mediante Map-Matching, establecer detenciones mediante el punto GPS, ya sean, detenciones de carga/descarga o detenciones de semáforo.

Adicionalmente para que la simulación tenga un buen resultado en términos de aproximación se deberán buscar datos del motor de los vehículos tales como: Tipo de camión (Rígido, Tractor), Peso del vehículo, Carga adicional, Resistencia del Aire, Distancia entre Ejes, Torque Máximo, Carga máxima permitida, Cantidad de Neumáticos, Tipo de Neumáticos, Inercia de los Neumáticos, Tipo de Combustible, Cilindradas de Vehículos, Potencia del Vehículo, Rendimiento del Vehículo.

Con estos datos obtendremos la información necesaria para modelar el comportamiento de los vehículos en Herramientas de Simulación Tales como VECTO TOOL y GEM, para posteriormente analizar los resultados y determinar qué modelo de simulación se aplica a la realidad de Santiago de Chile.

CONCLUSIÓN

En esta investigación se presentaron las distintas metodologías que se han utilizado por los distintos investigadores del mundo para realizar estudios sobre el consumo de combustible, posteriormente se realizó la investigación de una metodología de Simulación en VECTO TOOL, con los datos proporcionados por la Empresa DGA, ubicada en la Región Metropolitana de Santiago de Chile.

La metodología se presentó en forma lineal, en donde al tener los datos de la flota DGA, solo se necesitaba buscar datos específicos del vehículo, del motor y de la caja de cambio, que cuando se ingresaron al simulador se tomaron como muestra para visualizar los resultados. Estos datos tienen como objetivo proveer especificaciones técnicas del vehículo a evaluar, puntos GPS, coordenadas (latitud y longitud), donde básicamente se tiene la ruta que siguió cada camión, junto a la velocidad a la que se transitaba. Con esto se tiene el lugar transitaba el camión, en qué dirección y a qué velocidad se encuentra.

Los resultados obtenidos de la simulación en general fue que el consumo de combustible es alto si el vehículo en movimiento y se encuentra con pérdida de potencia en caja de cambio y/o si el camión tiene alguna resistencia al aire, por el sentido en que el camión va en tránsito, esto implicaría que el consumo de combustible tiene relación con todas las variables de tránsito. En donde los lugares que se realizaban entregan generan mayores peak de Consumo de combustible en los gráficos que se explicaría por el constante gasto de energía y aceleración.

Cabe mencionar que los resultados fueron presentados para los 10 camiones evaluados, junto con la ruta que cada uno seguía, por lo que se puede deducir, que el camión con baja carga y carga completa solo difieren en la resistencia al aire y aceleración, debido a que mayor carga que se tenga en el camión mayor es la fuerza que se debe realizar para mover el vehículo. En los resultados se puede visualizar que los mayores peaks de consumo de combustible se realizan al inicio y al término de las operaciones.

Nuestra metodología dio resultados cercanos +- 3 % de error, lo que demuestra dos cosas: 1. Que los camiones efectivamente tienen mayores actividades de carga descarga al inicio y al término de la ruta y/o tiempo de recorrido. 2. Que el margen de error es ínfimo con los datos que se tienen actualmente en el mercado chileno, por lo que sin duda alguna esta metodología se puede aplicar a flotas de camiones en Santiago de Chile.

Resumen Tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias de la Ingeniería mención Logística y Gestión de Operaciones, UNAB. LGT

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

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

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

www.ar-racking.cl

La ejecutiva ahondó sobre la importancia que tiene para el desarrollo de la industria el trabajo mancomunado entre los distintos actores que componen la cadena logística. Transforma Logística tiene como objetivo central ubicar a la Logística en el lugar que se merece como sector económico del país y que de cara al 2030 Chile cuente con una industria de servicios logísticos consolidada y de clase mundial. .

GEORGINA FEBRÉ, GERENTE TRANSFORMA LOGÍSTICA

"LA LOGÍSTICA REQUIERE ESTAR EN EL LUGAR QUE SE MERECE A NIVEL PAÍS"

Años de desarrollo e investigaciones dejaron ver la necesidad que existía en el país de crear un programa estratégico a nivel nacional con el objetivo de incentiva y potenciar la logística como actividad comercial; lo cual se concretó con la creación de Transforma Logística, organismo compuesto por actores públicos, privados y entidades gremiales y cuya motivación es posicionar a la industria logística como un eje central de la economía nacional.

