

MEDIA PARTNER

Logistec

SUPPLY CHAIN & FULLFILMENT



MINI BODEGAS ALTERNATIVA PARA EL SECTOR ECOMMERCE Y PYMES

HUB LOGÍSTICO



LOGISTEC SHOW



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



SUPPLY CHAIN: AUTOMATIZACION DE PROCESOS LOGÍSTICOS
ECOMMERCE: ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO
EQUIPAMIENTO: PREDICIONES TECNOLÓGICAS
LOGÍSTICA: ROBO DE CAMIONES

LOGISTEC
EDICION
112
MAYO/JUNIO 2019



AMPLIACIÓN CENTRO LOGÍSTICO MEGACENTRO-ENEA

Av. Boulevard Poniente 900, Pudahuel

Centro de negocios orientado a **Bodegas de Alto Standard y Servicios Logísticos.**

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



PRÓXIMAMENTE CENTRO DE NEGOCIO MIRAFLORES III



Arriendo de bodegas con oficinas a la medida del cliente.

Amplia **variedad de formatos.**
Excelente conectividad.

Condominios cerrados con **guardias 24/7.**



AGUNSA almacén extraportuario inicia operaciones en San Antonio

Nuestro nuevo almacén extraportuario AEXSA acaba de abrir sus puertas donde usted podrá almacenar sus cargas de importación, exportación u otra destinación aduanera.

El más moderno y seguro de la V Región

- Recepción
- Almacenaje y despacho de contenedores y carga suelta
- Conexión y monitoreo de contenedores reefer
- Control de inventario
- Aforo e inspección
- Apoyo a clientes en tramitación documental
- Servicios complementarios
- Otros servicios.



contacto@aexsa.cl / +56 35 245 6800

www.aexsa.cl

¡PREPARADOS PARA UNA LOGÍSTICA 4.0!

La historia mundial económica y empresarial está llena de etapas que han sido bautizadas con extravagantes nombres. Revolución Industrial, la gran depresión, las diversas crisis financieras y económicas que han azotado a los mercados como la asiática o la subprime son solo algunos de los ejemplos que acapararon la atención de la industria, en sus distintas épocas.

El desarrollo de la industria logística también ha hecho gala de la creatividad de los analistas para nombrar sus etapas de cambio. La globalización de los mercados impulsó la importancia de la logística, luego fuimos testigos del posicionamiento de Supply Chain como concepto de industria; la logística 3.0, donde la automatización de los procesos fue la estrella. Hoy, de

para a la nueva década, el mercado Supply Chain está lleno de conceptos, donde la tecnología, las aplicaciones, el comercio electrónico, el nuevo consumidor, la globalización de los mercados y la automatización de los procesos son solo una parte de la nueva Logística 4.0.

En esta edición, fuimos testigos de la preocupación de distintos actores de la industria nacional por de los alcances y desafíos que significa asumir e implementar una Logística 4.0. Una de las principales preocupaciones está en el conocimiento, habilidades y capacidades del Recurso Humano.

La tecnología evoluciona con tal rapidez que la preocupación está puesta en cómo

los profesionales se van adaptando a esta nueva forma de hacer las cosas, que a su vez está generando una oportunidad para que los ejecutivos de la nueva cadena de suministro y logística puedan marcar diferencias, a través del conocimiento y preparación.

En LOGISTEC estamos convencidos de que la industria logística chilena seguirá creciendo y especializándose como una de las áreas de mayor desarrollo a nivel país. Los espacios para crecer están, hoy es tarea de los profesionales y empresas tomar el guante y asumir a la Logística 4.0 como el nuevo escenario, con reglas propias y desafíos, donde desenvolverse.



PUNTO DE VISTA
INFORME INDUSTRIA MHI

04

DÍA EN
KAYSER

26

LÍDERES
RODRIGO MONSALVE
CARLOS MELO
CHRISTIAN DE AMESTI

44
46
48

PROVEEDORES ESTRATÉGICOS
RED MEGACENTRO
ARRIMAQ
ALQUILA TU BODEGA
DERCOMAQ

50
52
62
64

PASIÓN DE LOGÍSTICOS
MAYORISTA ALVI

76

EMPRENDEDORES
MUVSMART

84

EVENTOS
ASOCIACIONES
LOGISNEWS

86
88
92

P10

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

10. MINIBODEGAS, MERCADO QUE CRECE
14. VIAJE A PROMAT, LECCIONES APRENDIDAS
18. AUTOMATIZACIÓN PROCESOS LOGÍSTICOS



P32

e-COMMERCE

32. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO
38. INDUSTRIA DEL DELIVERY
42. ECOMMERCE, LA RECONVERSIÓN DEL RETAIL



P54

EQUIPAMIENTO

54. CAPACITACIÓN DEL RRHH
58. PREDICCIONES TECNOLÓGICAS



P66

LOGÍSTICA

66. ROBO DE CAMIONES
72. EL PODER DEL CYBERDAY
80. CHINA V/S EE.UU.





LOGISTEC SHOW
CHILE | 2020
POWERED BY LOGISTEC MEDIA PARTNER

REVISTA
Logistec
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS



LA REVISTA #1
para los Logísticos de Chile

CENTRO DE RECURSOS | www.hublogistico.com

 www.jungheinrich.cl C4	 www.megacentro.cl C2	 www.mecalux.cl C3	 www.agunsa.cl 1
 www.bsf.cl 5	 www.emotrans.com 7	 www.eit.cl 9	 www.quadminds.com 13
 www.tw.cl 15	 www.tecsidel.com 21	 www.bodenorflexcenter.cl 23	 www.dercomaq.cl 25
 www.slimstock.cl 27	 www.symple.cl 29	 www.megaconsulting.cl 31	 www.mindugar.com 35
 www.ingrammicro.cl 37	 www.danco.cl 41	 www.ready2go.cl 43	 www.ar-racking.cl 45
 www.warehousing.cl 47	 www.arrimaq.com 49	 www.ventabodegas.cl 57	 www.refricentro.cl 59
 www.alquilatubodega.cl 69	 www.postgrados.uss.cl 71	 www.estrellasolitaria.cl 73	 www.valgreti.cl 75
 www.tattersall-maquinarías.cl 79	 www.centralbodegas.cl 81	 www.rackrental.cl 83	 www.americanlift.cl 87
 www.americaretail.com 89	 www.ifxnetworks.com 95		

AÑO 18 EDICION 112
303 EDITORIALES S.A.
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 420
Conchalí - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

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

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

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

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

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Supply Chain Council Chile

SCCC
Supply Chain Council Chile

SUSCRIPCIONES
mercedes.mura@revistalogistec.com

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

2019 INFORME ANUAL DE LA INDUSTRIA MHI. CADENA DE SUMINISTRO HA ELEVADO LA CONCIENCIA DIGITAL



EN LOS SEIS AÑOS QUE LLEVAMOS REALIZANDO ESTA ENCUESTA SOBRE INNOVACIONES RELACIONADAS A LA CADENA DE SUMINISTRO, UNA COSA SE HA VUELTO BASTANTE CLARA: ESTAMOS TRANSITANDO LA ERA DIGITAL EN LA SUPPLY CHAIN.



George W. Prest
Chief Executive Officer, MHI.



Descarga la versión original
escaneando el QR

Las tecnologías e innovaciones digitales continúan alimentando las crecientes expectativas de los clientes de un servicio mejor y más rápido, creando una presión implacable para que las cadenas de suministro se desempeñen de manera impecable, eficiente y transparente.

Solo una cadena de suministro digital que sea ágil, totalmente automatizada y de autoaprendizaje podrá satisfacer estas demandas, competir y prosperar en el futuro.

Un problema común a lo largo de los años ha sido la escasez de mano de obra en la cadena de suministro y la creciente necesidad de un conjunto de habilidades digitales por parte de sus actores. Las empresas continúan viéndose severamente obstaculizadas en

su capacidad para implementar tecnologías digitales debido a la escasez de trabajadores con las habilidades necesarias para ejecutarlas.

Al centrarse en el desarrollo del talento y aprovechar herramientas como automatización, robótica, computación en la nube, Internet of Things (IoT), análisis, aprendizaje automático y realidad aumentada, se puede crear una solución de cadena de suministro de extremo a extremo que sea adaptable, transparente y más inteligente que nunca.

Las compañías líderes no solo están reconociendo y aceptando esta nueva realidad digital, sino que están elevando su mentalidad de un estado de simple "conciencia" a un estado de "conciencia aguda", una mentalidad que les ayuda a identificar e implementar los cambios fundamentales necesarios para desen-

HAY MOMENTOS VALIOSOS
que mereces disfrutar **plenamente**

**confía en nosotros | 24/7 dedicados
a la seguridad en nuestras bodegas**



VIGILANCIA



CCTV



ACCESOS
CONTROLADOS



MÓVILES DE
SEGURIDAD

**BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO**

Desarrollando Espacios de Confianza



WWW.BSF.CL

volverse en la era digital e impulsar oportunidades para reducir costos, anticipar y administrar riesgos y crear una experiencia más centrada en el cliente.

Abrazar una mentalidad de cadena de suministro digital puede abrir las puertas a un mayor rendimiento y éxito ayudando a una organización a aprovechar las últimas tecnologías digitales para inspirar e impulsar la experimentación, el ingenio y la innovación.

NUEVAS PERSPECTIVAS

En el informe de la encuesta de este año, MHI y Deloitte Consulting están colaborando una vez más para generar claridad y conocimiento sobre las innovaciones de la cadena de suministro, y cómo adoptarlas. Los hallazgos en este informe se centran en los temas más importantes para los más de 1,000 líderes de la industria encuestados.

Los encuestados provienen de una amplia gama de industrias de fabricación y cadena de suministro, con la mitad de los cargos de nivel ejecutivo, como CEO, Vicepresidente, Gerente General o Jefe de Departamento. En tanto, las empresas participantes varían en tamaño desde pequeñas a grandes, con un 47% que indica ventas anuales que superan los \$ 100 millones y un 10% que indica ventas anuales de \$ 10 mil millones o más. Este informe se centra en la perspectiva de 3-5 años para las siguientes tecnologías clave de la Hoja de ruta actual: tecnologías que impulsan las cadenas de suministro de la próxima generación (NextGen) entre las que se cuentan:

- Inventario y herramientas de optimización de red
- Sensores e identificación automática
- Cloud computing y almacenamiento
- Robótica y automatización
- Análisis predictivo
- Tecnología usable y móvil
- Impresión 3d
- Vehículos con automoción y drones
- Internet de las cosas (añadido en 2017)
- Blockchain (añadido en 2018)
- Inteligencia Artificial (agregada en 2018).

AUMENTO DE LA CONCIENCIA DIGITAL EN LA SUPPLY CHAIN

Este año estamos introduciendo el concepto de "Conciencia Digital de la Cadena de Suministro" para describir los niveles de conciencia y madurez digital en las operaciones de la cadena de suministro. Nuestro objetivo es ayudar a las empresas a identificar dónde se encuentran en el viaje de la cadena de suministro digital y luego trazar un camino más claro para que sepan hacia donde deben ir.

El marco de la Conciencia Digital de la Cadena de Suministro permite a las empresas evaluarse a sí mismas en cinco categorías digitales y cuatro niveles de conciencia que se tratarán en este informe.

De acuerdo con los hallazgos de la encuesta de este año, el progreso y el interés en las innovaciones de la cadena de suministro de NextGen nunca han sido más altos ni más prometedores. En particular, la inteligencia artificial, que depende de muchas de las tecnologías de la encuesta como base, vio un gran salto en el impacto potencial. Adoptar estas importantes innovaciones y elevar la conciencia digital de la cadena

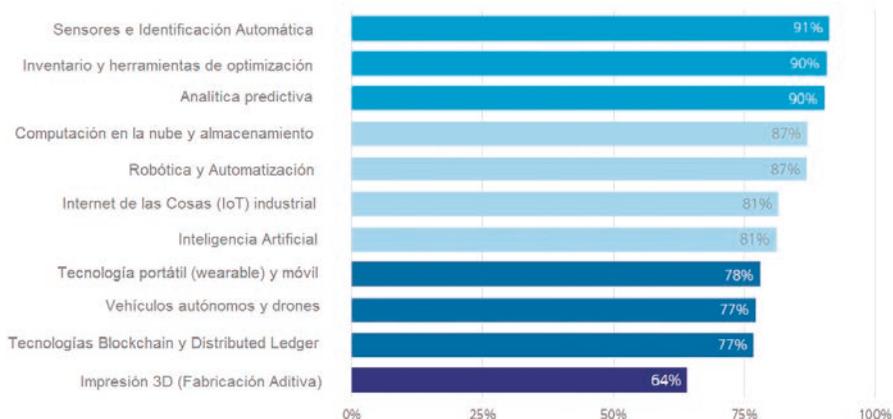
de suministro es esencial para competir de manera efectiva en una economía cada vez más digital. Sin embargo, el desafío es muy complejo y puede requerir un cambio organizativo significativo, junto con un aumento de la inversión.

Hoy en día, incluso las empresas más exitosas aún tienen dificultades para comprender cómo y cuándo adoptar innovaciones en la cadena de suministro digital. Retrasarse con la innovación digital en la cadena de suministro puede tener consecuencias desastrosas en este mundo cada vez más digital, por lo que es importante comenzar poco a poco, actuar con rapidez, aprender de los contratiempos y aprovechar rápidamente los éxitos. Este informe proporciona información práctica sobre cómo y por dónde empezar y brinda consejos y ejemplos del mundo real para ayudarlos a avanzar de manera más efectiva.

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA CADENA

Los resultados de la encuesta de este año muestran que la gran mayoría de los encuestados espera que estas tecnologías tengan un impacto sustancial en sus cade-

FIGURA 1: TECNOLOGÍA: PREDICCIÓN DEL IMPACTO EN LA SUPPLY CHAIN A 10 AÑOS

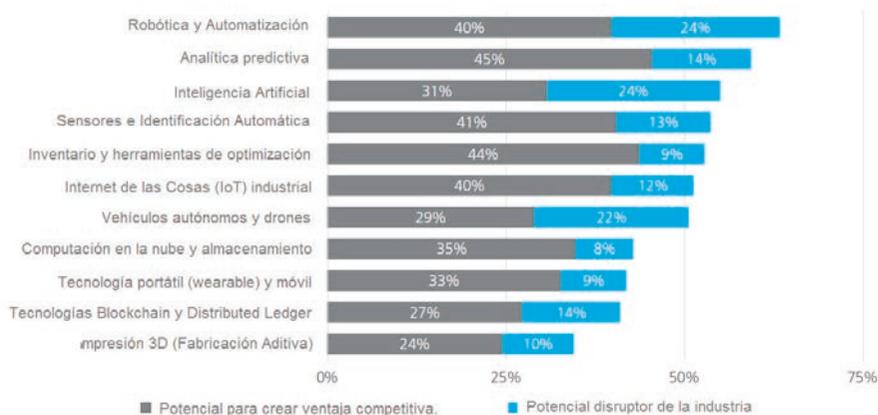


Fuente: 2019 MHI Annual Industry Report, Elevating Supply Chain Digital Consciousness, MHI

nas de suministro en los próximos 10 años (Figura 1). Además, los encuestados generalmente creen que la mayoría de estas innovaciones tienen el potencial de crear una ventaja competitiva duradera para las compañías que las adoptan (Figura 2).

62% de penetración en los próximos cinco años. La fuerza laboral y la demanda de los clientes siguen siendo desafíos clave. En la encuesta de este año, la contratación de trabajadores calificados se considera el mayor desafío, ya que el 65% de los en-

FIGURA 2:
TECNOLOGÍA: VENTAJAS COMPETITIVAS / POTENCIAL DISRUPTOR PARA LAS CADENAS DE SUMINISTRO



Fuente: 2019 Mhi Annual Industry Report. Elevating Supply Chain Digital Consciousness. MHI

NIVELES DE ADOPCIÓN

La computación en la nube y el almacenamiento tienen la tasa de adopción actual más alta, 56%, y se espera que la adopción de estas tecnologías crezca a 79% en los próximos dos años y en un 91% en los próximos cinco años.

Además, se prevé que la optimización del inventario y la red alcanzará una tasa de adopción del 75% en dos años, y del 90% en los próximos cinco (Figura 3).

Para los próximos cinco años, en tanto, se espera que el análisis predictivo alcance una tasa de adopción del 87%, seguido por Sensors con 86%, IoT con 80% y Wearables con un 73%.

En torno a las tecnologías Blockchain y la Inteligencia Artificial, que actualmente solo alcanzan el 10% y el 13% de adopción respectivamente, se espera que alcancen el

encuestados lo califica como extremadamente o muy difícil y el 91% lo califica como al menos algo desafiante. En este contexto, la importancia de la escasez de mano de obra en la cadena de suministro ha sido un resultado constante en los últimos cinco años de la encuesta y se ha analizado ampliamente en nuestros informes anteriores. Encontrar, contratar y retener talento probablemente continuará siendo lo más importante para los líderes de la cadena de suministro.

Otro tema continuo de los informes anteriores es el constante desafío de cara a las demandas de los clientes. A este respecto, los marcos y los enfoques de adopción digital destacados a lo largo de este informe pueden ayudar a las compañías a abordar estas crecientes expectativas de los clientes para un servicio mejor, más rápido y más eficiente.

Las operaciones de fabricación y de la cadena de suministro continúan invirtiendo fuertemente en innovación. El 57% de los encuestados planea nuevas inversiones en

EMO TRANS
Customized Global Logistics

3PL SOLUTION
SUCCESS BY PERFORMANCE

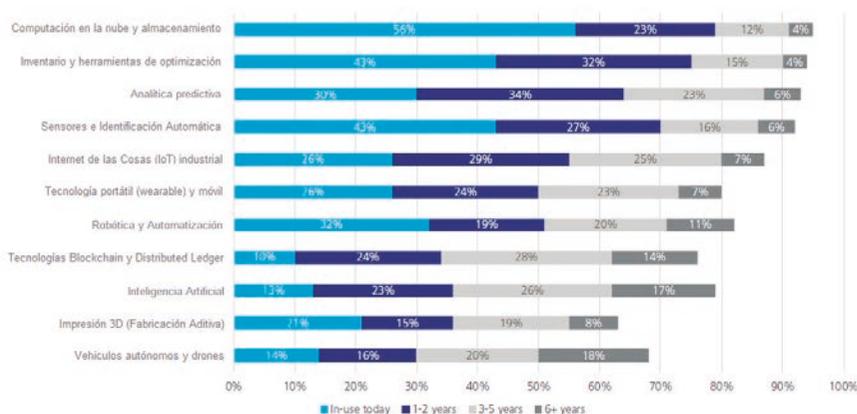


**THIRD
PARTY
LOGISTICS**

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

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

FIGURA 3:
TECNOLOGÍAS: TASAS DE ADOPCIÓN



Fuente: 2019 Mhi Annual Industry Report. Elevating Supply Chain Digital Consciousness. MHI

tecnología por un total de más de US\$1 millón de dólares en los próximos dos años, lo que representa un aumento del 10% respecto del informe de 2018. El 34% planea gastar más de US\$ 5 millones y el 22% planea gastar más de US\$ 10 millones. Según la encuesta, el mayor financiamiento será para robótica y automatización, un área donde las compañías planean gastar un promedio de US\$ 20 millones en los próximos dos años. En el otro extremo del espectro, las empresas solo esperan invertir un promedio de US\$ 10 millones en impresión 3D durante los próximos dos años. Los niveles de inversión planificados para las otras tecnologías varían de US\$ 10 millones a US\$ 14 millones.

Los resultados de la encuesta sugieren que la inversión en la innovación de la cadena de suministro se encuentra en un punto crítico de inflexión, con una tendencia a la disminución de la inversión de 2015 a 2018 que se ve contrarrestada por un aumento del 95% en el gasto proyectado para 2019.

PRESIONES EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO

Muchos de los consumidores de hoy exigen más a las empresas en términos de ciclos de servicio más cortos, menores cos-

tos, mayor transparencia y mayor responsabilidad corporativa. Con el tiempo, los consumidores esperan niveles de servicio sin precedentes, que van desde la entrega en el mismo día, el envío gratuito y hasta alertas en tiempo real sobre el estado y la ubicación de los artículos que han comprado. Estas expectativas se están propagando en todo el ecosistema de la cadena de suministro. Las propias organizaciones, orientadas al consumidor, exigen cada vez más velocidad, visibilidad y transparencia de sus propios socios de la cadena de suministro ascendente para satisfacer las crecientes expectativas del cliente final.

En respuesta, las empresas líderes están adoptando un enfoque más digital para los negocios. El uso de la innovación digital para mejorar la eficiencia de la cadena de suministro, la transparencia y la sostenibilidad se ha convertido en una necesidad para que continúe creciendo la base de clientes y mantener una posición competitiva.

La tecnología digital es ahora una parte integral de cada paso en la cadena de suministro, y es prácticamente imposible encontrar una empresa que no esté modificando su arquitectura técnica para que sea más digital.

ENVÍO GRATIS El concepto de envío gratuito ahora es tan ubicuo que se ha conver-

tido en una expectativa básica para muchos consumidores. Por supuesto, nada es verdaderamente libre. Para hacer que el envío sea "gratuito", las empresas económicamente viables están buscando constantemente métodos y tecnologías nuevas, pero efectivas para reducir los costos.

Los grandes proveedores de envío directo con bajos costos generales se están volviendo cada vez más ágiles, lo que les permite fallar rápidamente e innovar hasta que hayan desarrollado y fortalecido con éxito una oferta de nicho de mercado.

La implementación de innovaciones en la cadena de suministro y la puesta a prueba de nuevas tecnologías en un entorno de menor escala puede llevar mucho más tiempo, costar más y es posible que no ofrezcan el mismo nivel de beneficios que un gran proveedor de envío directo puede lograr. Un área en la que los proveedores de envíos directos sobresalen es su capacidad para adaptarse rápidamente a pedidos y devoluciones modificados. Muchos clientes en línea esperan que las devoluciones de productos sean sencillas e indoloras. Como tal, las compañías hoy en día deben tener una infraestructura robusta y una logística demostrada, tanto para comprar, como para devolver productos. Este entorno complejo y exigente hace que la promesa de envío gratuito sea una pesada carga para las empresas.

CONCIENCIA SOCIAL Y AMBIENTAL El aumento de la preocupación social y la conciencia acerca de dónde se obtienen los productos, y dónde terminan, está llevando a los consumidores a exigir más responsabilidad corporativa. Los consumidores con conciencia social y ambiental están cambiando sus hábitos de compra, alejándose de las empresas que no ofrecen una cadena de suministro sostenible y transparente.

El abastecimiento de materiales que son reciclados, reutilizados o considerados desde el punto de vista ambiental (de lugares que los consumidores consideran aceptables) se ha convertido en algo sumamente importante para atraer y retener a los con-

sumidores. A medida que aumenta la barra de sostenibilidad, la visibilidad de la cadena de suministro de extremo a extremo se hace cada vez más necesaria. Crear una cadena de suministro que pueda satisfacer estos requisitos requerirá un esfuerzo significativo. Además, las demandas generales de responsabilidad social corporativa crean la necesidad de que las empresas garanticen que las decisiones de abastecimiento ético no solo se toman internamente, sino que también se comunican externamente.

ESCASEZ DE TRABAJADORES CALIFICADOS

Para lograr la innovación y el crecimiento, las cadenas de suministro deben abordar el desafío de la reducción de la fuerza laboral calificada. Hoy en día, la cantidad de personas con las habilidades técnicas necesarias para cumplir efectivamente los roles de la

cadena de suministro está disminuyendo. Como tal, la capacidad de identificar, retener y desarrollar talento superior se ha convertido en algo crítico para el éxito.

La brecha de talento digital es particularmente desafiante para las organizaciones de la cadena de suministro, muchas de las cuales aún se encuentran en una etapa relativamente temprana de madurez. Según un estudio realizado por MIT Sloan y Deloitte, las organizaciones en las primeras etapas de la madurez digital se enfrentan a un problema del huevo y la gallina en el que tienen una gran necesidad de talento digital, pero su indecisión por adoptar una cultura digital las hace menos atractivas para tales talentos.

La tecnología innovadora a menudo se ve como una amenaza para los empleos existentes. Sin embargo, si bien es cierto que algunas de las nuevas tecnologías de la cadena de suministro, como la automatización y los robots, tienen el potencial de reemplazar a los trabajadores por tareas monó-

tonas y repetitivas, el objetivo más amplio es permitir que los trabajadores de la cadena de suministro cada vez más escasos centren sus esfuerzos en las actividades y las decisiones que son más valiosas y complejas. Dicho esto, una empresa debe tener mucho cuidado al comunicarse con su fuerza laboral existente sobre las innovaciones tecnológicas para evitar enviar el mensaje equivocado.

La adopción de las tecnologías de la cadena de suministro de NextGen requerirá una mayor necesidad de trabajadores calificados. Ya sea que eso requiera atraer nuevos talentos u ofrecer capacitación adicional a la fuerza laboral existente, la expansión de la base de habilidades de la compañía seguirá siendo una prioridad para el futuro previsible.



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

VELOCIDAD

para potenciar su negocio



En EIT Logística, nos apasiona potenciar el negocio de nuestros clientes mediante una **logística de excelencia, flexible y de rápida respuesta**. Esto es posible gracias a un equipo humano de primer nivel, tecnologías aplicadas y un alto know how operacional.



MINI BODEGAS. UN MERCADO QUE CRECE Y QUE SE ORIENTA AL SECTOR E-COMMERCE Y PYME

10

Actualmente, el arriendo de Mini Bodegas es considerado como una de las líneas de negocio de mayor crecimiento y dinamismo entre los actores del mercado de bodegaje a nivel nacional; realidad que se sustenta - según los expertos- en la creciente demanda de particulares y pequeños empresarios por espacios de almacenamiento - seguros, flexibles y económicos- para ser utilizados con fines domésticos (Self Storage) o comerciales.



Considerando los tipos de demanda que absorbe el actual mercado de Mini Bodegas en Chile (doméstico y comercial); cabe destacar que la evolución de la oferta para cada tipos de demanda ha estado marcada, principalmente, por cambios demográficos y urbanos que se han dado con fuerza esta última década en el país (en el caso del uso doméstico) y por el crecimiento exponencial que ha experimentado la microempresa y el sector Pyme en los últimos 5 años, en el caso de uso comercial.

Respecto al factor demográfico y urbano relacionado a la demanda de Mini Bodegas para uso doméstico, Diego Castillo Labbé, gerente del Área Industrial de Colliers International, explicó que una de las tendencias que se observa en el sector inmobiliario es la construcción de viviendas de menor superficie, lo que ha derivado en la necesidad –por parte de los propietarios- de arrendar espacios para el almacenaje de sus bienes. En este punto, Castillo sacó a colación las cifras publicadas en el último Reporte de Mercado Residencial -elaborado por Colliers International- que establece, por ejemplo, que en la Región Metropolitana la mayor oferta de vivienda está compuesta por departamentos bajo los 50 m². Agregando que “es una realidad que las personas están optando por vivir en departamentos pequeños, en ubicaciones centrales, donde una mini bodega es una solución práctica, segura y económica de almacenamiento.”

En lo relacionado a la demanda de Mini Bodegas para uso comercial, en tanto, Castillo sostuvo que ésta “es una tendencia muy utilizada por emprendedores que no han invertido aún en infraestructura para almacenar sus productos” y que ven en este tipo de oferta la oportunidad de satisfacer su necesidad de espacio a costos competitivos.

Ahora bien, en torno al concepto de Mini Bodegas resulta relevante establecer ciertos parámetros relacionados al enfoque

de la oferta de acuerdo a la demanda. En este punto podemos afirmar que la gran mayoría de los actores de este segmento brindan servicios a clientes ‘personas’ y empresas, con una oferta que se diferencia tanto por el metraje de las bodegas en arriendo como por el grado de especialización que se tenga respecto a uno u otro tipo de cliente, es decir, su enfoque. De ahí que aquellos interesados en el arriendo de este tipo de espacios deban tener en cuenta ambos factores antes de decidir entre uno u otro ‘oferente’ para alcanzar los mayores niveles de rentabilidad, sobre todo aquellos que están interesados en dar un uso comercial a la Mini Bodega.

Para ahondar más acerca de las características del actual mercado de Mini Bodegas en el país, Revista Logistec convocó a tres actores del mercado que ofrecen servicios para ambos segmentos, poniendo énfasis en la oferta que han diseñado para los clientes ‘empresa’ a nivel país. Nos referimos a Bodegas San Francisco, Mi bodega, empresa de la Red Mega Centro y Agunsa.

DE LA OFERTA Y SUS ALCANCES

En lo referido a la oferta actual del mercado Mini Bodegas en Chile, lo primero a decir es que – a nivel de metraje- el segmento Self Storage arrienda en promedio espacios que oscilan entre 1m² y 30 m² de almacenamiento; según una clasificación propuesta por la consultora GPS Property en su primer reporte de Minibodegaje en Chile. En tanto, los clientes ‘empresa’ arriendan en promedio un metraje mínimo de 10 m², pudiendo ampliarse hasta los 200 m², según sus requerimientos.

En torno a la oferta y a las características de los clientes del segmento empresa, específicamente, Carla Cancino, gerente de Mi Espacio, empresa perteneciente a Agunsa, comentó que éste es “un mercado en expansión que está dando que hablar en este minuto sobre todo por ser

muy redituables para aquellas Pymes y pequeños emprendimientos que tienen una latente necesidad de espacio, ya sea para guardar documentación, cargas de importación, muebles inventariados, entre otras mercancías”.

En esta línea, Cancino agregó que “lo que estos clientes buscan es flexibilidad para crecer o reducir el espacio de arriendo, según los requerimientos del negocio y un entorno seguro en el cual operar”. En este punto, la ejecutiva destacó el Know How logístico que Agunsa posee en materia de Almacenaje, lo que permite brindar un servicio sólido, flexible, con ubicación estratégica y a un bajo precio.

Y es que, según nuestros entrevistados, un cliente empresa requiere de ‘algo más’ que espacio modular y económico para alcanzar la rentabilidad deseada. En este punto, Matías Peró, gerente Comercial de BSF, empresa que actualmente ofrece servicios de arriendo de Mini Bodegas que parten desde los 25 m² hasta los 200 m², expresó que no basta con ofrecer un servicio de almacenaje flexible, “también es valioso brindar otras características a la oferta, tales como: la seguridad, servicios complementarios para el cliente, una ubicación estratégica y, por cierto, el Know How”, estimó Peró.

“En Chile, la oferta de Mini Bodegas es muy amplia y existe una línea muy difusa en torno a los servicios para personas y empresas. En nuestro caso, por ejemplo, esta línea de negocio está principalmente enfocada a las Pyme, e-Commerce emergentes o importadores pequeños que requieren espacio de almacenamiento. De hecho, más del 90% de nuestras Mini Bodegas son arrendadas por empresas y un margen mínimo se ocupa por clientes particulares”.

Cancino coincidió con lo señalado anteriormente y argumentando además que “almacenar en una empresa -que no solo se dedica al arriendo de mini bodegas, sino al almacenaje y distribución de grandes clientes con experiencia de años

y que conoce los factores relevantes de la industria- es determinante, ya que permite al cliente contar con un respaldo que se traduce en seguridad y confianza”.

A partir de dicha especialización, Peró sostuvo que “al tener un enfoque más industrial en materia de Mini Bodegas, “somos capaces de brindar un concepto de servicio diferente que integra aspectos como la seguridad, una ubicación estratégica y servicios complementarios como: el arriendo de equipamientos (racks) y maquinarias (grúas) que son altamente valorados por nuestros clientes.

Sin contar que las bodegas se encuentran emplazadas en centros logísticos de alto estándar que están especialmente diseñados –a nivel estructural y operativo- para la realización de actividades de descarga y movimiento de mercaderías. No es lo mismo operar en un pasillo estrecho, con tráfico constante de personas o vehículos de todo tipo, que operar en un recinto logístico”, manifestó el vocero de BSF.

DEL CONTRATO, LA FLEXIBILIDAD Y LAS RESTRICCIÓNES

En relación a lo expuesto, Julio Letelier, gerente Comercial de Mi Bodega, empresa perteneciente a Red Megacentro, coincidió en que a nivel de oferta, los clientes del segmento empresa aprecian entornos seguros con excelente conectividad y de alto estándar en materia de infraestructura.

“Mi Bodega ofrece módulos de almacenamiento independientes de estándar americano (mercado líder en el rubro), emplazadas en recintos de tipo industrial o comercial que integran no sólo la mejor tecnología en materia de seguridad, control de temperatura e higiene (aseo y control de plagas), sino también, un nivel de conectividad con los centros urbanos, características que nuestros clientes

aprecian y que nos ha consolidado en el segmento”. Al ser consultados acerca de aquello que los clientes ‘empresa’ más valoran en torno a la oferta del mercado de Mini Bodegas, los tres ejecutivos coincidieron en que la flexibilidad, el costo y la duración de los contratos son factores determinantes. Así, ofrecer al cliente la posibilidad de ampliar o reducir los espacios de almacenamiento de acuerdo a los requerimientos del negocio y brindar la opción de suscribir contratos ‘sin amarras’ y con tarifas competitivas es la tendencia.

En este punto, Matías Peró manifestó que “las empresas que buscan este tipo de servicios de almacenamiento generalmente tienen ciclos de mayor o menor demanda de espacio, por lo cual contar con la posibilidad de ampliar su capacidad de almacenamiento o reducirlo – de ser necesario- es muy relevante”. No obstante, el ejecutivo de BSF destacó que -en materia de flexibilidad- no sólo importa que el oferente tenga la disposición de ampliar o reducir espacios, sino que también debe contar con un nivel de infraestructura o capacidad instalada que le permita hacer frente a estos requerimientos.

Siempre en torno a la flexibilidad, Peró destacó que “contar con un oferente que conozca el mercado es también muy relevante, ya que muchas veces a estas Pymes o emprendimientos les es muy difícil estimar la cantidad de metros cuadrados que requerirán en etapas de mayor o menor flujo y es ahí donde agradecen contar con partners expertos, que pueden asesorarlos en esa materia; ayudándolos a determinar el nivel de almacenamiento que requerirán a futuro y a evitar mantener capacidad ociosa”.

A nivel de contratos, en tanto, el vocero de Mi Bodega destacó que “en la mayoría de los casos, este tipo de clientes busca establecer relaciones comerciales sin ataduras y con contratos flexibles que sean escalables en el tiempo. En este punto, Mi Bodega ofrece la posibilidad de arriendo de Mini Bodegas con una duración mínima de 1 mes, lo que es muy valorado por

este tipo de clientes y que en la mayoría de los casos se amplía. No obstante, la posibilidad de acceder a un servicio de alto estándar a un precio competitivo en un plazo mensual es un gran beneficio". En cuanto a las restricciones de almacenamiento que atañen al mercado de Mini Bodegas en Chile, éstas hacen referencia, principalmente, a mercaderías peligrosas que supongan un riesgo potencial para la población. Dichas mercancías y su almacenamiento está estrictamente normado en el DS. N°43 y actualmente no existe oferta de Minibodegaje para este tipo de sustancias. Otra categoría de productos que supone ciertas restricciones para el mercado de Mini Bodegas son los alimentos. En este punto, aquellos oferentes que permitan el almacenamiento de este tipo de mercancías deben contar con la respectiva autorización, emanada del Servicio de Salud Metropolitano.

Consultados respecto a las proyecciones del mercado de Minibodegas en Chile,

los expertos coincidieron en que, en la medida que el sector Pyme siga su curso de ascenso, la demanda por este tipo de espacios seguirá creciendo. El llamado entonces es hacia la entrega de servicios diferenciados para los clientes 'empresa' y a promover un servicio de calidad, seguro y rentable para este segmento.

"En lo relacionado al mercado de Mini Bodegas tenemos la convicción de que los clientes 'empresas' buscan un mix perfecto que integre calidad, flexibilidad, seguridad, conectividad y un costo adecuado; y podemos decir que somos capaces de entregar este mix perfecto hoy y de cara al futuro", aseguró Peró.

En la misma línea, el vocero de BSF enfatizó en la importancia de marcar la diferencia entre las ofertas de Mini Bodegas de acuerdo al tipo de demanda. "Hoy, existen empresas que ofrecen servicios de Mini Bodegas para ambos tipos de clientes sin hacer la diferenciación que estos

merecen en materia de servicios asociados. Por ello es relevante que aquellas empresas que requieren este tipo de servicio sepan que en el mercado existen oferentes especializados, capaces de brindarles un servicio de primer nivel y enfocados a hacer crecer su negocio".

Por su parte, Cancino manifestó que cada día son más los clientes 'empresa' del mercado Mini Bodegas que están concientizándose respecto a la importancia de contar con un partner con experiencia en materia de almacenamiento y logística y "Mi Espacio, reúne justamente ese concepto: entregar una oferta de Mini Bodegas flexible, con un servicio que integra calidad y seguridad; todo avalado por nuestra trayectoria en el área logística y distribución". ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistic.com
Sección: SCM | ALMACENAMIENTO

TODO EN UNA SOLA PLATAFORMA

QuadMinds
www.quadminds.com



Visibilidad de recorridos de agentes en terreno



Control de atenciones sobre teléfonos y telemetría (GPS)



Optimización de rutas



KPIs personalizados



PROMAT 2019

LECCIONES APRENDIDAS, TENDENCIAS Y DESAFÍOS QUE IMPONE LA INDUSTRIA 4.0

CERCA DE 50 MIL EJECUTIVOS DE LA CADENA LOGÍSTICA A NIVEL MUNDIAL SE DIERON CITA EN LA 34ª VERSIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL PROMAT 2019, CELEBRADA ENTRE EL 8 Y 11 DE ABRIL PASADO. PARA CONOCER MÁS ACERCA DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS Y LOS PRINCIPALES DESAFÍOS QUE SE VIENEN PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL, REVISTA LOGISTEC INVITÓ A 4 EJECUTIVOS NACIONALES QUE ASISTIERON A LA PRESTIGIOSA CITA INTERNACIONAL A CONTAR SU EXPERIENCIA.

Michigan que cada dos años se lleva a cabo la prestigiosa Feria Internacional ProMat que en abril pasado celebró su versión N° 34, batiendo records de asistencia y posicionándose como una de la más importante muestra tecnológica, de servicios, sistemas y networking para profesionales de la cadena de suministro.

En su versión 2019, la más grande en sus 34 años de historia, ProMat contó con más de 900 empresas expositoras, y la visita de cerca de 50 mil ejecutivos de la cadena de suministro y fabricación, entre los que se incluyeron tomadores de decisiones clave en prácticamente todas las industrias de fabricación y cadena de suministro a nivel mundial. De hecho, según datos aportados desde la organización del evento, el 82% de los asistentes tenía autoridad de compra y un 34% planea invertir, en los próximos 18 meses, en equipos y sistemas para su operación logística.

En esta línea, George Prest, CEO de MHI, empresa organizadora del evento, comentó al cierre del evento que “el éxito continuo de ProMat es prueba no solo de la solidez de nuestra industria, sino también de la activa búsqueda que están emprendiendo diferentes tomadores de decisiones en torno a las mejores soluciones para sus operaciones de fabricación y cadena de suministro”.

Al mismo tiempo, Prest manifestó que actualmente, “la inversión en la innovación para la Supply Chain se encuentra en un punto de inflexión crítico con una tendencia a la disminución de la inversión entre 2015 y 2018 que se ve contrarrestada por un aumento del 95% en el gasto proyectado para 2019”.

Ahora bien, teniendo en cuenta la naturaleza global del evento, cabe destacar que ProMat 2019 contó con la presencia de visitantes extranjeros, representantes de 145 países del globo, entre ellos Chile; algunos de los cuales relataron a Revista Logistec los aspectos más destacados de la muestra internacional; al tiempo que entregaron sus puntos de vista respecto a



Chicago (IL.), también denominada como “La ciudad de los Vientos” o “La Segunda Ciudad”, nombre que adquirió tras el Gran Incendio de 1871 que destruyó gran parte de su casco histórico; es mundialmente reconocida por su osada archi-

itectura y magníficos rascacielos; así como por su carácter cosmopolita y progresista que la ha llevado a consolidarse como un centro internacional de negocios y escenario de importantes ferias y encuentros tecnológicos y comerciales, relacionadas a diversas industrias, entre ellas, la logística. Es de hecho, a la vera del imponente lago



Somos el partner
logístico que buscas
para tu operación



comercial@tw.cl



22 389 1200



www.tw.cl

aquellos desafíos que la logística nacional debe enfrentar de cara al advenimiento de la denominada Industria 4.0.

OBJETIVOS A LA VISTA

Fortalecer alianzas con las marcas representadas, conocer y compartir estrategias; y estar al día con tendencias que se vienen para la cadena de suministro son algunos de los focos que los ejecutivos de Bodegas San Francisco, Mindugar, Estrella Solitaria y TW Logística, asistentes al evento, destacaron en torno a su decisión de asistir a ProMat 2019; coincidiendo en que este tipo de instancias representa una valiosa oportunidad para abrir la mente y explorar nuevas oportunidades de innovación para el sector logístico nacional.

En esta línea, Sebastián García, gerente Comercial de Mindugar, manifestó que “teníamos diferentes objetivos a cumplir con esta visita. El primero de ellos era consolidar nuestra relación con las marcas que representamos y realizar reuniones estratégicas con ellos, repasar el año que recién pasó y planificar acciones futuras.

Además, buscábamos conocer las novedades que existen a nivel de oferta para nuestros clientes y hacernos una idea del rumbo que está tomando la logística en países donde este rubro está más avanzado”. Consecuentemente, García comentó que aprovecharon esta instancia para “compartir con nuestros clientes una visita al Centro de Innovación de una de las marcas que representa en Chile para que pudieran ver in situ, las aplicaciones y alcances de los productos que ofrecemos y cómo éstos pueden servirles para resolver sus necesidades”.

Igual motivación describió, Jorge Leiva, gerente Comercial de Estrella Solitaria, respecto a la visita realizada, comentando que “este tipo de instancias nos permite fortalecer la relación con las marcas que representamos y nos da la oportunidad de conocer las nuevas tendencias y tecnolo-

gías que se están usando en los mercados logísticos de vanguardia, experiencia que podemos transmitir a nuestros clientes”.

En tanto, Alberto Fluxá, gerente General de Bodegas San Francisco, manifestó que “nuestra presencia en ProMat 2019 responde a la necesidad que tenemos como actor del sector logístico nacional y regional de estar al tanto de las principales tendencias del sector en materia tecnológica y de procesos, por lo cual, parte relevante de este viaje fue conocer operaciones de alto estándar de primera mano”. En esta línea, durante su estadía en Estados Unidos, los ejecutivos de BSF conocieron la operación de la internacional APL para su cliente Kellogg's y el Centro de Distribución de Amazon en Chicago experiencias que en palabras de Matías Perú, gerente Comercial de BSF, “fueron bastante interesantes y nos permiten tener una mirada más integral respecto a la implementación tecnológica y sus alcances operativos”.

Siempre en torno a los objetivos a concretar durante la visita a ProMat 2019, Ignacio Alcalde, gerente General de TW Logística comentó que “buscábamos interiorizarnos respecto de las últimas tendencias de la logística mundial en temas como: infraestructura e implementación tecnológica para la industria 3PL, y conocer cómo es que se están moviendo los procesos, principalmente en materia e-Commerce”. Por cierto, los ejecutivos de TWL también aprovecharon la ocasión para compartir con sus partners tecnológicos y visitar las instalaciones del Gigante e-Commerce: Amazon.

AUTOMATIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN INTELIGENTE

Al ser consultados respecto a las tendencias tecnológicas más destacadas en ProMat 2019, los ejecutivos coincidieron en que las soluciones de automatización y gestión para diversos procesos operativos al interior de los Centros de Distribución

fueron los más cotizados; destacando también las aplicaciones de Inteligencia Artificial (AI) en los procesos logísticos y el impacto del Internet de las Cosas (IoT) en el rubro; todos aspectos que hoy se encuentra en un punto de inflexión y cambio constante, a partir de los retos operativos que impone la 4ta Revolución Industrial que actualmente transitamos.

A partir de lo expuesto, los ejecutivos chilenos coincidieron en que si bien la implementación de tecnologías de automatización, robótica o digitalización se está instalando como una tendencia en alza para la industria logística, sobre todo en los mercados emergentes, la experiencia vivida en ProMat 2019, reafirma el hecho de que para lograr eficiencias en los procesos no es necesario automatizar todo. Lo realmente importante es automatizar de forma inteligente, utilizando las tecnologías en aquellos procesos donde aporten valor.

A este respecto, Sebastián García comentó que “durante nuestro recorrido, tuvimos la oportunidad de conocer, por ejemplo, soluciones para la toma de inventarios a partir de la utilización de drones, soluciones que son totalmente aplicables para nuestra realidad, pero que resultan muy innovadoras para ciertos actores nacionales que prefieren soluciones más tradicionales. El llamado entonces es a perder el miedo y abrirse a diferentes tecnologías que, aplicadas a un proceso específico pueden generar grandes niveles de eficiencia a la operación general”.