Georgina Febré
Gerente
Transforma Logística

"Estamos promoviendo la creación de un organismo con una gobernanza pública-privada, que sea capaz de poner a la logística a la altura que el país requiere; difundiendo la relevancia y el impacto que ésta tiene en la economía; coordinando proyectos de cadenas asociadas a sectores productivos de alto impacto; y dirigiendo recursos de investigación y desarrollo hacia las necesidades de la industria", aseguró Georgina Febré, gerente de Transforma Logística. Para mantener su posición de liderazgo el país requiere, sin duda, modernizaciones y una de ellas es aumentar la eficiencia de su logística. Entendiendo que la logística –tal como lo comentó la ejecutiva- es una plataforma habilitante para el desarrollo de los demás sectores económicos del país, que maximiza el aporte de la infraestructura, mejorando la productividad y competitividad nacional; todo esfuerzo por levantar a la industria es bienvenido.

Eficiencia logística, infraestructura inteligente, sustentabilidad social y ambiental; generación de Valor y potenciar a la Industria de Servicios Logísticos son parte de los pilares que mueve a cada uno de los actores que conforman esta programa.

UN PUENTE PARA LA INDUSTRIA

Como un ente asesor y un puente de interacción entre todos los actores de la industria, el programa busca optimizar la inversión, la utilización de infraestructura, mejorar la predictibilidad, confiabilidad, calidad y eficiencia de la cadena logística; contar con una cadena logística social y ambientalmente sustentable; potenciar la logística como generadora de valor en los productos de exportación; generar condiciones que permitan exportaciones de productos y servicios logísticos; el desarrollo de proveedores de servicios logísticos con alto nivel de sofisticación y uso de tecnologías y generación de conocimiento.

"Queremos que el 2030, Chile sea reconocido por contar con un industria de servicios logísticos consolidada", aseveró Georgina.

La logística tiene una complejidad dada la extensión de la cadena, la cual involucra muchos sectores distintos y es ante esta realidad que el trabajo unido es uno de los pilares para alcanzar el éxito en el desarrollo de una industria como ésta".

Para concretar este posicionamiento de la industria, la entidad se ha planteados tres objetivos: "Visibilizar la logística. La logística es parte de la vida y

de la economía del país. Esto nos permitiría resolver problemas que se dan hoy, como por ejemplo, la relación ciudad-puerto. Sustentabilidad social, económica y medioambiental y el tercero es Eficiencia, la idea es crear una oferta de servicios logísticos que estén al nivel que requiere la demanda del país".

De acuerdo a la Gerente, los objetivos se traducen a la vez en ejes que mueven finalmente el trabajo del programa. "Estos ejes son: Información para la competitividad; fortalecimiento de la oferta académica y formativa de Logística; y Seguridad Laboral", agregó.

PROXIMOS DESAFÍOS

Georgina Febré aseguró, en entrevista con Logistec, que este 2018 la principal meta que se han impuesto es consolidar la idea de un Instituto Tecnológico Logístico Nacional, "para continuar en la construcción de una hoja de ruta y generar trabajos para el fortalecimiento de la industria. Además, queremos seguir conformando comunidades logística portuarias y aeroportuarias, porque sabemos que organizados se generar los avances". En cuanto a la posibilidad de concretar finalmente la idea de que Chile sea el Hub logístico Latinoamérica, la ejecutiva se declaró confiada y enfatizó que, sin duda, el país "tiene la capacidad y las condiciones para serlo. La clave es que tenemos que ir dando los pasos en este camino".

"Se busca el desarrollo de una plataforma logística nacional que preste servicios de primer nivel, para enfrentar problemas cada vez más complejos, y que tenga proyección internacional. Esto solo se logrará realizando un trabajo coordinado desde el mundo público, privado y la academia", recalcó Georgina Febré.

Finalmente, la Gerente de Transforma Logística aseguró que "lo que buscamos siempre es ir potenciando a la industria. Sabemos que no es fácil, pero sabemos también que se puede con el trabajo de todos".