En esta línea, otro de los factores destacados por los ejecutivos, en materia de implementación tecnológica en la industria logística, tiene relación con la incipiente necesidad de contar con recurso humano calificado, capaz de relacionarse de forma eficiente con las diversas tecnologías que integrarán las cadenas de suministro en el futuro; una problemática que también se abordó en los seminarios que se desarrollaron durante el evento. Al respecto, Alberto Fluxá, manifestó que “como complemento a la visita a ProMat, tuvimos la

oportunidad de conocer la operación del Centro de Distribución de Amazon en Chicago; una experiencia muy interesante y sobre todo reveladora, considerando que, a pesar de que el volumen de pedidos que mueve este CD es inmenso, las operaciones de picking y preparación de pedidos se realizan de forma completamente manual, con un nivel de productividad y rapidez impresionantes. Así, las soluciones de automatización que integran van en apoyo a estas funciones con el objetivo de optimizar el rendimiento humano”.

Igual reflexión compartió, Ignacio Alcalde, quién también tuvo oportunidad de conocer la operación del gigante del e-Commerce mundial. “Quizás lo más impresionante es el nivel de especialización que se observa en los procesos manuales y cómo éstos se complementan con las implementaciones tecnológicas”, sostuvo el ejecutivo de TW, agregando que “es evidente que en este tipo de empresas existe una cultura de eficiencia muy notable, de la cual podemos aprender mucho, sobre todo en lo que se refiere a la preparación técnica de nuestro recurso humano; un factor en el cual Chile está al debe y que cada vez cobra más relevancia”.

Por su parte, Sebastián García sostuvo que “en general, asumimos que en industrias gigantes como la estadounidense o la europea, donde los volúmenes de mercadería o paquetes que se mueven son enormes, la implementación de tecnologías de automatización es profunda, de gran envergadura. No obstante, lo que pudimos ver y conocer, tanto en la feria como en las visita que realizamos a Amazon es que, para ser eficientes a nivel de procesos logísticos, no basta con automatizar, también es relevante el nivel de especialización de nuestro capital humano”.

En relación a esta relación simbiótica entre una implementación tecnológica exitosa y el “talento calificado”, García aseguró que actualmente, la pérdida de talento logístico en Chile “es brutal”. “Si consideramos, por ejemplo, que la mano de obra logística en Chile es cara, en comparación

con otros países de la región, como país deberíamos estar más interesados en usar ese recurso (humano) en actividades de mayor valor y dejar aquellas actividades de menor valor, como la toma de inventarios a las tecnologías.

No obstante, esto no ocurre y perdemos la oportunidad de generar talento calificado, lo que en el futuro será una problemática mayor. Lo cierto es que, desde ya necesitamos consolidar una fuerza de trabajo entrenada, calificada y multifacética, lo que también representa un enorme desafío para la academia y la industria en general” indicó García.

TAN LEJOS, TAN CERCA...

Consultados respecto a ¿qué tan preparada está la industria logística nacional a nivel tecnológico, operativo y de RR.HH. para afrontar los retos que impone la Industria 4.0? los ejecutivos indicaron que –a nivel general – Chile está bien posicionado, aunque aún quedan mitos por derribar.

A este respecto, Jorge Leiva, gerente Comercial de Estrella Solitaria, manifestó que “en los últimos años se ha avanzado mucho en la logística nacional con el desarrollo de CD automatizados y con la incorporación de tecnología en procesos críticos de la cadena de suministro. Todo ello ha llevado a nuestro país a transformarse en un referente en América Latina. No obstante, aún estamos muy rezagados respecto a los países desarrollados”.

Ahora bien, a nivel tecnológico, según Leiva “estamos en muy buen pie, considerando que tenemos gran acceso a tecnologías de mercados desarrollados a precios muy competitivos.

El desafío se encuentra en términos de RR.HH el capacitar para nuevas tecnologías, en que los distintos centros de educación (universidades, IP, CFT) adapten sus mallas curriculares a los cambios que

se vienen. Ese es un factor crítico de éxito para que el mercado se adapte a los nuevos tiempos”, afirmó.

Por su parte, Ignacio Alcalde manifestó que “como país estamos bien. Yo veo grandes empresas que tienen muy buenas implementaciones asociadas a su logística y desde ese punto de vista no creo que haya mucho que envidiar. No obstante, sí creo que hay un desafío mayor en empresas medianas y chicas, ahí hay un gap mayor de crecimiento en torno a la implementación tecnológica”.

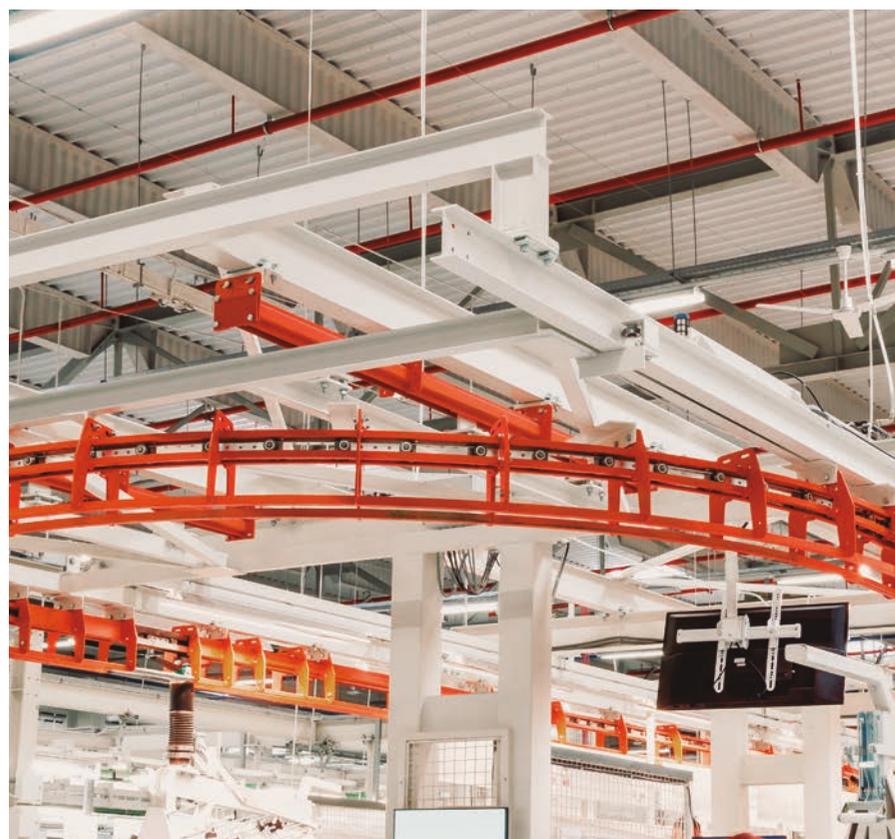
En tanto, en lo relativo a la especialización del recurso humano para la industria logística, Alberto Fluxá indicó que “este es quizás el principal desafío que debemos afrontar como país, considerando que aún nos falta mucho por lograr en materia de especialización técnica.

En el futuro necesitaremos mano de obra capacitada para el sector logístico y es hoy cuando estas personas deben capacitarse. Creo que las tecnologías no vendrán a reemplazar al trabajo humano en un 100%, al contrario, generará más empleo, pero uno más especializado y los que quieran subirse al carro de la industria 4.0 deben estar preparados para este escenario”.

A este respecto, Sebastián García comentó que “hoy se requieren operadores con distintas capacidades, lo que plantea desafíos a la academia en Chile para los futuros profesionales de la Supply Chain. Hoy en día, empresas como Falabella, ABCDin o Sodimac están en este proceso de automatización con tres soluciones distintas que requieren talentos distintos. ¿Cómo preparamos al profesional para que trabaje en cualquiera de estas realidades y sea un aporte real? Esa es el gran desafío que debemos afrontar”. ■

PROFESIONALES OPINAN REALIDAD NACIONAL DE LA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS LOGÍSTICOS

MEJORAR LA OPERACIÓN LOGÍSTICA EN EFICIENCIA Y COSTOS ES SIEMPRE UNA PREMISA EN LA INDUSTRIA CHILENA. EN ESTA LÍNEA, LAS EMPRESAS HAN DISEÑADO DIFERENTES CAMINOS PARA ALCANZAR DICHA EFICIENCIA, ESTRATEGIAS EN LAS CUALES LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA, LA MECANIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS SON FACTORES FUNDAMENTALES.



18

Para conocer más acerca de los actuales y futuros desafíos de la industria logística nacional en materia de automatización de procesos, Revista Logistec convocó a un grupo de profesionales del rubro, los que ahondaron en esta temática y entregaron interesantes conceptos, dignos de considerar... Veamos.

El recurso humano, la eficiencia operacional, exactitud en los procesos, optimizar costos y tiempos y mejorar el servicio son algunas de las razones que se ponen en la "licuadora" cuando se habla de automatizar procesos logísticos. Los motivos o razones que llevan a las empresas a iniciar la discusión o el análisis de incluir en sus procesos soluciones de automatización

son diversos y deben responder - en fondo y forma- a las particularidades de cada compañía.

Antes de analizar el fenómeno de la automatización en Chile, como herramienta para la eficiencia de los procesos logísticos, primero debemos hacer una breve retrospectiva. En esta línea, a partir de la década del '90 comenzamos a ser testigos de cómo las operaciones logísticas iban ganando mayor preponderancia al interior de las empresas; pasando de ser un departamento 'secundario', más bien oscuro dentro de la organización, a transformarse en un factor determinante para el éxito comercial de las compañías. Este cambio de enfoque, gradual si se quiere, fue tomando forma a partir de la apertura que experimentó el país hacia los mercados internacionales (entre otros factores).

Mientras Chile fortalecía su comercio exterior, a nivel mundial se asentaba el concepto de mercados 'globalizados' a partir del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Paralelamente, se masifica Internet y lo cambia todo; los mercados se atomizan, las fronteras se borran y para llegar más lejos y beneficiarse de este nuevo status quo, las empresas deben ser más eficientes. La logística surge entonces como un factor determinante.

Por cierto, el relato anterior nos lleva al escenario en que hoy transitamos, donde factores como el cambio en los hábitos de consumo de los clientes, tras la consolidación del comercio electrónico, la creciente demanda de los consumidores por un mejor servicio y la necesidad de las compañías de ser eficientes en materia de costos operativos, es pan de cada día. Frente a todos estos desafíos, la logística cobre un rol protagónico, puesto que -de su actividad- depende el éxito comercial, operativo y de servicio. Por supuesto, los equipos logísticos deben lograr aunar todos estos criterios, respetando siempre los parámetros de eficiencia y costos, un desafío en el cual la tecnología puede ser su mejor aliada o, en algunos casos, su peor enemiga.

De ahí que, siempre que se habla de implementaciones tecnológicas para el sector logístico se hace desde un espacio de cautela y gran precisión, sobre todo si se trata de implementar soluciones de auto-



Javier Bravo
Consultor en SCM
Moderador Logistec

matización en procesos claves al interior de los Centros de Distribución. En este punto, y en aras de tener a las tecnologías 'de nuestro lado', durante el proceso de evaluación para la implementación de este tipo de soluciones, es preciso responder a una serie de interrogantes, entre ellas: ¿Necesito automatizar?, ¿Qué debo automatizar?, ¿Cuándo debo hacerlo? ¿Cómo emprendo el proceso? ¿Cómo elijo a un proveedor de este tipo de soluciones? ¿Qué nivel de inversión requiero y cuanto demora el retorno de la misma?, entre otras. Como se aprecia, no es una decisión que deba tomarse a la ligera.

DE LA AUTOMATIZACIÓN EN CHILE

Teniendo en cuenta lo anterior, Revista Logistec convocó a un grupo de selectos profesionales de la logística nacional para conversar acerca de los procesos de automatización logística y la realidad chilena a este respecto.

En esta oportunidad, Simoné García, gerente de Supply Chain de Late!; Derek Bull, gerente de Logística de Kaufmann; Juan Carlos Muñoz, gerente de Supply Chain de Melón; Álvaro Gajardo, gerente de Logística Arcor, Roberto Becerra, subgerente de Logística de Head y Javier Bravo, consultor de Supply Chain, compartieron sus experiencias y analizaron el actual y futuro escenario de la automatización en Chile. "Ser competitivos". Esta premisa es, sin

lugar a dudas, un factor clave en el cambio que está experimentando la logística a nivel nacional. Es así como, al interior de las compañías existe el convencimiento de la necesidad de diferenciarse a través del nivel de servicio, ya que hoy en muchas empresas el producto se ha transformado en un commodity. En este cambio, la industria del Retail ha sido la punta de lanza. Es justamente esta industria la que ha impulsado el desarrollo de los primeros Centros de Distribución modernos en el país, las incorporaciones de tecnología en las áreas logísticas y el desarrollo de diferentes plataformas y aplicaciones para hacer más eficientes diferentes procesos. A partir de que el retail se atrevió, otras industrias tomaron la posta.



Derek Bull
Gerente de Logística
Kaufmann

En esta línea, Derek Bull comentó lo que ha significado para Kaufmann operar – hace tres años- en su nuevo y moderno CD, diseñado e implementado para responder a su leitmotiv: "Ser líderes en calidad y Servicio" en la industria automotriz. Con instalaciones y operaciones de primer nivel (cuyo costo rondó los 40 millones de dólares), esta importante empresa, líder en la comercialización de vehículos, repuestos y equipos inició un camino de éxito de la mano de la mecanización y automatización de sus procesos.

"Hemos hecho bastantes inversiones en materia de Software. En el CD de repuestos, donde empezamos a trabajar hace 3 años cambiamos de WMS y lo que hicimos fue que los procesos sean trazados dentro del software. La variedad de productos almacenados nos trae una complejidad que no está en la cantidad de transacciones, sino en la diversidad de SKU. Para enfrentar nuestra operación incorporamos un sistema de "mecanización", con un sistema de convoyes al centro que nos

permite derivar el producto a las zonas de picking. Con esto ganamos bastante a nivel operacional", detalló el ejecutivo.



Simoné García
Gerente de Supply Chain
Late!

El diseño de la operación en el CD de repuestos de Kaufmann apuntaba a soportar el crecimiento proyectado de la compañía. "Con las nuevas instalaciones y aplicaciones en esta zona aumentamos más del 30% la productividad y eso nos tiene contentos. La tasa de error, en nuestro caso, se mantiene casi igual a la que teníamos, porque aquí la clave está en la verificación del código de barra", explicó Bull.

"SABER CÓMO FUNCIONA LA OPERACIÓN Y QUÉ HAY QUE MEJORAR ES FUNDAMENTAL PARA UN PROYECTO DE AUTOMATIZACIÓN DE ESTE TIPO"

En torno a la modernización realizada por la compañía, Derek enfatizó en la importancia de planificar con tiempo y dedicación las distintas etapas de un proyecto de esta envergadura; con foco en el conocimiento que se tiene de la operación. "Saber cómo funciona la operación y qué hay que mejorar es fundamental para un proyecto de automatización de este tipo", explicó.

"En nuestro caso, una implementación de automatización full no es conveniente, porque requerimos flexibilidad para responder a pedidos de urgencia. La mitad de lo que despachamos a las 30 sucursales propias de Arica a Punta Arenas, a los 20 concesionarios y clientes grandes que

tenemos es para reponer stock de las subcursales y el otro 50% son pedidos calzados que caen durante el día (y que si se realizan antes de las 20 horas puede ser despachado durante el día)", detalló el gerente de logística de Kaufmann, para quien la flexibilidad de los sistemas es primordial para responder con calidad de servicio.



Alvaro Gajardo
Gerente Supply Chain
Grupo Arcor

Ahora bien, en relación a las razones que llevaron a la compañía a iniciar un proyecto de estas características, Bull sostuvo que "ya no teníamos instalaciones suficientes y teníamos stock tercerizado y con bodegas satélites", una situación que debía cambiar para obtener mayores eficiencias. A partir de este proyecto de modernización logística, explicó Bull, "podimos aumentar nuestros niveles de crecimiento. Además, este proyecto nos permitía incrementar nuestros niveles de servicio y responder a nuestros clientes de mejor forma".

ANALIZAR, ANALIZAR Y ANALIZAR

Lo que parece ser tan obvio es una de las principales dificultades que tienen las empresas al implementar tecnología de automatización en determinados procesos. Nos referimos al análisis previo en materia de automatización e implementación tecnológica. Y es que estar preparados para enfrentar las cosas que puedan suceder es la única forma de lograr una implementación exitosa, una marcha blanca adecuada y resultados redituables.

"A veces suenan súper obvio, pero todo lo que puedan pensar antes del proyecto es insuficiente. Planificar y pensar en todos

los factores que inciden en la operación es fundamental", indicó Bull, agregando que, "es impresionante la cantidad de cosas que pasan durante una implementación".

Según relató el ejecutivo de Kaufmann, el proyecto de automatización de su CD se emprendió con gran cautela. No obstante, el ejecutivo manifestó que hoy en día, las compañías se atreven más, debido a la aparición de tecnologías más flexibles y baratas, lo que las incentiva a sumarse a la tendencia. En esta línea, el Gerente de Logística de Kaufmann dijo estar convencido de que la automatización en la industria chilena irá en alza, no obstante, afirmó que aún falta avanzar en "información, datos, trazabilidad, informática, es decir, conocer qué está pasando en cada etapa. La información es lo más valioso para sentarse a diseñar este tipo de implementaciones y los procesos que se integrarán".

UNA MIRADA DE SERVICIO

En base a la experiencia contada por Derek Bull, los asistentes al encuentro fueron poniendo sobre la mesa, otras de las interrogantes que acechan a los equipos logísticos que desean adherirse a la tendencia. ¿Cómo convencer al directorio o gerencias de los efectos y beneficios de los procesos automatizados? ¿Cómo asumir el costo de la curva de aprendizaje? y ¿Qué tan clave es el correcto manejo de datos e información de procesos? son algunas de las interrogantes que salieron a la luz.



Juan Carlos Muñoz
Gerente de Supply Chain
Melón Empresas

Costo, resistencia al cambio y las prioridades de inversión de las empresas fueron algunos de los aspectos que los ejecutivos calificaron como barreras que "frenan"

los proyectos de mecanización y automatización al interior de las empresas. Todo pasa por tema de Visión Empresarial.

"En las empresas de consumo masivo muchas veces comienzan los procesos de automatización desde la planta productiva, porque la logística no es vista como un área que genera dinero. Un concepto completamente errado", comentó Álvaro Gajardo, gerente de logística de Arcor.



Roberto Becerra
Gerente de Logística
Head

Para el ejecutivo de Head, en tanto, una de las forma de presentar estos proyectos es verlo como un activo de la empresa. "Hay empresas en que les cuesta jugarla y poner dinero para estas inversiones. En ese escenario, un argumento interesante sería ver este tipo de inversiones como un Activo. Hoy el mundo de la automatización es más cercano, accesible y modular", comentó Becerra.

**"MIENTRAS NO SE
VEA A LA LOGÍSTICA
COMO UN ALIADO
ESTRATÉGICO QUE
TE PUEDE SIGNIFICAR
UNA VENTAJA
COMPETITIVA O UNA
DESVENTAJA ANTE
EL MERCADO, ESTOS
PROYECTOS SERÁN
SIEMPRE VISTOS
COMO UN GASTO".**

Con lo dicho, queda de manifiesto que la principal tarea de los equipos logísticos es justificar el costo de estos proyectos. Justificar desde un WMS hasta las más avanzadas herramientas tecnológicas es

muy difícil y más cuando la empresa tiene una mirada logística netamente operacional. En aquellas compañías en que Supply Chain tiene una mirada de servicio es un poco más fácil, porque finalmente es el nivel servicio lo que promueve el cambio, coincidieron los ejecutivos.

“En la medida en que la logística comienza a doler como parte del negocio; ahí se comienzan a realizar los cambios. En nuestro caso, luego de un cambio cultural a nivel de empresa, comenzamos a analizar los proyectos logísticos, porque eran una necesidad para el negocio”, expresó Juan Carlos. Por su parte, la gerente de Late! recalcó lo importante que es “el cambio cultural a nivel de empresa”, porque “mientras no se vea a la logística como un aliado estratégico que te puede significar una ventaja competitiva o una desventaja ante el mercado, estos proyectos serán siempre vistos como un gasto”. Desde esta lógica, Álvaro Gajardo reconoció la importancia que es la visión de

la logística que cada empresa tenga. “Lo cierto es que todos los proyectos se construyen de acuerdo a lo que requiere el negocio. En nuestro caso, por ejemplo, nos hemos enfocado en capturar la demanda, en cómo manejamos los stock’s y desde ahí hemos implementado tecnología”, agregó.

EL DESDE

“No hay que automatizar todo”, a partir de esta premisa, los ejecutivos coincidieron en que muchas veces, el solo hecho de disminuir el tiempo de traslado de un operario al interior de un CD en un proceso de picking genera optimizaciones y reduce los costos de forma significativa. Dicho ejemplo refleja que no se requieren grandes implementaciones para conseguir beneficios medibles. En esta línea, los entrevistados comentaron que hoy el mercado ofrece un sinfín de alternativas capaces de responder a las más diversas

necesidades operacionales de las empresas, en aras de la anhelada optimización y mejora de servicio. Existe entre los ejecutivos el consenso de que hay múltiples forma de ir incorporando optimizaciones a los procesos, donde la industria del software hoy ofrece muchas alternativas, dándole al área logística importantes oportunidades.

“El mercado se mueve rápidamente. Lo que hoy existe, mañana puede ser mejorado”, afirmó Muñoz, dejando entrever la importancia que tiene la flexibilidad de estas tecnologías. En cuanto a los costos, “éstos seguirán bajando, abriendo así oportunidades de cambio para diferentes actores”, aseguró el ejecutivo de Melón. Finalmente, los profesionales concordaron que una vez que los beneficios de automatizar –con grandes, medianos y pequeños proyectos- se comienzan a ver, las empresas empiezan un camino “tecnológico” sin retorno. ■

SU SOCIO EN GESTIÓN LOGÍSTICA

Supply Chain Planning

Gestión y Automatización de Almacén

Gestión de Patio y Transporte

Gestión de Depósito de Contenedores

Simulación de Operaciones

(+56)-2 2595 19 37

sistemas-logisticos@tecsidel.com



tecsidel
sistemas
logísticos

www.tecsidel.com

¡PLANIFICAR, PLANIFICAR Y PLANIFICAR!

LA ESTRATEGIA QUE PASÓ A SER EL AXIOMA DE LA SUPPLY CHAIN

PLANIFICAR ES LO ÚNICO QUE NOS PUEDE ENTREGAR CIERTA SEGURIDAD Y DISMINUIR, EN PARTE, LA INCERTIDUMBRE ANTE LOS SUCESOS SORPRESIVOS. ESTA LÓGICA, QUE TODOS EMPLEAMOS A NIVEL DOMÉSTICO ES UN VERDADERO AXIOMA PARA LOS ACTORES DE LA INDUSTRIA DE LA SUPPLY CHAIN, DONDE PLANIFICAR ES UN FACTOR DETERMINANTE, NO SÓLO DEBIDO AL INCREMENTO DE LOS FACTORES QUE COMPLEJIZAN UNA OPERACIÓN Y QUE REQUIEREN ATENCIÓN PREVIA; SINO TAMBIÉN, PORQUE ES EL FACTOR QUE MARCA LA DIFERENCIA ENTRE EL ÉXITO O EL FRACASO A NIVEL OPERATIVO.