UN PUNTO DE COORDINACIÓN

Uno de los objetivos que señaló Georgina Febré para este año fue la concreción del Instituto Tecnológico Logístico Nacional (ITLN) ¿En qué consiste esta iniciativa? El ITLN, cuya misión será proveer bienes públicos o bienes comunes para incrementar la eficiencia y sofisticación de las cadenas logísticas nacionales, facilitando la coordinación entre empresas, asociaciones, instituciones y autoridades que tienen relación con las cadenas productivas y su logística, así como con los territorios y el medio ambiente, surge como una plataforma de impulso para el desarrollo de la industria. LGT

SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE
UN 2018 DE NUEVOS DESAFÍOS

Ya estamos en la pista de este 2018 y listos para los nuevos desafíos que vienen. Y como parte de este desafío partiremos con nuevo directorio, se trata de un modelo de trabajo de nuestro SCCC que permitirá llevar la gestión integral de una asociación profesional sin fines de lucro, tanto desde el punto de vista contable y financiero como del seguimiento de proyectos y desarrollo de temas del Supply Chain. Este año además se quiere generar lazos de trabajo colaborativo con distintas asociaciones de otros países permitiendo conocer desde una mirada externa el desarrollo de la industria a nivel internacional.

Estas bases de trabajo se traducen en una estructura con Directores diferenciados, Director de Redes, Director Personas, Director Académico y Director Seminarios, de manera que estos avancen en forma paralela y coordinada dándole a cada una la prioridad que corresponda y con una estructura de apoyo en equipos de trabajo donde cada socio aporte con sus competencias e intereses en cada comité.

Basados en los 3 pilares, ACADÉMICO, SEMINARIO y PERSONAS nos permiten tener actividades que hacen que esta agrupación se mantenga activa y siempre receptora a los distintos ámbitos del Supply Chain de las diferentes industrias.

Así la propuesta de trabajo de este año viene directamente relacionada con nuestra misión como Council, como un "aporte concreto que promueva la colaboración y discusión en torno a temas de interés común".

Las aristas a trabajar en base a la nueva estructura son: en Educación foco en el desarrollo de diplomados y magister para instituciones educacionales de excelencia, en Seminario lograr dos eventos de formación durante el 2018 con temas atingentes a la industria y en Personas, foco en outplacement brindando soporte a nuestros socios en su desarrollo de carrera. Al abrir los temas, cada director y su equipo mantiene una mente abierta a la contingencia nacional e internacional de la industria logística e invitan a cada uno de los socios a convocar con sus intereses y capacidades en temas del Supply Chain.

Nueva estructura 2018:
Presidente: **Orlando Orellana**
Director Redes: Juan **Pablo Berrios**
Director Académico: **Patricio Duran**
Director Seminario: **Sebastián de la Vega**
Directora Personas: **Alba Rodríguez**

Queremos invitarle este nuevo año a una participación activa a través de nuestra página de LinkedIn o los invitarlos a visitarnos en nuestra página web www.supplychainchile.cl, contactarnos a través de nuestro email contacto@supplychainchile.cl para cualquier consulta y/o interés de postular a nuestra asociación.

Soluciones logísticas más eficientes

Aplicando hoy la tecnología de mañana

Diseños Logísticos ■ Ingeniería, Automatización y Equipos ■ Provisión e instalación de equipamiento ■ Mantención, servicio y soporte.

up-time

UP-TIME S.A.
El Coihue 4048, Vitacura, Santiago, Chile.
Mesa central +56 2 2940 2113
info@up-time.cl
www.up-time.cl

IATA SE PROPONE COMO OBJETIVO TRANSPORTAR MIL MILLONES DE PASAJEROS EN VUELOS CON BIOCOMBUSTIBLES EN 2025

En el décimo aniversario del primer vuelo con mezcla de combustible tradicional para la aviación y combustible de aviación sostenible (SAF, por sus siglas en inglés), la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) se ha propuesto como objetivo transportar mil millones de pasajeros en vuelos propulsados con SAF en 2025

"El impulso de los combustibles de aviación sostenibles es imparable. De un vuelo en 2008 pasamos a 100.000 vuelos en 2017, y esperamos que en 2020 la cifra alcance el millón. Pero eso es solo una gota en el océano comparado con el desafío de conseguir que mil millones de pasajeros viajen en vuelos con una mezcla de combustible tradicional y SAF en 2025.

Pero ell camino no será fácil, ya que se necesita que los gobiernos establezcan un marco que incentive la producción de SAF y haga tan atractiva su producción como la de los biocombustibles para automóviles", dijo Alexandre de Juniac, director general y CEO de IATA.

El impulso para extender el uso de SAF está marcado por el compromiso de la industria de aerolíneas de lograr un crecimiento neutro en carbono a partir de 2020 y reducir las emisiones netas de carbono en un 50% en comparación con 2005. Varias aerolíneas como Cathay Pacific, FedEx Express, JetBlue, Lufthansa, Qantas y United han realizado ya importantes inversiones mediante la compra anticipada de 1.500 millones de galones de SAF. Los aeropuertos de Oslo, Estocolmo, Brisbane y Los Ángeles han introducido SAF en el suministro general, y se prevé que en 2025 viajen 500 millones de pasajeros en vuelos con este tipo de combustible. Pero si los gobiernos se suman a este esfuerzo y establecen políticas eficaces que impulsen su producción, el número de pasajeros puede alcanzar los mil millones ese mismo año.