Considerado por muchos como un arte, planificar implica múltiples aspectos; y en lo relacionado a la industria logística esta actividad asoma como la forma adecuada para lograr altos niveles de servicio y satisfacción del cliente, creando valor para al negocio de extremo a extremo. En este contexto, en el último tiempo los ejecutivos de la cadena de suministro ven a las herramientas de planificación como uno de los pocos recursos empresariales que les permiten entender el negocio de extremo a extremo.

Si se analiza, históricamente, la fabricación se centra en la planta, las compras se centran en proveedores, los ingenieros se centran en los equipos y los logísticos se centran en el movimiento de mercaderías y el almacenamiento. La planificación es, en cambio, única en su especie. De hecho, es la disciplina transversal, ya que sus ejecutores deben centrarse, conocer y evaluar cada uno de los aspectos, cada fase de forma integral.

**CUANDO UNA
MARIPOSA
BATE SUS ALAS**

De acuerdo al estudio "End-to-End Supply Chain Planning Framework and Key Concepts", elaborado por Global Supply Chain Institute, la planificación ha crecido en importancia y se ha acelerado como una prioridad clave, debido a tres grandes cambios en el panorama empresarial. Estos son:

1. Un aumento exponencial en la complejidad de la cadena de suministro.
2. La creación de nuevos procesos empresariales multifuncionales.
3. Un cambio en las demandas de los consumidores y los clientes.

Al desglosar el primero de los puntos señalados en el documento, se aprecia que la complejidad de la cadena de suministro ha aumentado exponencialmente en las últimas cuatro décadas. En este punto, el texto refiere que las empresas "se han visto obligadas a encontrar nuevas formas de crear eficiencia; ya que mientras aumenta la complejidad se paraliza la capacidad de respuesta de sus organizaciones".

Así las cosas, los expertos aseguran que la complejidad de las cadenas de suministro es inevitable en la economía moderna, debido a los niveles de globalización de los mercados que las hacen más extensas y vulnerables. Lo cierto es que hoy,

todo el proceso logístico es susceptible a cualquier estímulo –tanto interno como externo. De hecho, aspectos de carácter corporativo, económico, político y hasta culturales –por pequeños o amplios que sean - pueden redundar en la performance operativa de las organizaciones; aseveración que encuentra asidero en la aclamada teoría del caos, la cual propone que "una pequeña perturbación inicial, mediante un proceso de amplificación, puede generar un efecto considerable a medio y corto plazo" ¿Le suena conocido?

Frente a este escenario y considerando que las cadenas de suministros son estructuras dinámicas, vulnerables y en constante evolución, la planificación y las herramientas tecnológicas que aportan a esta disciplina ofrecen a las empresas la capacidad de mejorar la eficiencia de las mismas, compensando los impactos potenciales de menor y mayor complejidad. En torno al segundo de los puntos (procesos empresariales multifuncionales), cabe señalar que a medida que las cadenas de suministro se han vuelto más complejas, a la par se han ido buscando procesos que ayuden constantemente a mejorar dichas operaciones.

En este punto, los autores señalaron que "los procesos multifuncionales pueden ser extremadamente complejos, y con frecuencia abarcan todo lo relativo al negocio; frecuentemente, esto significa que los planes están diseñados por personas que tienen diferentes sistemas de recompensas, cultura, datos y liderazgo".

En este punto, según el texto, algunos procesos claves de planificación de negocios incluyen: Integración de demanda y suministro (DSI), Planificación de ventas y operaciones (S&OP), la Planificación de la introducción del producto (NPI) y la planificación comercial a largo plazo (LRBP). "Estos procesos requieren importantes habilidades e implican diversos factores para acceder a los datos, alinear funciones, y desplegar recursos multifuncionales contra planes de acción comunes. Debido a la complejidad y los niveles de

**AGRADECE
LA CONFIANZA**



NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCION DE CLASE MUNDIAL



BODEGAS - OFICINAS - CENTROS DE DISTRIBUCION

Av El Parque 1307 (Enea Poniente)
Pudahuel - Santiago.

Marcopolo 9038
Hualpén - Concepción.

Bernardino 1057
Puerto Montt.

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

 + 56 22530 8000  contacto@bodenorflexcenter.cl



WWW.BODENORFLEXCENTER.CL

coordinación y facilitación requeridos, las empresas han recurrido a herramientas de planificación altamente desarrolladas". En cuanto a las mejoras que se pueden lograr, el texto asegura que éstas pasan –por lo general- por la eliminación de residuos en las "costuras" de la organización, donde las funciones y los procesos se conectan, y de mejoras en la integración multifuncional, es decir, el desarrollo de prioridades comunes, objetivos, procesos, y planes de negocio.

Finalmente, como tercer factor se encuentra "el cambiante panorama del cliente / consumidor", que dice relación con el aumento de expectativas de los consumidores y cómo este punto ha aumentado la demanda de productos y servicios personalizados. Los cambios del cliente/ consumidor agregan nuevos tipos de canales de venta –tales como el comercio electrónico- y, por lo tanto, aumentan la complejidad de la planificación. En este punto, "los también llamados 'planificadores' se están convirtiendo en la mejor opción para que los ejecutivos de la cadena de suministro minimicen los impactos de las cambiantes demandas de los clientes / consumidores", señala el texto.

Como se aprecia, a medida que crece el dinamismo del entorno, debido a las condiciones mencionadas y a otras que escapan al análisis, la importancia de la planificación de la cadena de suministro y el protagonismo de las herramientas para el desarrollo de esta tarea se intensifican.

¡PLANIFICAR IMPORTA!

Sin embargo, cabe preguntarse si hoy las empresas han dado real relevancia a los procesos de planificación.

En este punto, cabe destacar que las organizaciones trabajan en esta estrategia, principalmente a través de la implementación de mejoras en sistemas de información, desarrollo de planificadores de la cadena de suministro, y construyendo

sistemas y procesos de planificación robustos. No obstante, la complejidad del negocio no solo afecta el ritmo del cambio, sino también, el alcance de actividades que hay que gestionar.

Como ejemplo de lo anterior tenemos que, hoy las crecientes demandas de los clientes del canal online, en torno a servicios de entrega más rápidos y personalizados, han forzado a las organizaciones a reorganizar los sistemas logísticos de distribución, maximizándose en este escenario la importancia de una de las etapas del proceso logístico: la "Última Milla".

LOS PROCESOS DE PLANIFICACIÓN TIENEN COMO OBJETIVO OPTIMIZAR EL VALOR TOTAL AL CUMPLIR O EXCEDER LOS REQUERIMIENTOS DEL CONSUMIDOR Y DEL CLIENTE

Considerando lo dicho, se entiende que hoy los líderes empresariales están priorizando la mejora en procesos multifuncionales (o la creación de tales procesos si están ausentes) a partir de herramientas como: DSI / S & OP, NPI, y LRBP, los que pasan a ser bloques de construcción importantes para alcanzar los objetivos corporativos.

No obstante, desafortunadamente el personal con las habilidades y la mentalidad adecuada para tener éxito en este complejo esquema son escasos y hay que cultivarlo. De ahí que el viaje hacia la mejora en la orquestación de las cadenas de suministro para cumplir con la promesa hecha al cliente y optimizar los procesos de principio a fin sea un reto permanente en el cual, las herramientas de planificación de la cadena de suministro son verdaderamente "los cerebros del cuerpo organizativo".

CON EL FIN EN MENTE

Los procesos de planificación tienen como objetivo optimizar el valor total al cumplir o exceder los requerimientos del consumidor y del cliente. Los sistemas de planificación exitosos "mantienen en mente final del proceso", dicen los expertos. Estos requisitos se determinan mejor si son externos a la organización, "a través de los ojos del consumidor /cliente".

Así, tener al consumidor y al Cliente en la parte superior del modelo de proceso de planificación nos recuerda que, no importa ¿Qué tan eficiente es el proceso de planificación? Solo es efectivo si cumple con los requisitos del negocio. Por cierto, el segundo elemento en la parte superior del sistema de planificación es la demanda / oferta.

Considerando lo dicho, hoy es una realidad que los días de la gestión de la cadena de suministro utilizando Excel han terminado. De hecho, actualmente, la planificación utiliza potentes sistemas de información para gestionar actividades complejas. En esta dinámica, los planificadores deben gestionar los planes de suministro como un sistema, aprovechando las herramientas / procesos de planificación para optimizar los resultados. Finalmente, los planificadores deben tomar decisiones sabias sobre las estrategias operativas de la cadena de suministro para ofrecer costos y servicios competitivos, de manera efectiva. En este entramado, el seguimiento es un elemento clave para determinar los mejores sistemas de planificación de la cadena de suministro que se utilizarán.

Con todo, es posible afirmar que la planificación es, hoy por hoy, un proceso ineludible y la implementación de tecnologías para su desarrollo es esencial. Por cierto, conocer la oferta y alcances de estas herramientas es un paso crítico para una elección acorde a las necesidades del negocio. ■



Para la logística Un equipo especialista



Todos los movimientos de tu empresa, están bien pensados con DercoMaq.

En Still y junto a DercoMaq, desarrollamos soluciones integrales para el almacenaje con proyectos a la medida de cada cliente, anticipándonos a sus requerimientos y diseñando en conjunto sus espacios, con productos de calidad alemana de máxima seguridad y asesorías en la automatización de sus procesos.



Li-Ion
BATERÍAS DE LITIO



ORIGEN
ALEMANIA



*Fotografías referenciales.



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

f /DercoMaq

600 786 1000

dercomaq.cl
stillchile.cl





HACE DOS AÑOS QUE INCURSIONARON EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y YA COMIENZAN A DISFRUTAR DE LOS FRUTOS DE ESTE EXITOSO TRABAJO. CON BUENOS INDICADORES LOGÍSTICOS, UN POSICIONAMIENTO DE MARCA ADECUADO, UN CONSTANTE INCREMENTO DE VENTAS ONLINE Y EL RECONOCIMIENTO COMO “MEJOR E-COMMERCE DE MODA & BELLEZA 2019”, KAYSER ES HOY COMO UN CASO DE ÉXITO DIGNO DE CONOCER.

cobra cada vez mayor importancia. Eso bien lo sabe la compañía de lencería chilena Kayser que tras dos años de operación online ha alcanzado niveles operativos de alto estándar, que la han llevado a adjudicarse el reconocimiento como “Mejor e-Commerce del Moda y Belleza”, durante la última versión del prestigioso e-Commerce Day Santiago 2019.

26

KAYSER: MODERNIZACIÓN LOGÍSTICA Y TECNOLOGÍA HAN SIDO LAS CLAVES PARA OPERAR CON ÉXITO EN EL MUNDO ONLINE

¿Qué hay tras un click de compra? En un mundo donde el comercio electrónico es cada vez más importante –en cuanto a números de transacciones, montos de compras y empresas enfocadas en el desarrollo de este canal- todo lo que está tras esta acción

Para conocer cómo opera la logística de esta destacada compañía nacional nos trasladamos a la comuna de Renca, donde se encuentran emplazadas sus instalaciones, dispuestos a dilucidar las claves de su éxito operativo en el canal online.

Con más de 40 años en el mercado chileno, Kayser goza –en el imaginario colectivo- de gran prestigio, principalmente debido a la calidad de sus productos y sus altos niveles de servicio en el canal offline, en el cual mantiene una saludable participación, a través de las 70 tiendas que la marca opera en Chile y con presencia en las principales cadenas de retail del país. El éxito comercial alcanzado por Kayser en sus 4 dé-

cadadas de historia es francamente arrollador, si consideramos además que la marca hoy cuenta con presencia comercial en 120 países, logro que se enmarca en un ambicioso proyecto emprendido por la compañía, denominado "Kayser Internacional", plan que busca expandir la presencia comercial de la empresa en mercados mundiales como Estados Unidos, Latinoamérica y Europa.

EL NUEVO KAYSER

Al poco andar, Kayser se posicionó como una de las empresas más sólidas del país, gracias a un modelo de venta presencial asistida y productos de altísima calidad, características que le permitieron alcanzar –rápidamente– un alto nivel de prestigio y cercanía entre los consumidores nacionales. En la medida que el rubro de la lencería fue adquiriendo mayor notoriedad y competitividad, con la entrada de nuevos actores al mercado y una explosiva y atractiva oferta online, Kayser entró en un proceso de introspección que los llevó a evaluar nuevas estrategias comerciales y a considerar la apertura de nuevos canales de venta. Nació así lo que los ejecutivos han denominado "El Nuevo Kayser".

Dicha transformación, que empezó a tomar forma hace cinco años, se inició con la reestructuración de la compañía a nivel comercial, de marketing y, por supuesto, a nivel logístico; a partir de la generación de grandes cambios y ambiciosos proyectos que buscaban desarrollar el canal online sin dejar de lado o debilitar el modelo de venta presencial.

En este contexto, uno de los primeros desafíos era consolidar una estructura operativa que les permitiera hacer frente al desafío de venta virtual en un mercado altamente complejo, como lo es la moda, y con una categoría de producto aún más desafiante: la lencería, donde aspectos como la calidad y variedad de

la oferta, la complejidad de las tallas y calces son factores a abordar. Surgía así el primer gran desafío: motivar a los clientes a comprar de forma remota un producto complejo que tradicionalmente necesita ser tocado, probado y aprobado de forma presencial. No obstante, Kayser superó el desafío con gran éxito, principalmente gracias a que mantuvieron incólumes dos aspectos característicos de su oferta: la calidad y el servicio. De hecho, actualmente un 18% de los clientes que adquieren un producto Kayser, a través del canal online vuelven a comprar. En cierta forma, este número es reflejo –entre otras cosas– de la confianza que los consumidores tienen en la marca y en el servicio que entregan; ambos factores estrechamente relacionados a los logros que han alcanzado a nivel logístico.

Pero no solo esa cifra nos muestra el buen momento que vive la compañía en su prematuro pero exitoso canal online, ya que –como comentamos en líneas precedentes– durante el pasado e-Commerce Day Santiago 2019, "Kayser Shop" fue reconocido como el "Mejor e-Commerce de Moda & Belleza" del país.

Con este galardón en la mano, Ignacio Nazal, Gerente Comercial y de Omnicanalidad; Juan Echeverría, Gerente de Operaciones y Ronny Groisman, Gerente de Innovación de Kayser, iniciaron junto a nosotros un ameno recorrido que nos llevaría a conocer más acerca de la operación que desarrollan, los pilares que han sustentado el éxito de la empresa y sus próximos desafíos a emprender, donde alcanzar la omnicanalidad asoma como el principal reto.

PREPARANDO LA CASA

10:00 Hrs. Actualmente las instalaciones operativas de Kayser se ubican en el sector de Miraflores, prominente zona industrial y logística de la comuna de Renca.

EXPERTOS EN OPTIMIZACIÓN DE INVENTARIO

¿Le gustaría maximizar la rentabilidad de su negocio?



- 50%

MENOS QUIEBRES DE STOCK



+ 5%

INCREMENTO EN LAS VENTAS



- 30%

REDUCCIÓN DE INVENTARIO



- 30%

DISMINUCIÓN DE MERMAS



slimstock.cl
562 2760 3133
info@slimstock.cl

Av. Suecia 0155, oficina 401
Providencia, Santiago



Al arribar al Centro de Distribución nos encontramos con una infraestructura moderna y ordenada, donde resalta una tienda y su edificio corporativo, cuyo pacífico entorno no refleja el vertiginoso mundo que se vive tras sus puertas.

Adjunto al edificio corporativo se emplaza el Centro de Distribución desde donde la empresa abastece a sus 70 tiendas, al e-Commerce, al Retail y también a sus promotoras por catálogo. Ignacio Nazal abre la conversación y asegura que todo lo que realiza Kayser hoy es "gracias a un proceso de modernización", emprendido por la empresa hace aproximadamente 5 años; proceso en el cual, la puesta en marcha del Centro de Distribución -inaugurado el segundo semestre de 2017- era una de las principales claves.

"Anteriormente, la empresa operaba desde la comuna de Santiago. Teníamos en calle General Gana un edificio que no

nos permitía tener un buen flujo logístico de productos, con almacenamiento en distintos pisos", comentó Echeverría. No obstante, "para responder a los desafíos que teníamos en mente, necesitábamos implementar un nuevo Centro", explicó el ejecutivo, con lo cual la inició el diseño de un ambicioso proyecto de modernización logística, que tendría como foco el desarrollo de nuevas instalaciones, la configuración de un layout óptimo y la incorporación de tecnologías.

10:30 Hrs. Ya instalados en esta nueva casa, Kayser comenzó a vivir una nueva era. Una etapa donde -según los ejecutivos- el cliente está en el centro de todo. "Estamos convencidos de que la experiencia del cliente es lo fundamental y, en esa dinámica, la logística es lo primordial, porque es lo que hoy mueve nuestro negocio. Es lo que nos permite responder a nuestros clientes y por eso estamos conscientes de la importancia que tie-

ne", afirmó Ignacio Nazal. "En algún momento nos vimos superados en términos logísticos. Nuestros clientes internos y externos se veían sobrepasados por la capacidad de despacho que teníamos y ahí surgió la necesidad de salir a buscar la tecnología, los conocimientos y los mecanismos que nos permitieran ser más eficientes.

"ESTE ES UN CD HECHO A LA MEDIDA DE KAYSER, DESDE DONDE MANEJAMOS 600 MIL UNIDADES PROMEDIO MENSUAL, AUNQUE ESTÁ HABILITADO PARA EL DOBLE DE ESA CAPACIDAD"

Estábamos convencidos de que si queríamos atender mejor a nuestros clientes debíamos ser eficientes, a través de la mejora de los procesos de modo integral y de un cambio de cultura de trabajo; y así lo hemos hecho", comentó el gerente de Operaciones de Kayser.

LA OPERACIÓN

10:45 Hrs. En cuanto al desarrollo que han experimentado en el ámbito logístico, el gerente de Operaciones de la compañía reconoció que la realidad que vive hoy es muy diferente a la de unos años atrás, donde "estábamos muy atrasados. Poníamos un producto en la tienda y se vendía, eso era lo que veíamos. Hoy, creemos que no tenemos nada que envidiar a otras empresas".

En términos estructurales, el Centro de Distribución de Kayser se encuentra emplazado en un terreno que supera los 20 mil m², donde además se encuentran las oficinas corporativas de la marca y una tienda. "Específicamente,

el Centro de Distribución cuenta con una superficie total de 12 mil m2, y posee una capacidad operativa de 14 mil m2 gracias a la incorporación de altillo”, explicó Echeverría, agregando que “este es un CD hecho a la medida de Kayser, desde donde manejamos 600 mil unidades promedio mensual, aunque está habilitado para el doble de esa capacidad”.

Los ejecutivos coincidieron en que una eficiencia logística es el único factor que entrega, hoy por hoy, una ventaja en términos de nivel de servicio y a la larga eso redundará en mejor posicionamiento en el mercado y percepción de marca. No obstante, para obtener dicha eficiencia debes tener un proceso muy bien aceitado.

En este contexto, los profesionales explicaron que el flujo operativo de Kayser se basa en 4 pasos o etapas logísticas: Recepción de Productos; Pre Almacene-

naje; Picking y Despacho. “En torno al proceso de Recepción de Productos, lo primero que debemos considerar es que éstos son diseñados en Chile y producidos en Asia. Una vez que los productos están disponibles para su comercialización son importados a nuestro territorio por vía marítima y desde los puertos son trasladados hasta nuestro Centro, donde son recibidos y sometidos a un exhaustivo control de calidad. Durante este proceso de control, los productos son revisados considerando protocolos específicos establecidos entre nuestra marca y los proveedores”, explicó Juan Echeverría, agregando que “tenemos muchos productos de líneas con proveedores con los que trabajamos hace años y eso nos garantiza un alto estándar de calidad”

Tras la recepción de los productos se da paso a la segunda etapa: El Prealmacenaje. Aquí se ‘paletiza’ la carga de acuerdo a un orden específico y se

procede a su almacenamiento en racks o mesanina, la que tiene 7500m2 de superficie, según el canal de venta a la que será enviada. Posteriormente se procede al proceso de Picking, desde cada posición de almacenamiento. Luego, los productos son llevados al ‘sector de operaciones’ que está dividido en dos partes: Retail y Tiendas propias.

En este paso, Echeverría comentó que actualmente se encuentran preparando una tercera área de operación para la preparación exclusiva de pedidos e-Commerce.

Finalmente, se procede al Despacho de las mercaderías, el que es diferenciado de acuerdo al área donde se realiza la consolidación de los pedidos. En este punto, Echeverría explicó que “algunos canales son abastecidos tres veces por semana, por ejemplo, las tiendas; los que vienen de la web son despachados cada 24 horas”. Para el despacho a tien-



Soluciones para centros de distribución

Avda. Presidente Riesco 5335 of 926 - Las Condes / Santiago +56 2 28401339 contacto@symple.cl - www.symple.cl



das propias y retail, Kayser cuenta con flota propia, mientras que los pedidos del canal online son despachados a través de terceros.

Respecto del flujo general, el ejecutivo enfatizó en la importancia de la trazabilidad, control y visibilidad de la operación, destacando el rol que cumple su WMS en toda la operación.

LOGÍSTICA: EL MEJOR MARKETING

12:15 Hrs. Durante nuestro recorrido, junto a los ejecutivos de Kayser, nos adentramos en las claves operativas de su canal online, que –en palabras de los voceros– ha sido todo un éxito y un gran desafío que se ha visto respaldado por la preferencia de los clientes y el reconocimiento del mercado.

En este contexto, Ignacio Nazal manifestó que ganar el premio como Mejor e-Commerce de Moda 2019 es, sin duda, un gran “espaldarazo” al trabajo que viene desarrollando la compañía y un impulso para seguir avanzando en el mundo online. “La verdad es que no nos esperábamos este reconocimiento. Estamos partiendo en este mundo y queremos llegar mucho más lejos.

Pasar en dos años de la implementación de un canal e-Commerce a ser reconocido por la industria es algo que nos tiene contentos y habla de que el trabajo que estamos haciendo va en el camino correcto”, comentó el gerente Comercial.

Según los ejecutivos poner al cliente en el centro de la operación comercial y logística ha sido lo que mayores frutos les ha dado. “Estamos convencidos de que el nuevo marketing está en la logística, por lo cual trabajamos para ser eficientes y responder a nuestros clientes en

tiempo y forma. Básicamente, estamos enfocados en cumplir nuestra promesa”, agregó Nazal.

13:00 Hrs. De acuerdo a Ronny Groisman crear “Comunidad” ha sido una de las claves del éxito, donde la postventa es fundamental. “Sabemos que vender ropa interior es complejo, por lo cual la postventa es vital y en eso trabajamos día a día. Sabemos que la única forma de avanzar en este mercado online es a través de la logística. El cliente es cada vez más exigente y una operación bien diseñada es fundamental”.

Según nos cuenta el gerente de Innovación, para Kayser la relación con el cliente comienza desde que ingresa a la página hasta que el producto está en su casa; y “en ese camino hay miles de aspectos que se deben considerar para hacer que la experiencia de compra de nuestros clientes sea satisfactoria”.

“Hay todo un proceso que el cliente no ve y que se genera luego que se realiza el click. Muchos clientes no están al tanto de las etapas que debe cumplir el producto antes de ser despachado; sino que lo importantes para ellos está en la llegada de su compra en tiempo y forma acordada. Esa es la única forma de asegurar que el cliente vuelva a comprar”, reconoció Groisman.

Actualmente, el 18% de los clientes que compraron online en Kayser han vuelto a comprar por este mismo canal. “Estas cifras hablan de una comunidad Kayser súper fuerte”, afirmó el gerente de Innovación.

13:10 Hrs. En tanto, el gran crecimiento experimentado por el canal online a nivel comercial ha despertado en la empresa el deseo de seguir avanzando en esta línea con la finalidad de responder con eficiencia a las crecientes demandas de los clientes. “Estamos contentos con los resultados que hemos obtenido en

este tiempo, pero no nos conformamos y queremos ir por más. Sabemos lo importante que es la logística en todo este camino, más aún en el e-Commerce, donde trabajamos con un producto ya vendido; generando con el cliente una relación de confianza”, añadió el gerente de Innovación.

HACIA LA OMNI-CANALIDAD

Convencidos de que el mundo e-Commerce mueve y seguirá moviendo a la industria se muestran los ejecutivos. Ante esta realidad, Kayser se plantea nuevos desafíos, convencidos del soporte y del piso que los cambios anteriormente diseñados y asumidos como compañía, les permitirán enfrentar con seguridad los nuevos retos, como por ejemplo, avanzar hacia la omnicanalidad.

“No podríamos estar ‘fuertes’ en el comercio online –como lo estamos– si no hubiésemos hecho anteriormente una preparación desde lo operativo y tecnológico. Hace unos 5 años iniciamos este camino de modernización y preparación con la evaluación de nuestros procesos logísticos y la modernización de ellos, los cuales nos permitirán soportar las demandas operacionales y los nuevos requerimientos”, afirmó Juan Echeverría.

A este respecto, Ignacio Nazal agregó que “nuestro norte es la omnicanalidad y esperamos estar en este mundo 100%, a fines de este año. Estamos conscientes de que es la única forma de seguir compitiendo en el mercado. Todos los cambios que estamos experimentando nos entregan los cimientos para transformarnos en una empresa omnicanal”.

El objetivo de este camino hacia la omnicanalidad es finalmente “romper todas las barreras que puedan existir entre canales”, recaló el gerente Comercial.



Diseño, Ingeniería e implementación de Centros de Distribución



MEGA CONSULTING
LOGISTICS DESIGN
RED MEGACENTRO



CONECTADOS CON
EL MUNDO LOGÍSTICO



CONSULTORES
CON AMPLIA EXPERIENCIA
EN TERRENO



ROBUSTA METODOLOGÍA
DE PROYECTOS



Asesorías en procesos de Supply Chain

- Diseño e Implementación S&OP
- Evaluación y selección WMS
- Evaluación y selección de Tecnologías
- Diseño y Licitación Transporte

Un gran año se proyecta para el e-Commerce nacional. Según cifras entregadas por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), durante la última versión del e-Commerce Day Santiago 2019, las ventas por este canal superarán los US\$ 7 mil millones, una cifra sin precedentes que consolida al rol estratégico de los avances digitales en el sector.

Para dar contexto a esta cifra, la CCS mencionó que el segmento online vende hoy más que varios segmentos del comercio físico, como las tiendas especialistas de ferretería y materiales de construcción, salud y belleza, vestuario y calzado y computación. Ahora bien, en términos específicos, la entidad informó que el rubro viajes y turismo sigue siendo el segmento principal del e-Commerce chileno, con un 29% de las ventas totales, seguido por servicios financieros e inmobiliarios y bienes durables, ambos por sobre el 20 por ciento del total.

En tanto, vestuario y calzado, una de las categorías más relevantes en cantidad de pedidos, representa el 6% de las ventas, seguido por alimentos, con el 5%. Este último segmento, según lo comunicado por la CCS, crece a gran velocidad (127% el año pasado), por lo que adquirirá mayor participación en el corto plazo, según los expertos.

32

Con todo, la CCS anticipa que el próximo año el comercio electrónico podría ya representar cerca del 10% de las ventas minoristas totales del país, cifra similar a la que exhibe hoy Estados Unidos, uno de los mercados pioneros en el desarrollo de la economía digital.

Esta mayor velocidad de las ventas online se tradujo el año pasado en un aporte del comercio electrónico de 1,8 puntos porcentuales al crecimiento del todo el comercio minorista chileno (es decir, casi la mitad del crecimiento del sector). Ese aporte podría llegar este año a una cifra sin precedentes de 2,7 puntos porcen-

tuales, lo que es una muy buena noticia para el sector, que ha exhibido tasas muy moderadas de expansión en los últimos trimestres.

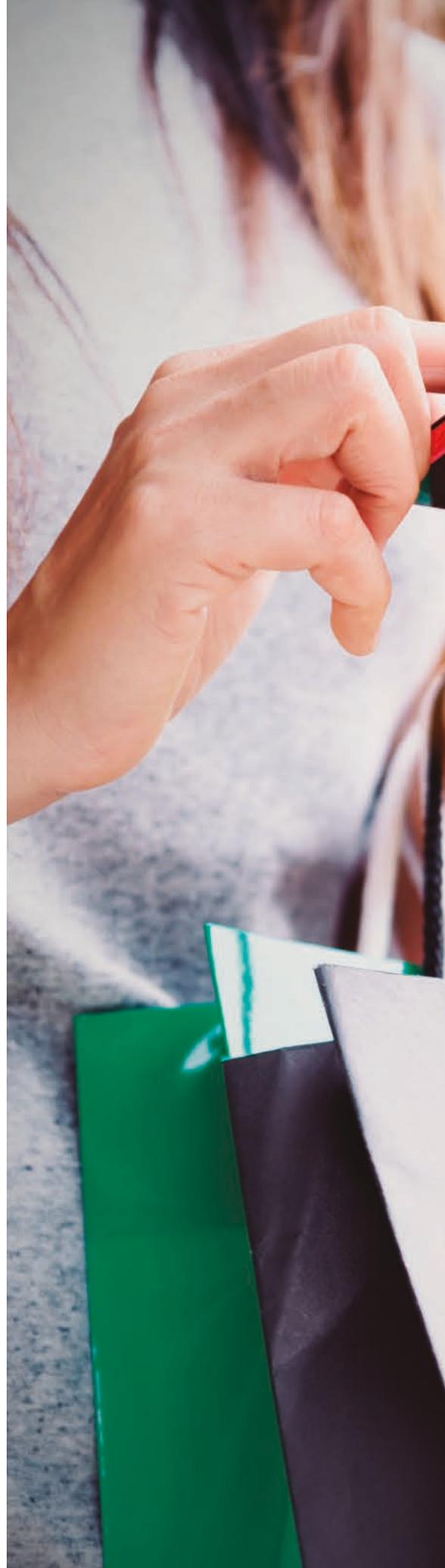
Otro aspecto destacado por los voceros de la CCS, lo constituye la penetración del comercio móvil, que llegó a representar el 25% de las ventas de e-Commerce en 2018 y "se estima que alcanzará el 34% en 2019, de la mano de sitios y apps más amigables con el proceso de compra y a la mayor transaccionalidad en los hábitos de los consumidores chilenos" sostuvo la entidad.

Ahora bien, respecto a la compra en e-Commerce extranjeros, según cifras de la CCS, el año pasado ésta llegó a representar el 20% del total del comercio electrónico. Si se agregan estas cifras a las ventas locales del e-Commerce en Chile, el total de las ventas de 2018 se eleva hasta casi US\$ 6 mil millones.

Siempre en torno al desempeño del Comercio Electrónico, la CCS insistió en la necesidad de adoptar miradas estratégicas en relación a las enormes posibilidades que ha abierto el comercio digital en nuestro país, "en el que se ha generado una oleada de emprendimiento que alimenta un vibrante ecosistema de nuevos modelos de negocios y empleo, que permite mirar con optimismo el futuro de nuestra economía", destacó la entidad.

Considerando el prominente futuro que se auspicia para el comercio electrónico en Chile, resulta importante ahondar en uno de los factores críticos para su crecimiento y evolución:

Los Medios de Pago. En esta línea, cabe destacar que durante el reciente e-Commerce Day Santiago 2019, este factor fue ampliamente analizado, no solo en torno a la oferta, sino también, en lo relacionado a la transformación que ha impulsado el Gobierno respecto del actual sistema de pago con tarjetas bancarias, que vendría a terminar con lo que muchos han denominado: El monopolio de Transbank.





E-COMMERCE SIGUE CRECIENDO Y LOS MEDIOS DE PAGO ENFRENTAN NUEVOS ESCENARIOS

Mientras las transacciones del e-Commerce nacional crecen exponencialmente, los actores del mercado de Medios de Pago se preparan con sus respectivas ofertas para el nuevo escenario que se avizora en Chile, tras el cambio de sistema de medios de pago con tarjetas, anunciado por el Ministerio de Hacienda. A continuación un relato de esta transformación y la oferta de tres destacados actores del mercado, presentes durante la última versión del e-Commerce Day Santiago 2019, celebrado en abril pasado.

EL CAMBIO DEL SISTEMA

A inicios de abril, el ministro de Hacienda, Felipe Larraín, anunció un plan para que en el futuro los emisores de tarjetas -como los bancos- no sean los mismos que ofrezcan la red para las transferencias de pago, lo que vendría a cambiar las reglas actuales del juego, permitiendo la entrada de nuevos actores.

En concreto, el Gobierno busca cambiar el actual sistema de medios de pago integrado por 3 partes: El comercio, donde se hace la transacción a través de las máquinas POS; el Adquirente, que provee al comercio de esta red de pago y que a su vez también es emisor de la tarjeta, (todo englobado en Transbank) y los usuarios o "tarjeta habientes"; para pasar a un sistema de 4 partes, integrado por: el comercio, la red, el emisor y el usuario; todos por separado.

A partir de la iniciativa, liderada por el ministerio de Hacienda, se busca el perfeccionamiento del actual sistema de pagos, con lo que se robustecerá la competencia en este mercado, con los consiguientes beneficios que esto implicará los distintos actores "tarjeta habientes", comercios y emisores, entre otros. No obstante, los actores de la banca y adquirentes han destacado la importancia de que estos cambios al sistema se realicen de manera ordenada y colaborativa entre los distintos actores públicos y privados, realizando así una transición eficaz y eficiente hacia un esquema de cuatro partes.

Respecto a esta transformación, Javier Etcheverry, Presidente ejecutivo de Multicaja, explicó durante su alocución en el e-Commerce Day que "ya no se justifica este sistema (3 partes) que ha durado 30 años y es único en el mundo. ¿Qué va a pasar? Bueno va a ver otras opciones, porque cuando hay un solo actor, solo se puede hacer lo que ese actor autoriza. Hoy en día todos se tienen que conectar con Transbank porque no tienen otra

posibilidad (...) En la medida que haya varias redes adquirentes los distintos e-Commerce, por ejemplo, van a tener otras alternativas donde obtener mejor servicio y mejor precio. Incluso si Transbank mantiene una parte importante del mercado deberá preocuparse de hacer las cosas bien".

En lo referente a la libre competencia, con el ingreso de nuevas redes como Multicaja, Etcheverry sostuvo que "ahora vienen tiempos muy buenos para todos nosotros, porque vamos a poder entregar toda la creatividad (a nivel de servicio). Hacia adelante vamos a tener muchas oportunidades y alternativas".

No obstante, participar en los medios de pago electrónicos es una de las actividades que requieren de diligentes medidas de control y seguridad. En este sentido, Etcheverry manifestó la importancia de perfeccionar los procesos de autorización de las transacciones, aduciendo que los actuales actores deben implementar desarrollos tecnológicos para que las transacciones fluyan sin contratiempos, sobre todo en el ámbito de las conciliaciones y cuadraturas de los dineros.

No obstante, existen ciertas preocupaciones acerca de los efectos de este cambio de sistema, siendo el principal punto de preocupación son las tasas de intercambio que fijaron este año las marcas de tarjetas Mastercard y Visa. Según diversos actores del sector retail chileno, las tasas que fijaron las marcas son muy altas en comparación a las que tiene actualmente Transbank.

De hecho, acusan que son los que saldrían más perjudicados con el nuevo sistema, y que el costo finalmente podría traspasarse a los clientes. Así, comprar por internet podría salir más caro cuando el país pase completamente desde el actual modelo de tres partes, a uno de cuatro.

Ante esta disyuntiva, para muchos una solución sería que la autoridad regule las tasas de intercambio y esa es una de las

grandes preguntas que enfrenta el país de cara al cambio de sistema.

DE LA OFERTA

Con todo y el escenario que plantea el nuevo escenario de Medios de Pago en Chile, la oferta en este mercado no pierde impulso. De hecho, durante el evento de abril pasado se presentaron diferentes alternativas de corredores de pago y sistemas que bien vale la pena destacar.

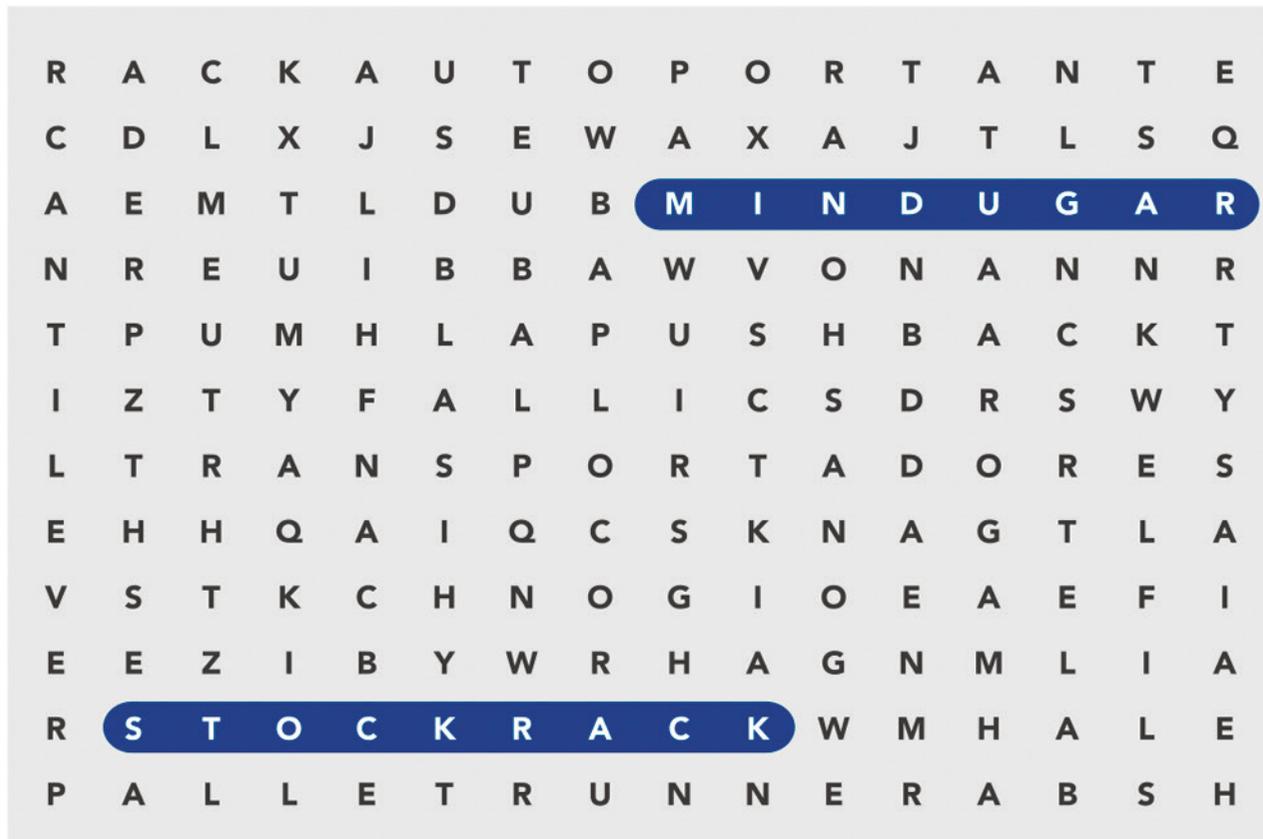
KHIPU, LA PASARELA DE PAGOS ONLINE

Como se menciona en la intro, Khipu es una pasarela de pagos que permite a las empresas y personas el pago y cobro electrónico de sus cuentas corrientes o cuentas vista, asegurando, según su vocero "transacciones fáciles, rápidas y seguras". Este servicio se caracteriza por abrir el e-Commerce a las personas que no poseen tarjetas de crédito. En otras palabras, es un medio de pago que pretende ser universal.

"Nacimos como una empresa muy centrada en transferencias, utilizadas como medio de pago en el comercio electrónico. No obstante, a partir de este año hemos redefinido a la empresa, entendiendo que a los consumidores y comercios no les basta con las transferencias, sino que además quieren operar con tarjetas de crédito y débito. Llegamos a una alianza con Transbank, lo que hoy nos permite ofrecer una experiencia integrada en la que los comercios pueden permitir a sus clientes pagar con transferencias con tarjeta de crédito y débito; y planeamos agregar nuevas soluciones", manifestó Roberto Opazo, Co-Founder & CEO de Khipu.

Como pasarela de pago, explicó el vocero, "tenemos formas simples de integrar el comercio, de revisar lo que se ha pagado y múltiples plataformas y medios de pago. No obstante, lo que más nos diferencia es la capacidad de funcionar muy bien en

ORDENA Y ENCUENTRA AQUÍ LAS SOLUCIONES DE ALMACENAJE Y AUTOMATIZACIÓN PARA TU NEGOCIO



MINDUGAR ✓
STOCK RACK ✓

CANTILEVER
PALLET RUNNER

ALTILLO SIGMA
TRANSPORTADORES

PUSH BACK
RACK AUTOPORTANTE

Cotiza tu Solución

#MovemosTuNegocio



STOCK RACK® · DRIVE IN® · PUSH BACK® · RACK AUTOPORTANTE · CANTILEVER · PALLET RUNNER® · ALTILLO SIGMA® · TRANSPORTADORES

☎ 56 2 2870 7400

✉ ventas@mindugar.com

🌐 www.mindugar.cl



una aplicación”, explicó. Y es que Khipu nació automatizando transferencias, generando una aplicación para simplificar dicho proceso de cara a los usuarios. El usuario elige la aplicación de Khipu que actúa como Browser, y así la app lo guía de forma precisa y exacta para que complete su transferencia”, manifestó Opazo, argumentando que “hoy en día los comercios están prácticamente obligados a tener apps de pago”, considerando que el 80% del tiempo que un usuario invierte en el uso de su celular lo hace en Apps, ya sea para informarse, sociabilizar, y –por qué no- pagar.

TRANSBANK: ONEPAY

Francisco Ponce de León, vocero de Transbank, comentó que “respecto a las ventas por Internet vemos datos muy interesantes, tales como: de aquí a finales de 2020, se espera que las ventas móviles alcancen cerca del 50% de las ventas por Internet. Considerando el potencial dominio de las ventas Mobile en el comercio electrónico, debemos adaptarnos a estas nuevas experiencias de compra. No queremos que un usuario de e-Commerce deba andar con sus tarjetas de crédito o débito o aprenderse muchas claves para poder comprar y que luego vaya a la tienda física y la experiencia de compra sea totalmente distinta. Lo que queremos es unificar esta experiencia, en la medida que logremos movilizar los medios de pago esto va a ser posible”.

Esta movilización debe descansar en tres pilares, según Ponce de León, “ofrecer una alta conversión con bajo niveles de fraude, democratizar los medios de pago y facilitar la entrada de nuevos comercios al mundo e-Commerce”.

¿Qué está haciendo Transbank de cara a esta movilización que proponen? “A finales del año pasado presentamos la primera fase de nuestra billetera digital One Pay, que básicamente es una aplicación que permite a los usuarios enrolar sus tarjetas de crédito para poder autorizar compras con una contraseña de 5 dígitos.

Comprar con Transbank OnePay es simple. En los comercios físicos adheridos, por ejemplo, el usuario debe escanear un código QR en la página web, seleccionar la tarjeta de crédito a utilizar y autorizar la transacción. En tanto, para el mundo Mobile, “el pago no se realiza a partir de código QR, sino a partir de una integración directa entre la aplicación del comercio y la de Transbank”, explicó el vocero.

Siempre en torno a las funcionalidades de OnePay, Ponce de León manifestó que “una de nuestros focos fue flexibilizar la autenticación bancaria, que es un elemento súper importante porque nos permite poder proteger las compras de cara a los comercios.

MERCADO PAGO, DEMOCRATIZANDO EL PAGO E-COMMERCE

¿Qué es Mercado Pago?, según el vocero de Mercado Libre, principal Marketplace de América Latina y desarrollador de esta solución, “Mercado Pago nace con la visión de procesar los pagos para Mercado Libre, pero al poco andar nos damos cuenta de que teníamos un producto que podíamos salir a ofrecer a otros e-Commerce, iniciativa que hoy nos ha llevado a posicionar a Mercado Pago como la plataforma de pagos online más grande de América Latina.

De hecho, procesamos casi 400 millones de pagos, el último año, por 18.4 mil millones de dólares en América Latina, todo ello basado en la filosofía de democratizar el comercio electrónico y los pagos”, explicó, Matías Spagui, Director ejecutivo de Mercado Pago Chile

Según explicó el vocero, esta solución de pago se ofrece a empresas, emprendimientos y personas físicas que quieran vender en su propia plataforma, ya sea en un sitio web, redes sociales, aplicaciones móviles, e incluso a través de emails; y permite cobrar por Internet de forma simple, segura y cómoda, con una gran variedad de medios de pagos.