PARA LOGRAR ESTE OBJETIVO ES NECESARIO:

■ Hacer que los SAF sean tan competitivos como los biocombustibles en la industria automotriz a través de incentivos equivalentes o mayores ■ Facilitar préstamos con garantías y subvenciones para instalaciones de producción ■ Financiar las plantas de demostración de SAF, la investigación y desarrollo de la cadena de suministro ■ Políticas armonizadas de transporte y energía, coordinadas con los departamentos de agricultura y militares.

Ante las dudas sobre las credenciales medioambientales que han suscitado algunas fuentes de biocombustibles para el transporte terrestre, de Juniac enfatizó la determinación de la industria de garantizar el uso de fuentes exclusivamente sostenibles para sus combustibles alternativos.

"La industria de aerolíneas está unida y su objetivo es muy claro, jamás utilizará un combustible sostenible que altere el equilibrio ecológico del planeta o agote sus recursos naturales", añadió.

ALN AEROLATIN NEWS
An IATA publication

GS1 CHILE DESTACA A IMPORTANTES EMPRESAS

La velocidad con que ocurren los cambios hoy -un estadio que podríamos denominar como los albores de la revolución 4.0- hace imperiosa la reflexión en torno al rol que tienen en estos tiempos las empresas y organizaciones como GS1, considerando la diversidad de los cambios que están teniendo lugar en la producción, el comercio, el empleo, los servicios y los hábitos de consumo.

En este contexto, GS1 destacó a tres compañías que junto con usar los Estándares GS1, han impulsado innovaciones y tecnologías que han contribuido a integrar las necesidades de los distintos actores de nuestro país, trabajando en pos del objetivo principal que es lograr el bienestar de las personas.

En el caso del premio a la Trayectoria, se trata de un concepto de gran valor para nuestra organización, ya que el hecho de haber depositado tempranamente la confianza de la administración de los códigos únicos de sus productos a GS1 Chile, indica el nivel de compromiso de las empresas nacionales con el criterio internacional de la identificación que proporcionan los Estándares GS1. Es por eso que una compañía como Empresas Productos Torre -quienes están desde 1990 con GS1, es fiel representante de esta distinción, que fue recibida por Franco Brignaderllo, gerente de Marketing de la compañía.

En la categoría Emprendimiento, se decidió premiar a la Cooperativa Hidropónica de Quillagua -representada por su presidenta, Magdalena Nuñez- quienes recibieron esta distinción por su trabajo de superación incansable, el que sumado a la innovación y tecnología que aplican en sus procesos, ha favorecido con creces el progreso de la comunidad y ha contribuido a mejorar la vida de los que ahí viven, confiando en que sus productos con códigos de barras estándar GS1, tendrían mejor salida en el mercado nacional. Finalmente, en la categoría Innovación, el reconocimiento fue para The Not Company compañía que desde la aplicación de tecnología en los alimentos, ha revolucionado la industria alimenticia usando para ello inteligencia artificial, en pos del cuidado del medioambiente y el bienestar de los consumidores; yendo siempre a la par de la incorporación de Estándares GS1 en sus procesos y tecnologías aplicadas. El galardón fue recibido por Matías Muschnick, CEO de la empresa.

Cada una de estas compañías se ha incorporado con éxito a esta verdadera vorágine de la era digital. Nuestro desafío, es no quedarnos atrás de la tarea que estas empresas están realizando y potenciar el trabajo colaborativo, abordando distintos frentes de innovación e incorporando herramientas globales para uso de las empresas chilenas.

En este sentido, una de las reflexiones que cobra cada vez más fuerza: el requerimiento de innovar se ha hecho más urgente que nunca y es demandado por los distintos actores de la industria.

En este escenario, en GS1 Chile sabemos que la única forma de enfrentar estas demandas, es a partir de la excelencia en la implementación de soluciones y productos para los más diversos sectores. Incorporar estas nuevas tecnologías, nos permitirá mejorar la competitividad de nuestros negocios y empresas en beneficio de toda la comunidad.

AR RACKING ESTUVO PRESENTE EN INTRALOGISTICS Y LOGIMAT

AR Racking, compañía referente en el mercado europeo de sistemas de almacenaje, estuvo presente en la decimosexta edición de LogiMAT, (Stuttgart, Alemania, del 13 al 15 de marzo), considerada una de las mayores exposiciones intralogística de Europa; instancia donde expositores internacionales presentaron productos, sistemas y soluciones innovadoras para la racionalización rentabilidad del proceso logístico interno. La empresa además fue del Salón Internacional de la logística Intralogistics 2018 que se celebró en París del 20 al 23 de marzo.

En ambos eventos, referentes mundiales de la logística, AR Racking mostró las soluciones innovadoras y adaptables a cada tipología de empresa y con un alto desarrollo tecnológico fruto del I+D+i propio, y que le han permitido estar presente de forma creciente en el cada vez más exigente mercado germánico, a través de una extensa red de distribuidores y comerciales.

En Intralogistics, además, AR Racking mostró el funcionamiento de la solución semiautomática AR Shuttle, la solución de almacenaje de alta densidad diseñada para aprovechar al máximo el espacio y la altura disponible, minimizando los pasillos de trabajo de la carretilla garantizando así una mayor seguridad de los trabajadores reduciendo el número de incidencias en la manipulación de las cargas y en consecuencia, los costes de mantenimiento.

CENTRAL BODEGAS OBTIENE EL PRIMER HUMUS DE LOMBRIZ

Durante el mes de febrero, Central Bodegas hizo entrega a sus clientes del primer material orgánico, obtenido producto del compost de lombriz que la empresa viene desarrollando desde junio de 2017.

Este es un gran avance, ya que primeramente la empresa obtuvo un certificado de bioequivalencia a mediados de 2017, donde se indicaba que evitó la tala de gran cantidad de árboles, lo que se tradujo en la emisión de más oxígeno al planeta, evitó el consumo de más de 30 m3 de agua, entre otras cosas.

Sin duda esa noticia los alentó y apostaron por el compostaje, donde hoy tienen los primeros resultados: 4 litros de humus de lombriz que es un gran fertilizante orgánico para cualquier tipo de cultivo.

Este fue repartido entre todos los arrendatarios, ya que es un logro de todos quienes forman parte del centro de bodegaje Casas Viejas, gracias a los residuos orgánicos que juntaron en las composteras. El líquido de humus es muy rendidor, ya que bastan 10 cc por cada litro de agua. Sin duda, esta es una noticia que estimula a seguir en la senda del cuidado del medioambiente.

JLG LANZÓ NUEVO ELEVADOR ELÉCTRICO VERTICAL QUE SERÁ COMERCIALIZADO POR DERCOMAQ

JLG -que llegó a Chile el año pasado tras una alianza con DercoMaq- lanzó en el país un nuevo modelo de elevador eléctrico vertical, el que permite llegar a una gran altura en el movimiento de carga.

El nuevo modelo Order Picker 20MSP de JLG puede alcanzar una elevación de plataforma de casi 6 metros y una altura de trabajo de prácticamente 8 metros, lo que lo hace muy útil para operaciones de logística al interior de una bodega y en trabajos de mantenimiento.

"Este equipo está diseñado especialmente para labores del retail, en fábricas y en el área de transporte, como aeropuertos. Sus dimensiones compactas lo hacen especialmente eficaz en áreas, como la farmacéutica, que requieren alturas mayores y trasladar cargas pequeñas en espacios reducidos", resaltó el product manager de JLG en DercoMaq, Osvaldo Araya.

La plataforma del 20MSP soporta un peso de 180 kilos, tiene un radio de giro de cero grados y sus controles son muy precisos. Es de fácil maniobrabilidad y es muy seguro en la conducción, en un solo comando tipo joystick.

ESTRELLA SOLITARIA SERÁ PARTE DE LA FERIA INTERNACIONAL CEMAT

Entre el 23 y 27 abril próximo, Estrella Solitaria será parte de CEMAT, importante encuentro internacional de la industria logística. La empresa chilena contará con una participación en el stand de Boplan (stand C49); evento que será la antesala de su participación en Logistec Show 2018, el próximo 9 y 10 de mayo, considerado el evento más importante de la industria chilena.

De acuerdo Jorge Leiva, gerente comercial de Estrella Solitaria, catalogó su participación en el evento a efectuarse en la ciudad alemana de Hannover, como una "posibilidad para conocer las últimas tendencias del mercado de supply chain, buscar nuevas oportunidades de negocio y reunirnos con uno de nuestros principales partner como es Boplan". En cuanto a la oferta que de soluciones que los visitantes podrán encontrar en el stand de Boplan y Estrella Solitaria, Leiva afirmó que encontrarán todo "el lineup de productos Boplan, el cuál será muy similar a lo que expondremos en Logistec Show 2018, el próximo mes de mayo.