“En el mundo de pagos online, Mercado Pago ofrece múltiples servicios a los más de 650 mil comercios asociados fuera de Mercado Libre. Una solución que conecta con diferentes medios de pago, que genera sistema de prevención de fraude, que ofrece sistemas de financiamiento, que tiene un equipo de atención al cliente y genera reportes de conciliación todo en un paquete que básicamente ha podido escalar desde el microempresario hasta retailers importantes, tales como Walmart o Cencosud que hoy ocupan nuestra solución.

Principalmente nos hemos enfocado a propuestas de valor relacionadas a la tasa de conversión. “a través de nuestra integración con Transbank, host to host pudimos eliminar la fricción de las claves y dar una experiencia al usuario de calidad, sin claves bancarias o claves dinámicas.

Pero la conversión no sólo implica tener un buen desempeño en materia de compras con tarjetas, aseguró Spagui, “sino también en la posibilidad de ofrecer más medios de pago. Cualquier persona que tiene un e-Commerce piensa que sólo le podrá vender a un “tarjeta habiente”, y eso es un desafío cuando en Chile tenemos que 3 de 10 adultos tienen tarjeta de crédito. Entonces, ¿qué pasa con los otros? En base a una alianza con Servipag, por ejemplo, podemos ofrecer pagos en efectivo para compras e-Commerce a clientes que no están bancarizados.

Finalmente, Spagui destacó que Mercado Pago brinda opciones de financiamiento. Hoy en día un retail grande tiene una tarjeta propia que ofrece opciones de financiamiento para su base. ¿Qué pasa con los e-Commerce más pequeños que no pueden acceder a esas condiciones y que pierden opciones de venta? Desde nuestros inicios, en Mercado Pago entrega 6 cuotas, sin interés para todas las tarjetas, todos los días del año y eso ha ayudado a pequeños e-Commerce a competir en igualdad de condiciones con los más grandes. ■

Líder Mundial en Distribución de
Productos y Servicios de Tecnología

Servicios Logísticos



Recepción de Importaciones
y Mercado nacional



Transporte y Distribución



Almacenamiento y Logística



Logística Inversa



Valor Agregado

Somos un Operador Logístico con altos estándares de seguridad y certificación TAPA

Más
información en

www.ingrammicro.cl

www.ingrammicroservices.com/chile



¿COMO SE MUEVE EN CHILE LA INDUSTRIA DEL DELIVERY?

PARA NADIE ES UN MISTERIO QUE EL COMERCIO ELECTRÓNICO HA ADQUIRIDO UNA RELEVANCIA QUE HA LLEVADO, A LAS COMPAÑÍAS DE DIVERSOS RUBROS A SALIR EN BUSCA DE ALTERNATIVAS DE COLABORACIÓN Y A GENERAR DESARROLLOS PROPIOS QUE LES PERMITAN RESPONDER A LAS DIFERENTES EXIGENCIAS DE LOS CONSUMIDORES ACTUALES. EN ESTE ESCENARIO, LA INDUSTRIA DEL DELIVERY Y LA TENDENCIA CROWDSOURCING HAN TENIDO GRAN PROTAGONISMO, LOGRANDO CONSOLIDAR UN MERCADO COMPETENTE, QUE EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES SE HA MOVIDO DE FORMA MUY INTERESANTE.

La última milla es una de las etapas operacionales que mayor interés y desarrollo ha despertado y experimentado en el último tiempo, sobre todo entre los actores online del sector supermercadista y aquellos ligados al rubro de restaurantero. En este contexto, la implementación de aplicaciones tecnológicas

que buscan responder a las desafiantes necesidades de los consumidores en materia de despacho, en tiempo y forma, han sido la tónica.

Específicamente, los actores del sector e-Commerce dedicado a la venta de alimentos han optado por las aplicaciones y la denominada 'economía colaborativa' para

hacer frente a sus procesos de entrega. Y es que, en este nicho de mercado brindar al cliente un servicio rápido, visible y con un alto nivel de calidad en el despacho es clave. Así al menos lo exponen los expertos del sector, que destacan en los consumidores de este rubro una particularidad:

El deseo de gratificación instantánea, lo que según las proyecciones se asentará como una constante en los próximos 5 años, llevando a los actores del sector a una febril carrera por satisfacer esa demanda y no desaparecer en el intento.

¿En qué consiste este deseo de gratificación instantánea? La respuesta es simple y se refiere a la necesidad del consumidor de recibir su compra online en una corta ventana de tiempo. En este punto, la tendencia más apremiante es la entrega en el mismo día o dentro de las dos primeras hora de efectuado el pedido, aunque es válido afirmar, que en la actualidad, los

plazos de entrega incluso se han estrechado a ventanas de entrega que fluctúan entre los 30 y 60 minutos, tras la realización de la compra.

Es, a partir de la unión entre estos e-Commerce y diversas startup enfocadas a realizar entregas de la última milla en los plazos establecidos (bajo el modelo on demand), que se logra el objetivo de entrega rápida, visible y de calidad. No obstante, cabe destacar que ciertos actores del sector retail nacional, específicamente Cencosud, han optado por generar desarrollos propios para el delivery de productos, asimilando el modelo de startup exitosas como: Rappi o Cornershop.

Siempre en torno al despliegue de estas innovadoras compañías que hoy apoyan a grandes entidades para hacer más eficientes sus procesos de última milla, cabe destacar que su exitosa performance no se limita a la entrega de alimentos o comida preparada (aunque sin duda esta es una de las más desafiantes); puesto que han extendido su rango de servicios, incursionando –por ejemplo- en el rubro del entretenimiento (realizando entregas de boletos para conciertos u otros eventos masivos); o servicios complementarios, tales como: buscar y entregar objetos olvidados en casa o el retiro y entrega de documentación, por sólo mencionar algunos.

Ahora bien, teniendo en cuenta esta realidad y el gran potencial de estas compañías para los actores del e-Commerce nacional, resulta interesante saber cómo se ha movido el mercado del delivery en Chile y con ese objetivo, Revista Logistec desarrolló un análisis de los principales eventos que han remecido a este complejo negocio, que enfrenta grandes desafíos de cara al futuro. Quien no esté a la altura simplemente queda fuera.

EL ADIÓS...

A días de finalizar el mes de abril y luego de una exitosa presentación en el pasado

e-Commerce Day Santiago 2019, la industria del delivery nacional se sorprendió con el anuncio de que la empresa Glovo ponía fin a su operaciones en el país.

Falta de espaldas financieras y la incapacidad de retener la participación de mercado fueron parte de los factores que detonaron la decisión del cierre, que dejó perplejos a muchos consumidores que utilizaban esta herramienta y que gatilló interesantes repercusiones en el mercado nacional.

YA EN TÉRMINOS DE ANÁLISIS, CABE SEÑALAR QUE ESTA SUERTE DE 'ABSORCIÓN' ERA ESPERADA, DADO QUE AMBAS FIRMAS COMPARTEN UN ACCIONISTA: LA ALEMANA DELIVERY HERO, UNA DE LAS COMPAÑÍAS QUE LIDERA EL MERCADO DE LOS DESPACHOS DE COMIDA A NIVEL INTERNACIONAL.

Según se especula en los medios y en la propia industria, las pérdidas que sumó la compañía española de multidelivery durante 2018 superaban los US\$100 millones, razón por la cual se habría dado la abrupta salida. No obstante, destacamos que Glovo no brindó una versión oficial a la opinión pública a este respecto.

Lo que sí ha comunicado la compañía española, que arribó a Chile en 2017, es su intención de entrar al mercado peruano, más joven en el rubro e-Commerce, pero con grandes oportunidades de crecimiento. Lo que sí queda claro es que –al menos en el competitivo mercado chileno- Glovo sucumbió.

PEDIDOS YA ABSORBE Y CRECE

Tras el cierre de Glovo, se generó un espacio en el mercado del delivery muy atractivo. En este escenario, no fueron pocos los que se interesaron por retener a esos los miles de consumidores que quedaron

en una suerte de orfandad tras el cierre de la compañía ibérica. Hacerse de 'esos consumidores' fue una estrategia que muchos se plantearon, considerando la nada despreciable participación de mercado que Glovo ostentaba en el país. ¿Quién lo logró? ¡Pedidos Ya!

Fue así que, a días del cierre de Glovo, la empresa uruguaya -presente en Chile desde 2010- anunció que asumiría el control de todos los servicios solicitados a la empresa española.

A partir de lo expuesto, cabe señalar que Pedidos Ya es considerada la pionera en ofrecer los servicios de despacho de comida a domicilio en nuestro país, rubro en el cual se ha consolidado ampliamente. Hoy, el desafío sería encantar a sus nuevos consumidores 'huérfanos' y luego posicionarse como líder de la industria. ¿Cómo lo hará? De acuerdo a las primeras informaciones emanadas desde la empresa, quienes utilizaban la aplicación de Glovo recibirán una invitación para descargar la aplicación de Pedidos Ya, mientras que quienes ingresen al sitio web de Glovo serán redireccionados al online de la firma.

Lo próximo sería, la entrega del servicio demandado bajo los ya probados términos de calidad que ostenta Pedidos Ya.

Ya en términos de análisis, cabe señalar que esta suerte de 'absorción' era esperada, dado que ambas firmas comparten un accionista: la alemana Delivery Hero, una de las compañías que lidera el mercado de los despachos de comida a nivel internacional. En tanto, mediante un comunicado, Pedidos Ya confirmó la adquisición de "ciertos activos" de Glovo en Chile y

manifestó que “a través de esta operación nuevamente Pedidos Ya se posiciona como líder indiscutido en el mercado local”. En el documento, la empresa uruguaya agregó que continuarán enfocados en el cuidado de la experiencia a usuario “y en seguir brindando una amplia oferta de gran calidad para asegurar un servicio óptimo”.

En cuanto al desarrollo que ha experimentado la compañía, Juan Martín López Managing Director, aseguró que “el servicio que ofrece PedidosYa de alguna manera se fue delineando también gracias a los usuarios. En un principio el delivery solo lo hacíamos con restaurantes que tenían su propia logística y desde el 2017, cuando iniciamos nuestra operación de reparto y abrimos nuevos establecimientos, el servicio evolucionó”. En esta tónica, López afirmó que con la adquisición de Glovo “sumamos nuevos desafíos a corto plazo, como abrir el servicio de reparto de documentos y otras verticales que no teníamos. Además, agregamos algunos partners con los que no contábamos en la plataforma”.

Hoy, Pedidos Ya cuenta con presencia en más de 400 ciudades de Latinoamérica con más de 11 millones de descargas de la aplicación y más de 15 mil locales adheridos en la plataforma. En términos de cobertura, actualmente, la empresa tiene presencia en Chile, Argentina, Paraguay, Uruguay, Brasil y Panamá.

40

A nivel local, la compañía cuenta con más de 6.000 comercios adheridos a la plataforma, 200 empleados y 2.000 repartidores que prestan servicios. Una cobertura que irá en alza. “Nuestra principal estrategia tiene como objetivo estar en más de 30 ciudades a finales de 2019”, enfatizó al respecto López.

CORNERSHOP: EL UNICORNIO

Sin duda, el anuncio de la adquisición de Cornershop por parte de Walmart en US\$225 millones fue uno de los hitos que

marcó a la industria del delivery en el último periodo, dada las proyecciones de crecimiento que se vislumbran para esta exitosa aplicación y el desarrollo de la cadena de supermercados en el mercado del comercio electrónico. No obstante, cabe destacar que la maniobra aplicada por Walmart funcionó, ya que hoy cuenta con uno de los servicios e última milla más destacados del mercado.

Durante el reciente Walmart Media Day, evento con el que el gigante supermercadista celebró los 10 años de presencia en Chile, el cofundador de CornerShop, Juan Pablo Cuevas, ahondó sobre los desafíos que enfrenta la plataforma para seguir creciendo y dónde estará el foco este 2019.

Entre las cifras que reflejan el crecimiento que ha tenido esta aplicación de entrega a domicilio, cuyo primer pedido se realizó el 8 de mayo de 2015, se pueden destacar su presencia en 2 países (México y Chile), en 15 ciudades. Los 169 comercios que atiende actualmente la plataforma, los 25 mil shoppers activos en ambas naciones y sus más de 500 mil clientes, son algunos de las cifras que evidencian su éxito.

“Los números nos dejan contentos, pero lo que nos deja más felices es el servicio que estamos entregando a nuestros clientes. Hemos ido mejorando con el tiempo y nuestros clientes están cada vez más contentos gracias a nuestra metodología, procesos y formas de trabajo; todo esto lo hacemos para que el servicio que entregamos sea cada vez mejor”, afirmó Cuevas.

Consecuentemente, el ejecutivo valoró el desarrollo que ha tenido la aplicación en el último periodo medido, agregando que “el primer trimestre 2019 abrimos dos nuevas zonas geográficas en Chile: La Serena y San Bernardo, agregando 500 mil personas que pueden comprar en CornerShop”. A esto se suma el que actualmente la compañía posee cobertura en 35 de las 51 comunas de la Región Metropolitana, y presencia en Valparaíso, Viña del Mar y Concepción.

En cuanto a los ejes para este año, Juan Pablo Cuevas destacó tres: el primero dice relación con la consolidación de su exitoso modelo. “El sello seguirá siendo nuestra experiencia de usuario y lo haremos con más tecnología e integración con las tiendas. Para seguir siendo sustentables y tener un servicio de calidad, también nos parece fundamental tener un mejor catálogo, mejores tiempos de compra y entrega”, dijo al respecto.

El segundo eje, en tanto, sería agregar nuevas tiendas a la plataforma en distintas categorías y alcanzar una mejor cobertura geográfica. Finalmente el tercer punto, guarda relación con mejorar la oferta de medios de pago. “Estamos trabajando para que pronto nuestros usuarios puedan pagar con tarjeta de Débito”, sostuvo al respecto Cuevas.

En términos específicos, Cornershop es una plataforma abierta y se busca que los clientes pueden pedir en todas sus tiendas favoritas. Para lograr eso, el ejecutivo afirmó que se requerían cambios. “Cuando comenzamos el 2015 teníamos como primer objetivo que nos conocieran; ahora no solo queremos que compren en algunas tiendas, sino en todas sus tiendas favoritas. Hace un año había 9 tiendas y hoy hay más de 150 asociadas. Esto ha sido un crecimiento explosivo”, comentó al respecto Cuevas.

Ahora bien, cuando se proyecta un aumento en el número de tienda es necesario –según el vocero– que los clientes puedan mirar, encontrar y explorar dichos comercios. De ahí que el desafío sea mejorar la plataforma a partir de nuevos desarrollos tecnológicos. En este punto, explicó Cuevas- “desde mayo de año pasado, la empresa ha invertido tiempo en ingeniería, en software y en capacitación de las personas para tener una plataforma donde la tiendas pueden publicarse, autogestionarse, subir y manejar su catálogo, por ejemplo”.

Finalmente, Juan Pablo Cuevas aseguró que “aún hay cosas que nos falta desarro-



llar y en eso estamos trabajando. Nuestra misión es seguir construyendo esto para el cliente que no solo espera buenos precios y ahorrar tiempo, sino también elegir lo que quiere, dónde quiere y cuándo quiere”.

JUMBO AHORA

Cencosud es indiscutiblemente uno de los grandes actores latinoamericanos del sector retail, con una destacada performance en el rubro de supermercados. Como tal realiza constantemente innovaciones tendientes a mejorar su calidad de servicio y la experiencia de compra de sus clientes.

En esta línea, el desarrollo sostenido del comercio electrónico ha entregado un nuevo aire a la compañía para iniciar lo que se ha catalogado como un importante paso digital, donde la última milla tiene un rol fundamental. Con la clara intención de no quedar atrás de los desarrollos ya

expuestos Cencosud puso manos a la obra. Así, para su marca Jumbo, recientemente la compañía presentó importantes novedades en materia de transformación digital para la última milla, a partir del desarrollo y puesta en marcha de su App: Jumbo Ahora.

Tras la compra de Cornershop por parte de Walmart se abrió una nueva oportunidad para que Cencosud tomara el guante y asumiera el desafío de estar a la vanguardia en materia delivery, lo cual tiene hoy como resultado el lanzamiento de su nueva aplicación, desarrollo propio que tiene entre sus ejes estratégicos: brindar mayor rapidez y mejorar la oferta a nivel de precios.

En lo específico, la nueva aplicación está pensada para las personas que desean acceder al surtido de productos, pero que no tienen el tiempo de ir al supermercado. En tanto, los despachos de las compras online se demorarían entre 45 y 60 minu-

tos, cumpliendo así con el factor tiempo. En lo relativo a la oferta y precios, según lo descrito desde Cencosud, la nueva plataforma de Jumbo integraría los mismos precios y descuentos que se pueden encontrar en las salas físicas, y también irá añadiendo beneficios exclusivos para ese canal. Esto será una ventaja sobre los competidores que operen en sus salas de venta. Por lo pronto, Jumbo Ahora está disponible para consumidores de las siguientes comunas: Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea, La Reina, Providencia, Ñuñoa, La Florida, San Miguel, Peñalolén, Macul, Santiago, Huechuraba y Maipú, con excepción de los sectores Rinconada, El Abrazo y Ciudad Satélite, los que también pueden acceder al servicio desde la app. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistic.com
Sección: Visión Empresarial | Punto de Vista

DESARROLLO Y ARRIENDO DE CENTROS LOGÍSTICOS



DESARROLLO DE CENTROS LOGÍSTICOS SUSTENTABLES

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



EL E-COMMERCE SE POSICIONA COMO LA RECONVERSION DEL RETAIL

42

DESDE SU APARICIÓN, LAS CIFRAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO SE HAN MULTIPLICADO CADA AÑO HASTA CONSOLIDARSE COMO UN CANAL DE VENTA GLOBAL Y ABIERTO 24 POR 7. AHORRO EN TIEMPOS, MAYOR OFERTA DE PRODUCTOS, SIN LIMITACIONES GEOGRÁFICAS Y DIGITALIZACIÓN DEL NEGOCIO, SON ALGUNOS DE SUS BENEFICIOS.

Con el objetivo de orientarse continuamente al consumidor final, el comercio se reinventa continuamente para adaptarse a las características de los nuevos usuarios y de tecnologías en desarrollo. Es en esta continua evolución que el comercio electrónico se ha posicionado como líder indiscutido, desplazando ya a los canales

físicos y permitiendo, con ello, la reconversión del retail a lo digital. A fines de mayo se celebró una de las grandes fiestas del e-commerce: el CyberDay. En esta versión, según la Cámara de Comercio de Santiago, se espera alcanzar US\$250 millones, un 19% más que los US\$ 210 millones recaudados en su versión 2018. Los beneficios del e-commerce son innumerables, por ejemplo, ahorro en tiempo

al momento de hacer la compra, se puede mostrar una mayor gama de productos, no existen limitaciones geográficas puesto que todo se transa mediante Internet y permite una digitalización del negocio en cuestión, traduciéndose en una verdadera reconversión del retail convencional.

Pese a esto, aún existen espacios por mejorar en el comercio electrónico, tanto de cara al cliente como en los procesos internos: entregando servicios customizados, desarrollando un ecosistema alrededor de él y masificando uso en las pymes, entre otros.

1 **Tecnologías como IoT y otras están siendo utilizadas para ofrecer servicios más customizados.** El e-commerce no permite solamente la creación de nuevos negocios y mejor productividad sino que está haciendo que el concepto de tienda física cambie, apoyado por tecnologías transformadoras para brindar una mayor experiencia de compras, señalan desde Adexus, empresa líder en soluciones y servicios de outsourcing TIC. "Hoy no solo se trata de un cambio en la forma de cómo adquirimos bienes y servicios, sino de un cambio cultural, que impactará diversos ámbitos de nuestros comportamientos y costumbres. Veremos nuevos modelos híbridos de compra, donde se combinará lo presencial con lo digital, para atender todas las preferencias de acuerdo a las necesidades de los distintos grupos etarios.

Dentro de las tiendas presenciales, el principal desafío estará en la implementación de nuevas tecnologías que contribuyan a mejorar, optimizar y construir experiencias a los usuarios y su vez fidelizarlos, trayendo beneficios para las empresas" señala Rafael Onetto, gerente de Ventas del sector Industria, Comercio y Telecomunicaciones de Adexus.

2 **Globalmente se busca desarrollar un ecosistema y trabajar en cada eslabón de la cadena de compra.** Desde

la consultora IDC, advierten que en Europa el 60% de los esfuerzos de inversión relacionados con los temas de e-commerce se dan en el desarrollo de un Marketplace, seguido por el fortalecimiento de un ecosistema de partners de abastecimiento y finalmente, el delivery.

En tanto, "en Chile, durante el último tiempo se han visto adquisiciones de las grandes cadenas de retail a plataformas como Linio, o Apps como Cornershop. En el fondo, el retail está buscando suplir partes de la cadena donde no son tan buenos, como por ejemplo, en la última milla", señala Jonathan Namuncura, Analista de Software de IDC Chile.

Asimismo, al dar una mirada a las grandes cadenas de comercio se está avanzando en varios frentes. De cara al cliente, mejorando la experiencia de los medios no tradicionales, como la venta, a través de sus sitios web o vía telefónica, y el desarrollo de Apps.

Y de forma interna, en la optimización de procesos basados en el abastecimiento, logística y distribución. En este sentido, soluciones de IoT, Big Data & Analítica están siendo claves.

3 El e-commerce ya está en las grandes empresas y hoy las pequeñas y medianas pueden ver sus efectos positivos. Las pymes pueden beneficiarse del comercio electrónico, aumentando su capacidad de servicio y rentabilidad a través de este formato, al igual que las empresas de mayor tamaño, que ya lo están haciendo.

Para Marco Terán, director de Desarrollo Digital de la Fundación País Digital, "las pymes deben atreverse a subir al carro de la revolución digital, por ejemplo, implementando estrategias en torno al e-commerce y al al marketing digital, para mejorar tanto su posicionamiento, como sus ventas y la fidelidad a su marca".

Y argumenta que con herramientas digitales, las empresas más pequeñas no sólo se darían a conocer, a través de Google Mi Negocio, o de las redes sociales, sino que "podrían abrirse al mundo, captando una mayor cantidad de clientes, más allá de los mercados locales, apuntando a un mercado global".

Aunque la expansión del e-commerce sigue siendo muy veloz, debido a la integración de Internet y al uso de dispositivos móviles, se espera que existan mejorías en cuanto al funcionamiento dentro de la cadena de compra y venta, algo que se hace más patente con cada nueva como el CyberDay. ■

· GUARDIAS DE SEGURIDAD · VIDEO VIGILANCIA · ASESORÍAS EN SEGURIDAD ·



EN **READY2GO**, ADAPTAMOS NUESTRA OFERTA A SUS REQUERIMIENTOS Y PROVEEMOS UN SERVICIO PERSONALIZADO.