"Además tendremos algunos lanzamientos que combinan toda la tecnología de Boplan + IOT (internet of things) que son barreras inteligentes que te permiten tener estadísticas de golpes e identificación de zonas de riesgo, entre otros aspectos", recalcó el ejecutivo. En definitiva, el gerente comercial enfatizó en que la principal motivación de participar en eventos de esta envergadura es "entablar una relación con nuestros partners y clientes, como también la búsqueda de nuevos productos y servicios.

REVISTA Logistec [www.revistalogistec.com]

TE INVITA A:

ecommerceday SANTIAGO

Acelera tus ventas

Profesionalizando la gestión del Comercio Digital

10 de abril 2018 | Centro Parque

10° Edición

20% OFF

CÓDIGO Logistec20

eCommerce Institute de Latinoamérica al Mundo

CCS Cámara de Comercio de Santiago

ADQUIERE TUS ENTRADAS EN

www.ecommerceday.cl

Precio Entrada General

$ CLP 190.400 * IVA incluido | Socios CCS 40%

SPONSORS PLATINUM

amazon web services · CLOUDFLARE · CORREOSCHILE · empresas · emBlue · transbank. · VTEX

SPONSORS GOLD

BancoEstado · mercado libre · mercado pago · emailage · icommkt · ORBITVU · PRAGMA · SAP Hybris

Mayor información: fono 22360 7149

ecommerceday@ccs.cl

/ecommerceday

ZEBRA PRESENTA NUEVA LÍNEA DE IMPRESORAS INTELIGENTES

Zebra Technologies Corporation anunció su nueva generación de impresoras térmicas de escritorio. Las nuevas impresoras están habilitadas por el software Print DNA™, un paquete de aplicaciones, utilidades y herramientas especiales para desarrolladores.

Las nuevas impresoras de escritorio y transferencia térmica directa ZD420/ZD620, junto con el paquete de software Print DNA, componen un conjunto de soluciones que ayudan a las empresas a medir y analizar el estado y comportamiento de su gama de impresoras en tiempo real. Igualmente, esta nueva línea de impresoras de códigos de barras y software, ofrecen una experiencia de impresión superior a través de un mejor rendimiento, manejo remoto simplificado y fácil integración, así como máxima seguridad que protege sus conexiones y datos empresariales, gracias a su nueva aplicación, PrintSecure.

Tanto la impresora térmica ZD420 como la ZD620, están diseñadas para la facilidad de su uso y ofrecen, dentro de su categoría, la mejor velocidad de impresión, mientras mantienen una calidad de impresión superior para el ritmo que exigen los sectores de negocio tales como retail, salud y manufactura.

TASA CHILE PRESENTA SU PLAN DE NEGOCIOS PARA 2018

TASA Chile presenta su plan de negocios para el mercado logístico local en 2018. Con el soporte regional de Grupo Logístico TASA, la empresa proyecta ampliar sus operaciones de Warehousing, distribución y soluciones logísticas. TASA Chile administra más de 50.000 m2 de bodegas con operaciones de warehousing, cross docking e in-house, en las ciudades de Santiago, Concepción y Cabrero.

“Hemos tenido un muy buen 2017 y creemos que este año será mejor. Grupo TASA lleva más de 80 años de trayectoria en el mercado y TASA Chile es parte de la estrategia de expansión y regionalización de la oferta de servicios del grupo. Creemos que esa ventaja competitiva, sumada a nuestro expertise local, nos dará muy buenos resultados”, señaló Juan Pablo Severino, Gerente General de TASA Chile.

“El mercado chileno representa un punto geográfico estratégico en nuestro plan regional. Desde Grupo TASA aportaremos know how y trayectoria en el desarrollo de operaciones de logística a medida de grandes volúmenes para la industria en los rubros de consumo masivo, industrial, electrónica, entre otros”, agregó Facundo Casillas.

SLI TAMEGAL AUMENTA LA CAPACIDAD DE ALMACENAJE DE SUS CLIENTES CON SISTEMA DE RACK MEZZANINE

Con el fin de alinearse a las plataformas de e-commerce o fast fashion y responder a las crecientes demandas del mercado, SLI Tamegal presentó una solución de picking manual en Mezzanine que ayuda a las empresas a incrementar considerablemente su capacidad de almacenamiento y a enfrentar los pedidos cada vez más específicos de los clientes.