COTIZA CON NOSOTROS

Hernan Cortés 3010, Ñuñoa, Santiago. · Tel.:+ 56 2 2378 8180 // +56 9 7335 4117 ·
ventas@ready2go.cl · www.ready2go.cl



Líder:
**Rodrigo
Monsalve**
Gerente General
Puertos de
Talcahuano

CIUDAD, PUERTOS Y LOGÍSTICA LA HISTORIA DE LOS PUERTOS Y DE LAS CIUDADES QUE LOS ALBERGAN ESTÁN ÍNTIMAMENTE LIGADAS, EN SU MAYORÍA SE HAN DESARROLLADO EN TORNOS A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE SURGE DEL COMERCIO DE MERCANCÍAS QUE SE EMBARCAN Y DESEMBARCAN EN SUS MUELLES. ASÍ HA OCURRIDO EN HAMBURGO, SEVILLA, VENECIA, MARSSELLA, BUENOS AIRES, CALLAO, POR NOMBRAR ALGUNOS, Y TAMBIÉN EN LOS PUERTOS DE CHILE, COMO TALCAHUANO.

Han pasado más de 250 años desde la designación de Talcahuano como puerto de amarradero y registro y la ciudad ha crecido en torno a la actividad logística que surge alrededor del puerto. Hoy la logística comprende un espacio mucho mayor, incluyendo desde el punto donde se genera el producto hasta el sitio de destino, así hablamos del hinterland o la zona de influencia de un terminal, hasta su foreland que es el área más allá del puerto.

El desarrollo de los puertos y del comercio internacional han motivado cambios profundos en la logística. Esto ha llevado a que la preocupación de las ciudades y los estados por el desarrollo económico de los territorios y nuevos temas se están imponiendo en la agenda como la relación ciudad puerto, trazabilidad de las mercancías y las comunidades logísticas y su coordinación. y desde el punto del control con los años se sumó el tráfico de mercancías prohibidas y en el último tiempo la seguridad es otro de los focos del control.

Esta realidad, la mayor cantidad de mercaderías despachadas y recibidas, han vuelto más complejas las operaciones en los puertos, sumando documentos y registros necesarios para mantener el control y la trazabilidad de la cadena. Sin embargo, estas mayores exigencias afectan la velocidad y número de documentos necesarios y algunas veces duplicados, incrementado los tiempos de comercio exterior, y la propia operación de los terminales.

Actualmente el Estado a nivel central ha estado abordando este desafío a través de SICEX, que gradualmente ha ido abarcando mayores procesos a través de su plataforma en coordinación con

servicios públicos que intervienen en el comercio exterior como Aduana, SAG, Sernapesca, entre otros. Por otra parte, la búsqueda de mayores eficiencias en la industria marítima global ha llevado al crecimiento del tamaño de las embarcaciones y disminuyendo la frecuencia de arribo a los terminales, lo que va concentrando la actividad logística y portuaria en ciertos días de la semana.

Las ciudades puerto han visto mayor presión en el uso de las vías públicas en las zonas aledañas a los puertos problemas de congestión que trae nuevos desafíos a esta relación. Temas globales afectan la realidad local de las ciudades puertos.

En Talcahuano, estamos trabajando desde hace varios años en el Consejo Ciudad Puerto de manera coordinada con el gobierno comunal para avanzar a resolver estas externalidades que trae a la ciudad y sus habitantes un comercio internacional próspero.

Estos esfuerzos se han orientado a promover proyectos de infraestructura que mejoren la conectividad hacia nuestros terminales de Talcahuano y San Vicente, usos compartidos de espacios puerto ciudad y al diálogo con la comunidad.

Por otra parte, a través del Comité Portuario de Coordinación de Servicios Públicos buscamos mejorar la eficiencia y la coordinación de los procesos de comercio exterior en los terminales, ejemplo de ello es la implementación de protocolos para procesos de recepción y despacho de las naves, acciones en coordinación con COMLOG. Al respecto, desde 2016, y siguiendo las directrices del Ministerio de

Transportes y Telecomunicaciones, hemos promovido el funcionamiento de la Comunidad Logística de Talcahuano-COMLOG, con la participación de actores privados de la industria logística portuaria, con el objetivo de promover mejora continua en los procesos logísticos de comercio exterior.

Este es un proceso que ha requerido plantearse nuevas preguntas sobre como el sistema puede funcionar más eficiente, para ello la cooperación y coordinación han sido clave en los avances logrados a la fecha.

Para nuestra gestión ha sido importante observar las experiencias exitosas de otras partes del mundo, por ejemplo como se han apoyado en plataformas electrónicas de coordinación, tipo port community system para agilizar y dotar de trazabilidad en la logística de los puertos y de la cadena logística asociada.

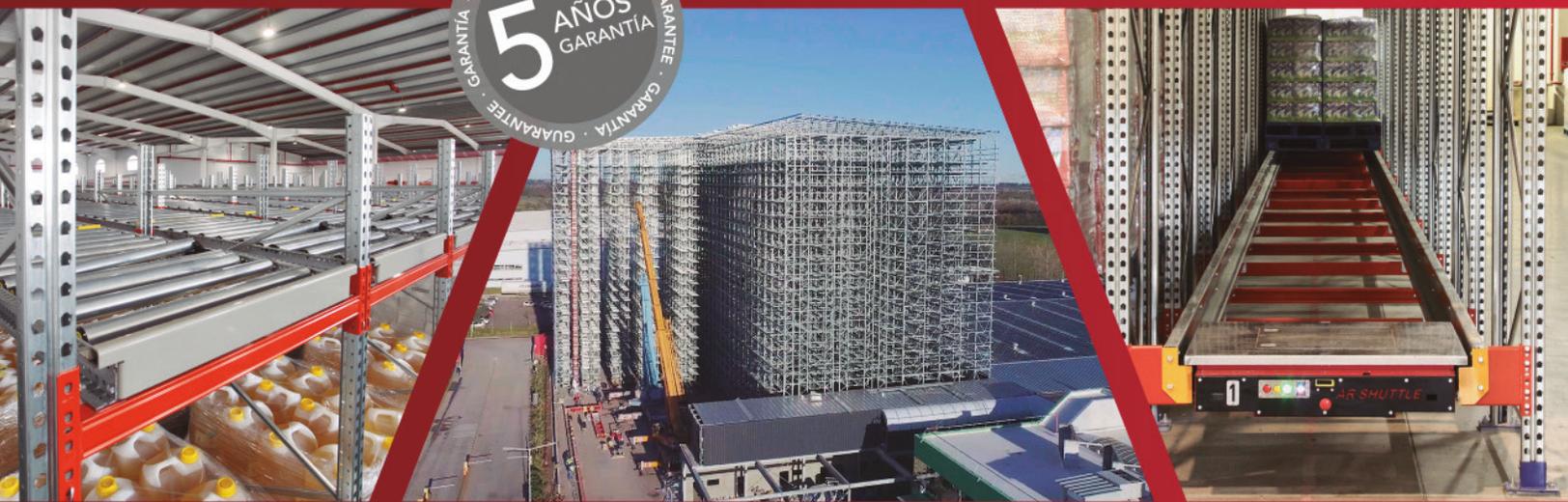
En esta dirección está el diseño de un módulo base para PCS promovido por el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y el SEP en San Antonio, que podría ser adaptado a las diferentes realidades de nuestros sistemas portuarios.

La industria sigue avanzando y exige la adopción de mecanismos para una logística sin papeles, con altos niveles de seguridad, y ya están en rápido desarrollo diferentes tecnologías como blockchain, u otras. Nuestro camino es seguir avanzando en esta ruta de colaboración con los distintos protagonistas de la logística en Talcahuano y su comunidad.



ar racking
SISTEMAS DE ALMACENAJE

AR STORAGE SOLUTIONS LTDA
Puerto Madero N° 9710, A-379
Comuna de Pudahuel, Santiago
+(56 2) 2955 8588 / +(56 2) 2955 8328
info@ar-racking.com



**RACKS PARA
PALLETS**

- RACK SELECTIVO
- RACKS MÓVILES
- FLOW RACK
- RACK DRIVE IN
- AR SHUTTLE



**SISTEMAS DE
PICKING**

- RACK PICKING MANUAL
- RACK MULTINIVEL
- PICKING DINÁMICO



**RACKS
AUTOMATIZADOS**

- BODEGAS AUTOMATIZADAS
- RACKS AUTOPORTANTES
- MINILOAD

Y más soluciones específicas de
almacenaje.

DISEÑO BAJO NORMA CHILENA NCh2369

GANAR TIEMPO. GANAR ESPACIO.

www.ar-racking.cl





Líder:
Carlos Melo Riquelme,
Académico
Programa Magíster
en Dirección de
Operaciones,
Logística y
Distribución,
Universidad San
Sebastián

CHILE Y SUS DESAFÍOS EN EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA LA HISTORIA DE LOS PUERTOS Y DE LAS CIUDADES QUE LOS ALBERGAN ESTÁN ÍNTIMAMENTE LIGADAS, EN SU MAYORÍA SE HAN DESARROLLADO EN TORNO A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE SURGE DEL COMERCIO DE MERCANCÍAS QUE SE EMBARCAN Y DESEMBARCAN EN SUS MUELLES. ASÍ HA OCURRIDO EN HAMBURGO, SEVILLA, VENECIA, MARSELLA, BUENOS AIRES, CALLAO, POR NOMBRAR ALGUNOS, Y TAMBIÉN EN LOS PUERTOS DE CHILE, COMO TALCAHUANO.

Nuestro país no es una excepción en esta materia: si bien numerosos estudios dan cuenta de que una mayor coordinación entre actores de las cadenas logísticas y la interoperabilidad son hoy el principal desafío del país a la hora de reducir los costos de nuestras cadenas logísticas, la competitividad de nuestra infraestructura logística es un tema que año a año cobra relevancia, convirtiéndose en una necesidad el desarrollo de proyectos que aborden los múltiples desafíos pendientes.

Empecemos desde las estructuras macro: los puertos. El sistema portuario de la macrozona central de Chile es la puerta de entrada para gran parte de la carga contenerizada del país. Hoy contamos con capacidad suficiente, en el corto plazo, para satisfacer los requerimientos de capacidad sin enfrentar escenarios de congestión portuaria.

Sin embargo, las proyecciones de demanda indican que tenemos una ventana de entre 5 a 10 años antes de enfrentar este escenario. Y es ahí donde vemos el futuro con preocupación: el principal proyecto de aumento de capacidad en la zona, el Puerto de Gran Escala de San Antonio, no entrará en operaciones antes de cumpli-

do este plazo, mientras que la alternativa de desarrollo más cercana, el Terminal 2 de Valparaíso, enfrenta un panorama cada vez más incierto respecto a su ejecución. Este escenario debe preocupar a todos los actores del sector logístico; puertos congestionados implican aumentos importantes en los costos de importación y exportación.

Los accesos a los puertos son otro tema relevante. Hoy, los principales puertos del país enfrentan complejos escenarios de congestión en sus accesos, por la falta de inversión en infraestructura y su emplazamiento dentro de ciudades con cada vez mayor tráfico. Mayor congestión en los accesos implica mayores tiempos de viaje y espera para los transportistas y, por lo tanto, menor eficiencia y mayores costos en nuestras cadenas logísticas.

En tercer lugar, la infraestructura nos plantea un desafío relevante de cara a la multimodalidad y al uso del modo ferroviario como actor relevante en el movimiento de cargas. Todos saben del potencial que este modo de transporte tiene en las cadenas logísticas, por la oportunidad de generar economías de escala relevantes, sobre todo en el

transporte de graneles y carga contenerizada, lo que genera menores costos de transporte por unidad. Sin embargo, la infraestructura nuevamente no nos acompaña.

Solo en la región del Bío Bío existe un desarrollo de infraestructura que permite acceder de manera simple a los trenes al puerto, lo que se refleja en la relevancia que este modo de transporte adquiere en dicho territorio. Pero en el resto del país el porcentaje de participación del tren en el movimiento de carga es muy bajo. Mala accesibilidad a los puertos, unido a la inexistencia de Centros de Intercambio Modal entre tren y camiones, generan este escenario.

Chile enfrenta decisiones fundamentales para el desarrollo logístico del país, y la infraestructura es parte de dicho escenario. Es clave que todos los distintos actores de las cadenas logísticas ponderen la relevancia de este tema, y generemos consensos sobre los objetivos que queremos alcanzar, avanzando en estos desafíos y así aprovechar al máximo las oportunidades de desarrollo y mejora para la competitividad del sector.

SOLUCIÓN LOGÍSTICA TOTAL PARA SUS PRODUCTOS PELIGROSOS E INFLAMABLES



ALMACENAMIENTO
TRANSPORTE
SERVICIOS LOGÍSTICOS



RETIRO DE PUERTO
ENTREGA A CLIENTE



ETIQUETADO Y
SERVICIOS
DS 43



CENTRO DISTRIBUCIÓN
AUTORIZADO
UYD SEREMI

WWW.WHSP.CL

(+56 2) 2707 4900

- ISO 9001:2008
- ISO 14001:2004
- OHSAS 18001





Líder:
Christian de Amesti
Legal, Compliance
& Risk mitigation
Instituto
Internacional de
Ética Empresarial y
Cumplimiento

COMPLIANCE EN OPERACIONES LOGÍSTICAS HABLAR DE “COMPLIANCE” O “MITIGACIÓN DE RIESGOS” EN LAS EMPRESAS YA ES COMÚN, Y AQUELLAS INSERTAS EN EL ÁMBITO DE OPERACIONES LOGÍSTICAS, SUPPLY CHAIN, BODEGAJE E INMOBILIARIO NO ESTÁN AJENAS AL CONCEPTO. LOS PROCESOS INTERNOS DE UNA ORGANIZACIÓN EXIGEN CONSTANTES ACTUALIZACIONES, APROVECHANDO SINERGIAS POSITIVAS EN BÚSQUEDA DE REDUCIR COSTOS, PERO SIN PERDER EL RUMBO DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO.

Las leyes se han ido actualizando, especialmente este último año, y normas que antes sólo regulaban actuaciones con funcionarios públicos ahora vigilan fuertemente el rol privado con sanciones civiles y penales cada vez más altas.

En diciembre de 2003 surge la ley 19.913 que creó la **Unidad de Análisis Financiero (UAF)**, punto de partida en Chile en cuanto al delito de lavado de activos en operaciones comerciales. Con el surgimiento de la UAF se inicia en Chile la **Prevención de delitos**, impidiendo la utilización del sistema financiero y de otros sectores de la actividad económica, para legitimar ganancias ilícitas.

Pero la gran reforma surge en diciembre de 2009 con la “**Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas**”, a través de la ley 20.393, que sanciona delitos de Soborno a Funcionario Público (nacional o extranjero), Lavado de Activos, Financiamiento al Terrorismo, y posteriormente incorpora la Receptación. La única forma de evitar multas (USD 1,5M aprox.) más prisión de hasta 540 días y un eventual cierre de la empresa, es incorporando el denominado “**MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS (MDP)**”, cuerpo normativo interno con actividades de control para prevenir, evitar y detectar actividades expuestas a delitos cometidos en beneficio de la empresa.

A partir del 2018 con la Ley 21.121, se tipificaron como delitos ciertas prácticas que antes simplemente eran reprochables

moralmente. En efecto, se incorporan otros cuatro delitos a la responsabilidad penal de las empresas: **Negociación incompatible, Corrupción entre privados, Apropiación indebida y la Administración desleal**. Se endurecen las penas criminales (5 años), y la disolución de la persona jurídica se aplica en todos los casos (antes sólo procedente por financiamiento al terrorismo). Se aumenta 15 veces la multa máxima, de UTM 20.000 a UTM 300.000 (de USD 1,5M a USD 21M). Se permite el Comiso del producto del delito y de las ganancias obtenidas ilícitamente.

Profesionalmente, los ejecutivos formalizados en una investigación podrían cesar en sus funciones, todo esto bajo el amparo de responder a las recomendaciones y compromisos del país con la **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)** en cuanto al perfeccionamiento de la legislación Chilena asociada a combatir la corrupción y al establecimiento de penas efectivas, proporcionales y disuasivas.

Especial atención revisten los dos nuevos delitos, “Soborno entre Privados” y “Negociación incompatible”. Actividades de mero reproche como pagos injustificados o sobredimensionados a un proveedor ahora son criminalmente sancionadas. Asimismo, “**se criminaliza el Conflicto de Interés**”, afectando a Gerentes que se relacionan con dichas fuentes de conflicto, y especialmente impactando al Gerente General y Directores por su responsabilidad corporativa.

Pero esto suma y sigue. En 2019, la ley 21.132 (Ley General de pesca), incorpora otros cuatro delitos a la responsabilidad penal de Empresas: Contaminación de Aguas, Captura de productos en veda, Pesca ilegal de recursos del fondo marino, y Procesamiento y almacenamiento de productos escasos sin acreditar origen legal.

Del mismo modo, pronto será promulgada la **Ley sobre delitos Ambientales**, sancionando a empresas y ejecutivos por actividades que irroguen daño ambiental, incrementando la severidad de las penas económicas y criminales si la afectación es a una zona protegida.

En conclusión, ahora es propio hablar de un “**Marco Normativo en Compliance Empresarial**”, que sanciona con altas penas civiles y criminales, tanto a la Empresa como a Ejecutivos y Directores. El único medio de mitigar riesgos es implementando un **Sistema de Compliance**, liderado por un Compliance Officer que dirija el plan comercial, supervise contratos y procesos, nutriendo una **Matriz de Riesgos** que dimensione actividades expuestas e introduzca planes de acción, sin entorpecer ni burocratizar la agilidad del negocio, lo que se traducirá en buenas prácticas comerciales, respeto a las normas de libre competencia, apoyo y seguridad al gobierno corporativo, y en definitiva un fortalecimiento en la reputación empresarial.

ARRIMAQ®

Todas las soluciones en un solo lugar

LÍDER EN VENTA DE EQUIPOS PARA EL MANEJO DE MATERIALES



En los
últimos
7 años (*)

(*) Fuente WITS World International Trucks Statistics

Somos Representantes exclusivos de:



RAYMOND

FAAM

Fronius
SHIFTING THE LIMITS

BRAVI
PLATFORMS

En ARRIMAQ somos expertos en maquinaria para el movimiento de materiales, entregamos toda la asesoría necesaria para que conozca detalladamente en que consiste cada uno de nuestros equipos, su funcionamiento, los beneficios que proporciona y la posibilidad de apoyarlos a gestionar su flota.

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



RED MEGACENTRO OBTIENE CERTIFICACIÓN DE EMPRESA B

50

En abril pasado, Red Megacentro fue certificada por B Lab como Empresa B, convirtiéndose en la primera compañía chilena de bodegaje en ser reconocida por este organismo internacional. Con esto, se une al movimiento global de empresas y personas que buscan construir una nueva economía, usando la fuerza del mercado para resolver problemas sociales y ambientales a nivel local y global

“SER UNA MEJOR ORGANIZACIÓN PARA EL MUNDO”. La premisa expuesta es uno de los pilares que sustenta al denominado “Movimiento B”, una tendencia que se ha venido consolidando en el sector empresarial a nivel global y que tiene como objetivo cambiar la forma de hacer

‘empresa’, redefiniendo el sentido de lo que se conoce como “éxito empresarial”. En lo específico, aquellas organizaciones que alcanzan la categoría de “Empresa B” se comprometen a cumplir con los más altos estándares en términos de desempeño social, ambiental, transparencia y res-

ponsabilidad empresarial, con el objetivo de crear valor para la sociedad, generando un triple impacto positivo en materia económica, social y medioambiental.

A este respecto, según datos aportados por B Lab, organismo internacional sin fines de lucro, creador del movimiento y encargado de otorgar la certificación de Empresa B a nivel mundial, “en la actualidad existen más de 2.800 Empresas B a nivel mundial que pertenecen a más de 130 industrias diferentes, en 60 países”. En Chile, en tanto, existen más de 140 empresas que han alcanzado la Certificación como Empresa B. De hecho, nuestro país lidera la participación en este movimiento a nivel latinoamericano, seguido de Brasil, Argentina y Colombia.

En este contexto, cabe destacar que en abril pasado y tras un riguroso proceso de medición y trabajo, Red Megacentro - una de las compañías pioneras en el negocio de logística y bodegaje a nivel nacional - alcanzó la categoría de Empresa B, convirtiéndose en la primera empresa chile-



na del rubro en ser reconocida por el organismo internacional. A este respecto, Luis Felipe Lehuédé, Gerente General de Red Megacentro, manifestó que “estamos muy orgullosos de ser una Empresa B Certificada y formar parte de este movimiento global de empresas y personas que usan la fuerza de los negocios para desarrollar una economía más inclusiva y sostenible”, agregando que “ser una Empresa B Certificada refuerza nuestro compromiso por dar soluciones concretas y sostenibles a los problemas de nuestro entorno”.

CAMBIANDO LA FORMA DE ‘HACER EMPRESA’

Consultado respecto a los motivos que los llevó a emprender el proceso de certificación para alcanzar la categoría de Empresa B, el Gerente General de Red Megacentro comentó que “siempre tuvimos el anhelo de formar un negocio diferente; una compañía que no sólo se enfocara en generar ingresos, sino también, ser un agente de cambio para el país a través de sus operaciones”.

De hecho, desde sus inicios -en 1995- Red Megacentro ha buscado contribuir al desarrollo de espacios urbanos sostenibles, inclusivos y seguros, a través de una red de centros de negocios, infraestructura logística y de servicios innovadores y de excelencia.

Dicho propósito se ha traducido en iniciativas concretas a lo largo de su historia, entre las que destacan el desarrollo de más de 30 proyectos inmobiliarios de reciclaje urbano, tanto en Chile como en Perú y EE.UU., países en los que tiene operaciones; el trabajo estrecho con las comunidades cercanas a sus proyectos y la realización de importantes inversiones en materia de eficiencia energética en la construcción de sus centros logísticos y núcleos empresariales; iniciativas que la hacían -sin saberlo- candidata ideal para obtener la categoría de Empresa B.

“Compartíamos en nuestro ADN de negocios, las directrices que este movimiento global promueve”, comentó Luis Felipe Lehuédé. De ahí que al conocer más acerca de este movimiento, Red Megacentro decidiera dar el paso y trabajar para obtener la Certificación.

Luis Felipe Lehuédé
Gerente General
Red Megacentro



En este camino, explicó el ejecutivo, “Red Megacentro se sometió a un riguroso y detallado proceso de evaluación respecto de los impactos positivos de nuestra empresa en cinco áreas: trabajadores, gobernanza, medioambiente, comunidad y clientes”, señalando que, “además, la entidad Certificadora realizó una estricta evaluación de nuestro modelo de negocio, en aras de establecer que cumplíamos con los requisitos para ser una Empresa B Certificada”.