Para Gerardo Zamora, gerente comercial de la compañía, el almacenamiento es un factor que se ha visto impactado, al igual que otros procesos, por el disruptivo auge del e-commerce. “Hemos visto que las marcas de calzado y moda están apuntando sus procesos logísticos a las plataformas de e-commerce. En este sentido, el proceso de picking manual está tomando gran protagonismo”, aseguró el ejecutivo.

En esta línea, Zamora profundizó sobre el panorama actual del mercado. “En el último tiempo nos ha tocado realizar una gran cantidad de proyectos en la industria de la moda, en donde ya no existe solo la gran bodega de pallets, sino que también nichos de almacenaje en los que existe un SKU o código específico de un producto con las combinaciones de color y talla. Estamos hablando de picking en mini edificios de 3, 4 y 5 pisos dentro de la bodega en donde se deposita el producto a granel, para luego situarlo en cajas asociadas a su respectivo código, donde las personas realizan la preparación de pedidos circulando por pasillos”, detalló.

Frente a este escenario de la industria logística, SLI Tamegal desarrolló la solución Mezzanine en rack o en ángulo ranurado (ANRA), una estructura de almacenaje que permite proyectar el piso a alturas superiores y, en consecuencia, consigue incrementar los m2 disponibles en la bodega, siempre que la altura de los techos lo permita.

“Puede abarcar desde lo más simple, con piso de madera, hasta lo más complejo, con piso metálico y accesorios como escaleras, puertas de seguridad, pasamanos, rampas, etc. Por último, cuenta con una óptima combinación precio-calidad, versus sistemas más sofisticados o automáticos, y es capaz de complementarse óptimamente a la solución que requiera el cliente”, añadió el gerente comercial.

La solución de SLI Tamegal ha sido parte del proyecto que se realizó para el Grupo Inalen, que reúne a las marcas de ropa interior Triumph, Cotys, Palmers, Sloggi, entre muchas otras, en “donde aumentamos su capacidad de almacenaje, mediante el complemento de una nueva estructura a su rack antiguo (también implementado por nosotros).

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

DANCO NOVICIADO SE CONSTRUYE CON SISTEMA PREFABRICADO TENSOCRET

Con la finalidad de responder a las exigencias de los nuevos tiempos en materia de construcción de bodegas y los constantes requerimiento del mercado en cuanto a la calidad de los recintos de almacenaje, la empresa Danco decidió utilizar el sistema constructivo TENSOCRET como la alternativa para desarrollar su primera etapa de su nuevo Centro Danco Noviciado.

En la última década, el mercado de la construcción se ha visto afectado por factores como la escasez de mano de obra especializada, la presión por la disminución de costos y tiempos de construcción lo que ha generado cambios en cuanto al diseño de las construcciones. Si a lo anterior, se le suma la creciente demanda por bodegas de alto estándar del tipo centros de distribución, a través de parques logísticos en oposición a las antiguas bodegas que no tenían en su diseño la optimización de la operación logística configuran el escenario preciso para innovar y en Danco así lo asumieron.

"La utilización de elementos prefabricados en el 100% de la estructura de Danco Noviciado ofrece grandes ventajas para la productividad, eficiencia y seguridad del centro de distribución tanto en la etapa de construcción del proyecto – disminuyendo los tiempos de construcción y uso de mano de obra - así como para la etapa de operación del centro – ofreciendo la más alta resistencia al fuego en todos sus elementos estructurales sin incurrir en gastos recurrentes de mantención- " comenta Daniel Furman, Director Ejecutivo de Empresas Danco.

Un ahorro de hasta 60% del tiempo de construcción se genera gracias a la incorporación de materiales prefabricados. A este respecto, Diego Mellado, director de TENSOCRET, también destaca que "la ventaja principal de la prefabricación es la rapidez, lo que se transforma en un ahorro sustancial para los clientes

"Hoy en día frente a los nuevos requerimientos de logística y almacenamiento, el prefabricado es una solución ideal, ya que permite alcanzar grandes luces libres, superiores a 30 metros, lo que permite un funcionamiento libre muy expedito dentro del Centro de Distribución", detalló Mellado.

Asimismo, el ejecutivo de TENSOCRET destacó la calidad del producto prefabricado, resaltando la durabilidad y resistencia al fuego de la estructura de hormigón, que en el caso del prefabricado alcanza un nivel mayor al ser fabricado en el patrón de un proceso industrial, lográndose una obra gruesa estructural de altísima calidad.

El CD Danco Noviciado construido con estructura prefabricada TENSOCRET se ubica en la comuna de Lampa, cerca del aeropuerto Arturo Merino Benítez y destaca por ser un centro logístico para arriendo con 11 metros de altura a hombro, amplios patios de maniobra y el más alto índice andenes/m2 de bodega del mercado. El centro se encuentra en etapa de comercialización.

NEUMAMERICA ELIGE CYGNUS WMS PARA GESTIONAR SU CD INTEGRADO A SAP®

La compañía chilena NEUMAMERICA, especialista en la distribución de neumáticos, herramientas, ferretería y equipamiento, eligió implementar el sistema de gestión de almacenaje Cygnus WMS para gestionar su nuevo Centro de Distribución (CD), ubicado en Santiago.

Cygnus WMS permitirá a la empresa gestionar el almacenaje de productos de manera eficiente y óptima, incluyendo el control exacto de los inventarios, así como la gestión de lote, kits y número de serie de los productos. El sistema permitirá optimizar el espacio físico de almacenaje, y al mismo tiempo generar aumento de la productividad en todas las operaciones, brindando KPIs estándares que permiten monitorear procesos claves de la operación del nuevo CD de 7.000 m2 de superficie, en donde se gestionarán los productos de distintas empresas del grupo.

Cabe destacar, que la implementación será realizada integrando el WMS a SAP Business One®, a través de un Addon provisto junto con Cygnus, lo cual permite una sólida integración estándar, con óptimos tiempos de puesta en marcha.

MINDUGAR PRESENTA INNOVADORA ESTRATEGIA COMERCIAL PARA SUS CLIENTES

Con la convicción de consolidarse como una empresa de servicios, Mindugar diseñó una innovadora forma de comercializar sus soluciones, con la finalidad de acercar sus productos a todo el mercado nacional.

El origen de este proyecto nace de una necesidad aparente en la industria. Sebastián García, Gerente General de Mindugar, señaló –con respecto al origen de esta solución- que: "Nos desafiamos a resolver un problema recurrente que enfrentan aquellos que buscan convertir la logística de su empresa en un centro de beneficio y de valor agregado. Hemos visto que ha habido una tendencia a reducir la inversión en CAPEX, recurriendo por ejemplo a arriendos de grúas, camiones y bodega".

Asimismo, Garcia afirmó que con esta solución, "única en el mercado, estamos ofreciendo eliminar la fuerte inversión que significan los equipos de almacenaje y movimiento de materiales, convirtiéndola en una cuota mensual acorde al beneficio que perciba el usuario. Cumpliéndose el pago total de las cuotas definidas la solución pasa a ser propiedad del cliente".

El ejecutivo recalcó que esta propuesta nace luego de que la compañía se redefiniera como una empresa de servicio. "Ponemos al alcance de todos nuestros clientes el mejor producto con la mejor ingeniería y cumplimiento en los plazos de entrega de Chile."

MEGACONSULTING
ESPECIALISTAS EN LOGÍSTICA
RED MEGACENTRO

Diseño e implementación de Centros de Distribución
Asesoría en procesos de **SUPPLY CHAIN**

CONECTADOS CON EL MUNDO LOGÍSTICO

CONSULTORES CON AMPLIA EXPERIENCIA EN TERRENO

ROBUSTA METODOLOGÍA DE PROYECTOS

Diagnóstico, entrenamiento y estrategias de implementación de **Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP)**

Proyectos de **eficiencia** y mejora continua en **operaciones logísticas.**

Diagnóstico y mejoras en sistemas de **transporte y distribución.**

Evaluación y selección de ***Warehouse Management Systems (WMS)***

Evaluación y selección de tecnologías de ***Storage and Material Handling.***

megaconsulting@redmegacentro.cl
www.megaconsulting.cl

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

LI-ION technology

+56 2 2477 7100
jungheinrich.cl/li-ion

Li-ion te entrega la ventaja para llegar a la meta.

Tecnología Ion-Litio de Jungheinrich.

El alto rendimiento de las baterías Li-ion, por sobre las baterías tradicionales de ácido-plomo, te darán una ventaja tanto en la eficiencia de tu bodega como en la capacidad de movimiento de carga.

9 - 10 MAYO - EXPOSITOR LOGISTEC SHOW 2018 - ¡Visítanos en www.logistecshow.cl -

JUNGHEINRICH