Según explicó el Gerente General de Red Megacentro, una de las acciones clave que debieron emprender para alcanzar la certificación fue la modificación de sus estatutos, “incorporando cláusulas a partir de las cuales nos comprometemos a considerar a los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente de manera vinculante en la toma de decisiones de nuestra compañía”.

En esta línea, Lehuédé comentó que “al ser una Empresa B declaramos que estamos dispuestos a medir y gestionar a nuestra empresa, incluyendo propósito, “accountability” y transparencia, más allá de los aspectos financieros”.

UN AGENTE DE CAMBIO SOCIAL

“En Red Megacentro estamos convencidos de que se necesita de todos los actores para resolver los desafíos sociales y ambientales a los que hoy nos enfrentamos. Para esto, buscamos ser un actor en la revitalización de los barrios con instala-

ciones respetuosas y generosas, tejiendo redes y alianzas con nuestros vecinos y las Municipalidades donde están insertas nuestras operaciones”, manifestó Lehuédé, asegurando que a partir de la Certificación obtenida, dichas intenciones se transforman en un compromiso concreto y permanente.

“No aspiramos a ser una empresa perfecta, pero si entendemos los desafíos y nos comprometemos, mejorando nuestras prácticas y midiendo el impacto que nuestra acción empresarial genera, tanto a nivel comunitario y social como medioambiental”, destacó.

Siempre en torno al compromiso adquirido, el Gerente General destacó hoy no es suficiente con que las empresas maximicen utilidades, generen empleos y paguen impuestos, por el contrario, “se necesita un cambio de visión en el rol que estas tienen a nivel social y global”.



En este contexto, Lehuédé manifestó que “como empresa debemos estar al servicio de las grandes problemáticas sociales y ambientales”, agregando que aquellas empresas que definan un propósito claro en este sentido serán más rentables en el largo plazo. En esta línea, enfatizó que “ya no se trata de un cambio de enfoque ligado a convicción, sino de un cambio necesario que a la larga va a ser la regla a nivel de mercado y como pioneros en la industria de bodegaje nacional nos sentimos orgullosos de dar el primer paso en esta dirección”. ■



ARRIMAQ

SERVICIO PERMANENTE Y ASESORÍA TÉCNICA

52

Afianzar su relación con los clientes es el objetivo principal de la compañía y para lo cual la comunicación, la cercanía, la calidad de servicio y el asesoramiento técnico se han transformado en las principales cartas de diferenciación de Arrimaq. Los frutos de esta estrategia ya se pueden apreciar con el reconocimiento de la industria y la participación de la empresa en importantes proyectos.

CLAVES DEL POSICIONAMIENTO Y SELLO DE ARRIMAQ Con más de 40 años en el mercado, Arrimaq es hoy un líder indiscutible de la industria, en cuanto a participación de mercado y en el tipo de variedad, soluciones y equipamientos que ofrece. Con una visión clara de futuro y

con foco en la calidad, la compañía hoy representa a las más importantes marcas de equipos eléctricos del mundo, tales como BT (Suecia) y Raymond (Estados Unidos), ambas marcas pertenecientes al grupo Toyota Material Handling; lo que les permite ofrecer un amplio portafolio de equi-

pos que van desde transpaletas manual, eléctricas, grúas reach, apiladores, order picker y avanzados equipos para pasillos, con el fin de garantizar la continuidad de la operación de sus clientes; compromiso que Arrimaq tiene en su ADN, a través de un servicio integral que considera opciones como mantenencias preventivas y full service.

De la mano de estas representaciones, Arrimaq ha alcanzado un reconocimiento indiscutido en la industria logística nacional, convirtiéndose en un socio estratégico para grandes, medianas y pequeñas empresas en la manipulación y movimiento de carga en distintas industrias; tareas que son claves en una logística moderna, donde los tiempos, los espacios y los costos operacionales cobran cada vez mayor relevancia.

El sello de Arrimaq en la intralogística ha estado en el servicio y en la asesoría que sus equipos de profesionales entregan a los clientes en los distintos proyectos. En esta línea, Sebastián Ángulo y Ariel Pare-



des, ambos Key Account Manager de la compañía en el segmento de clientes tipo A, recalcan la importancia de ofrecer un servicio de calidad, en una industria donde el equipo, por sí solo, ya se ha transformado en un commodity.

“Estamos enfocados en asesorar logísticamente a nuestros clientes. Arrimaq se diferencia de la competencia por la innovación que tienen sus equipos en diseño y operación; y también, por la gama de soluciones que tenemos a disposición de la industria nacional”, sostiene Angulo.

MÁS QUE UN EQUIPO

Con más de 2500 máquinas arrendadas, el liderazgo de Arrimaq en el mercado es indudable. Y es en este camino, donde factores como el conocimiento técnico, el compromiso, la experiencia y la asesoría constante se han transformado en los ejes centrales de la compañía.

Sin duda, otro de los factores importantes de éxito son “las personas que trabajan en Arrimaq”, enfatiza Paredes. En esta línea, Angulo agrega que “el conocimiento que hemos desarrollado con los años es lo que hoy nos diferencia. Cualquiera puede vender máquinas y cerrar negocios.; pero nosotros hacemos más que eso”.

Dentro del portafolio de equipos que representa Arrimaq se puede encontrar tanto la visión estadounidense como la europea en cuanto a Material Handling, lo que les permite diseñar soluciones a la medida de las necesidades operacionales de los clientes, acudiendo a la amplia variedad de soluciones y equipamientos que dispone. “Somos hoy la empresa con el portafolio más amplio de equipos”, recalca Paredes.

Como parte del servicio, Arrimaq cuenta actualmente con una atención íntegra y eficaz que permite lograr una cercanía con los clientes. Por otra, la empresa tiene la convicción de evolucionar constantemente junto al mercado, dado que los clientes así lo demandan. “Tanto nuestra línea de equipos de fabricación europea

como americana van constantemente evolucionando e innovando; modificaciones y mejoras que están a disposición de nuestros clientes”, sostiene Angulo.

EL ÉXITO TRÁS EL ÉXITO

Los ejecutivos destacaron los logros alcanzados por Arrimaq el 2018, enfatizando en el liderazgo que ha mantenido en el último tiempo, a nivel nacional, en el competitivo mercado logístico chileno.

“Hemos logrado seguir posicionándonos como líderes en el mercado. El año anterior fue redondo para nosotros del punto de vista comercial con participación en grandes proyectos y con muy buenos resultados, destacando –por ejemplo- la incorporación de tecnologías nuevas que logramos aplicar en ellos como control de flota I_Site o la incorporación de baterías de litio. La industria creció en general y eso es bueno para nosotros”, afirma Sebastián Angulo.

El prestigio que tienen las marcas BT y Raymond en el sector “nos permiten ofrecer a nuestros clientes las más importantes innovaciones de la industria, como por ejemplo la incorporación de equipos de Litio, que fue –sin dudas- el tema del 2018 en la industria” según Ariel Paredes

“Contamos con grandes cuentas y ahí la seguridad de nuestros equipos es fundamental. A veces vemos que muchos ponen en juego la continuidad operacional de los clientes con el afán de vender. Nosotros tomamos con seriedad la confianza de nuestros cliente y buscamos asesorar y ofrecer lo que realmente requiere su operación. Esta estrategia nos ha traído grandes beneficios y reconocimientos en este mercado”, enfatiza Paredes. Con la confianza que da el reconocimiento y los logros alcanzados el 2018, la empresa se proyecta positivamente, gracias a la seguridad que entrega el contar con un servicio técnico y atención postventa que marcan diferencias.

“Se nos viene un muy buen año. El éxito trae éxito. Los clientes siempre quieren estar con las compañías que les va bien. Sin soberbia, podemos asegurar que durante años, Arrimaq está en los primeros lugares del mercado”, sostiene Ariel Paredes, KAM de la compañía. ■



ALGUNOS DE LOS EQUIPOS QUE ARRIMAQ OFRECE SON:

Transpaletas Eléctricas con foco en la velocidad y control de la productividad: La BT Levio LPE200Z es una Transpaleta de uso intensivo con conductor montado que ofrece la máxima seguridad a altas velocidades con mejor control en espacios reducidos. El sistema exclusivo BT Powerdrive ofrece un excelente rendimiento de conducción en una amplia gama de aplicaciones de desplazamiento de pallets, tanto con conductor a pie como montado con una capacidad de carga de 2.000 kg.

Grúas Reach: Diseñadas pensando en la seguridad, productividad y maniobrabilidad. Arrimaq presenta la última y más avanzada generación de grúas Reach (5 modelos) con capacidades de carga desde 1.4 a 2.5 toneladas. La nueva gama de Reach BT ha sido desarrollada en base a un intensivo estudio del cliente, están diseñada siguiendo 4 valores: Seguridad, Productividad, Durabilidad y Maniobrabilidad. Todas las Reach BT, incorporan un nuevo y avanzado sistema de control de elevación transicional, con el cual se consigue una alta velocidad de carga y descarga completamente suave.

Order Picker: Versatilidad y resistencia para la preparación de pedidos. Diseñados para un Gran Desempeño gracias a controles intuitivos y variables, ventanas de recolección amplias y mástiles de visualización clara. Productividad, los exclusivos sistema ACR y AC Lift proporcionan una aceleración más rápida y un control de velocidad uniforme.

EL DESAFÍO DE LA ERA DIGITAL LA CAPACITACIÓN DEL RR.HH.

LA DENOMINADA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL HA DESATADO UNA VERTIGINOSA TRANSFORMACIÓN, NO SÓLO A NIVEL PRODUCTIVO Y ECONÓMICO, SINO TAMBIÉN, A NIVEL SOCIAL; REDEFINIENDO -ENTRE OTROS ASPECTOS- EL ACTUAL CONTEXTO LABORAL A NIVEL GLOBAL.

En plena 'Era Digital', la sola implementación de tecnologías en las organizaciones, no basta para crecer y proyectarse en mercados cada vez más competitivos; también, es necesario un cambio de mentalidad a nivel estratégico, un reordenamiento del trabajo y, por supuesto, el desarrollo de habilidades y competencias del recurso humano, lo que implica transformaciones importantes en la cultura organizacional y en las maneras de trabajar para responder a la evolución y dinamismo que exige la Industria 4.0.

En este contexto, no son pocas las voces que aclaman la necesidad de que la industria nacional aborde con más fuerza un proceso de capacitación digital de su capital humano, bajo el entendido de que "toda innovación comienza con las personas". En esta línea, según aduce el último Informe de Competencias Digitales, elaborado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), "la capacitación tecnológica y el desarrollo de talento en las organizaciones ocupa un rol clave en la economía de hoy, sobre todo, si se pretende ir en el camino de la transformación digital". Así, el desarrollo de competencias tecnológicas de la actual y futura fuerza de trabajo, resulta ser un proceso ineludible para que éstas se desenvuelvan de manera próspera en la sociedad digital que se avizora, en términos de empleabilidad e inclusión laboral.

Según estima el Informe, "impulsar y concretar una inyección de tecnología es vital

para la sobrevivencia de una empresa en la actualidad. No obstante, el principal error es creer que las tecnologías son el núcleo y movilizadora de la mayoría de los cambios, pues, si bien son la base de la innovación y tienen un protagonismo incommensurable en la era en la que estamos viviendo, la realidad es que es una herramienta puesta al servicio de los colaboradores, más que el cambio en sí mismo, y por tanto, la transformación empieza por las personas”

DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES

La necesidad de contar con colaboradores que puedan adaptarse al cambio en la Era Digital se torna cada vez más evidente para las compañías, sin importar su rubro. En esta línea, según consigna el estudio de la CCS, “hoy las empresas para responder al entorno requieren de un talento adaptable, colaborativo, estratégico, creativo, receptivo y preparado para los cambios, que logre responder no sólo al quehacer de las empresas, sino que también proponer un nuevo cómo”.

LAS EMPRESAS NECESITAN REVISAR SU GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y PROPONER CAMBIOS DE ENFOQUE, ORIENTADOS HACIA PROPÓSITOS Y VALORES.

Aunque compleja, la tarea, según los analistas, se logrará tomando como base a diferentes estrategias de desarrollo y formación. A ello, debe sumarse la gestión de talento que fomente el compromiso y la retención; todo ello “a través de la propuesta de desafíos que se alineen a los intereses de los colaboradores, oportunidades para crecer y desarrollarse en sus carreras, proporcionar un equilibrio ade-

cuado entre trabajo y vida, y opciones de flexibilidad laboral, rompiendo así el paradigma de que el trabajo corresponde a un lugar más que a una acción, estrategias y expectativas esenciales, sobre todo, para las generaciones más jóvenes”, señala el documento.

¿Cómo se consigue lo anterior? Según explican los analistas, las empresas necesitan revisar su gestión organizacional y proponer cambios de enfoque, orientados hacia propósitos y valores. No obstante, el documento indica que dicho cambio debe provenir de las jerarquías, y desde ahí insertarse promoviendo una mayor autonomía y horizontalidad. Todo ello implica un trabajo en la cultura organizacional, “que va mucho más allá que una sesión de coaching que motive a sus colaboradores a trabajar bajo este nuevo contexto laboral exigente y cambiante”, indica el texto; una tarea para la cual se requiere del esfuerzo de todos, y no exclusivamente del departamento de Recursos Humanos.

EL CAPITAL HUMANO PARA LA LOGÍSTICA 4.0

La evolución en la demanda de los consumidores, más exigentes y empoderados a nivel tecnológico, es otro de los factores que están marcando el camino hacia la transformación digital a nivel global, y por cierto, nacional. En esta evolución, el comercio electrónico es clave, puesto que el incesante crecimiento de este canal de venta impacta no sólo a la industria, sino también a su brazo ejecutor: La logística. Si miramos las cifras nacionales, tenemos que los canales de ventas del e-Commerce en el último año ha experimentado un crecimiento del 32% con proyecciones de ventas para 2019 que superan los 7 mil millones de dólares.

Entre los usuarios de este canal, 60% de ellos valora la rapidez de entrega y un 50% discrimina la efectividad en la entrega de los productos. Ante estos índices, los procesos logísticos se ven impulsados hacia la implementación tecnológica en pos de

ejecutar una performance más eficiente y su capital humano, por ende, debe estar a la altura de este nuevo escenario.

Según, indica Sebastián Sapiain, Consultant Engineering, Manufacturing & Supply Chain de Page Personnel, en su columna “Modernización y Profesionalización de la logística en Chile” “las empresas del mercado chileno, las cuales van desde pymes hasta compañías multinacionales, están obligadas a adecuarse a estas nuevas necesidades del mercado en términos de respuesta”.

En este contexto, según estima Sapiain, durante los últimos dos años se evidencia una mayor modernización a nivel de Centros de Distribución y Bodegaje, en donde la capacidad instalada ha crecido en más de un 18%; al tiempo que se evidencia una mayor inversión en tecnologías de soporte logístico. Este cambio, a nivel tecnológico y de procesos en el rubro, ciertamente implica un cambio en el mercado laboral; con lo cual - establece Sapiain- “se están demandando nuevos perfiles con un mayor nivel de profesionalización a nivel operacional, generando una evolución en la formación educacional y manejo de sistemas principalmente”.

“Si consideramos la formación educacional en el área logística, podemos ver que la tendencia durante los últimos 5 años ha sido el fuerte crecimiento en establecimientos de educación superior orientados a carreras relacionadas a este rubro. En promedio la oferta de estas carreras ha aumentado en un 45% por parte de los establecimientos Técnicos, Técnico Profesionales y Universitarios.

En donde el crecimiento más explosivo lo podemos ver más a nivel de Postgrados con cerca de un 80% más respecto a años anteriores, generando mayor foco hacia el desarrollo de herramientas de gestión más sofisticadas que permitan un desempeño óptimo a nivel de operaciones logísticas” indicó Sapiain, asegurando que “esto es netamente consecuencia de una respuesta evidente a la mayor demanda



de perfiles calificados, especializados y relacionados al mercado, en donde sólo las carreras Técnicas en Logística tienen cerca de un 92% de ocupación al primer año de titulados”.

Considerando, a su vez, que el mercado logístico nacional ha incrementado consistentemente la integración de tecnologías de vanguardia para la ejecución de operaciones; tecnologías que permiten un flujo continuo y mayor comunicación entre las diversas áreas relacionadas a la cadena de abastecimiento, almacenaje y distribución; los desafíos para los colaboradores del sector aumentan.

“Hoy en día la migración hacia un sistema ERP, implementación de WMS o TMS, es cada vez más común, ya que las empresas están generando procesos de modernización alineados a las exigencias que propone el mercado. A partir de esto, es de suma relevancia que el personal operativo, supervisores, jefaturas y gerencias estén capacitados en el uso de estas herramientas”, manifestó Sapiain, estableciendo – además- que “actualmente, tres de cada diez trabajadores ya han tenido experiencia en el uso de dichos sistemas”, lo que genera una brecha importante respecto a los perfiles que demandan las compañías, “pues se espera que dentro de los próximos dos años aumente al menos en un 30% más la demanda de personal con dominio de estas herramientas”, indicó.

56

EL DESAFÍO DE LOS COLABORADORES

Frente al escenario actual (y futuro), donde el avance tecnológico y la creciente inversión de las empresas en la adopción de sistemas cada vez más complejos y sofisticados para agilizar todo tipo de procesos es tendencia, cabe preguntarse ¿Cuál es la percepción de los colaboradores y profesionales chilenos frente al desafío de ampliar sus competencias digitales?

En respuesta a la interrogante expuesta, de acuerdo a la última edición del Work-

monitor, estudio trimestral de Randstad, 86% de los encuestados señala que ve como una oportunidad el creciente impacto de la automatización en su empleo, cifra superior al promedio global, que alcanza 74%. Pero no solo eso. 68% cree que la robótica y la inteligencia artificial (IA) tendrán efectos positivos en su trabajo durante los próximos 5 o 10 años, porcentaje que supera la media internacional (59%).

“Si bien, por una parte, es alentador saber que las personas están abiertas a recibir los avances tecnológicos de buena manera; por otra, igualmente es necesario hacer un doble clic en la realidad del país y asumir que la capacitación es un tema indispensable en esta materia”, estimaron los expertos de Randstad, agregando que “tanto empresas como trabajadores deben actualizarse respecto a las nuevas tendencias”.

En un escenario tan desafiante e inexplorable (el de la transformación digital), “existe un porcentaje de profesionales para quienes el desarrollo de las TIC trae consigo la preocupación constante por la extinción de determinadas tareas, sobre todo considerando que solo quienes logren adaptarse a este nuevo paradigma y tengan las competencias necesarias para enfrentar el cambio, estarán capacitados para acceder a las mejores opciones laborales que ofrece el mercado”, indicaron desde Randstad.

De hecho, según cifras aportadas por la multinacional de reclutamiento, un 86% de los trabajadores dice que desea adquirir más habilidades digitales para garantizar su empleabilidad en el futuro, ubicándose por sobre el promedio global (80%) y en la posición número siete del ranking global, entre 34 países.

Esta búsqueda se da, según los analistas de Randstad, “porque a medida que la transformación digital remodela las industrias, los profesionales están cada vez más conscientes de que la capacitación es la forma de mantenerse vigente y la mayo-

ría reconoce que necesita desarrollar skills relacionadas con este campo para evitar volverse invisible a los ojos del avanzado mundo digital”. Básicamente, los trabajadores se están dando cuenta de que la formación es clave para conservar su empleo en una economía en rápida evolución como en la que hoy transitamos.

Obligados, perentoriamente, hacia el cambio, según las cifras del estudio Workmonitor de Randstad, 50% de los encuestados afirma que esta tendencia los obliga a ganar un conjunto de conocimientos que anteriormente no poseían. Cabe preguntarse entonces, ¿quién dirigirá este esfuerzo por mayor capacitación del capital humano?. De acuerdo a los analistas, hoy en día no existe consenso respecto a cómo se llevarán a cabo estas mejoras, lo que seguramente se convertirá en una pregunta crítica para el mundo del trabajo en el futuro cercano.

No obstante, frente al escenario expuesto, resulta lógico afirmar que esta tarea tiene un carácter simbiótico; y es que, por un lado, aquellos empleadores que anticipan un papel cada vez más relevante de la tecnología en los próximos años, deben considerar entre sus estrategias el mantener a los trabajadores actualizados e informados sobre lo que esto significa para ellos, al tiempo que los colaboradores deben estar dispuestos al cambio.

Asimismo, el departamento de recursos humanos y quienes toman las decisiones tienen que entender cuál el estado de actual de su fuerza laboral y cómo podría verse afectada por esta tendencia hacia la implementación tecnológica de los procesos. Así, ser honestos sobre los planes futuros en cuanto al uso de nuevas herramientas, involucrar a los trabajadores en la planificación para que se sientan parte del proceso y, por sobre todo, fomentar el aprendizaje y la adaptabilidad, son aspectos que deben considerarse en el proceso evolutivo. ■



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
www.revistalogistec.com
Sección: Equipamiento | Gestión de Almacenes



Características de nuestros condominios

-  Seguridad 24 Hrs.
-  CCTV Cerco eléctrico
-  Excelente conectividad y ubicación.
-  Espacios Versátiles

venta de Bodegas + Oficina



Disponibles desde 100 m²

 +56 9 4923 4596  +56 22 501 0000

PREDICCIONES TECNOLÓGICAS

¿ESTÁ LA INDUSTRIA LOGÍSTICA EN SINTONÍA CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS?

ACTUALMENTE LA OFERTA DE TECNOLOGÍAS ES DIVERSA. SIN EMBARGO, EL CAMINO HACIA UNA DIGITALIZACIÓN O AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS ES LARGO Y REQUIERE QUE LAS EMPRESAS SE ATREVAN. EN ESTE CONTEXTO, LAS HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE DATOS, MANEJO DE INFORMACIÓN Y “SOLUCIONES DE ORDEN” SON IMPORTANTES PARA QUE LAS EMPRESAS PUEDAN DAR EL PRIMER PASO HACIA LA AUTOMATIZACIÓN DE SUS PROCESOS Y LOGRAR LAS EFICIENCIAS QUE SE PRETENDEN.

¿Estás preparado para para la era digital? ¿Sabes hacia donde se mueve la industria tecnológica para el rubro logístico? ¿Cuáles serán las innovaciones que se verán este año? La rapidez con la que se mueve la industria tecnológica hace necesario que todos los actores que se relacionan con este vertiginoso mundo, deban estar siempre atentos a los nuevos desarrollos y llanos a explorar y profundizar en aquellas tendencias que se avizoran para cada sector.

En esta dinámica, la industria logística se ha convertido, sin duda, en un sector de inmenso atractivo para las compañías tecnológicas. Y es que el desarrollo que la industria de la Supply Chain ha experimentado en los últimos años se relaciona estrechamente con los avances tecnológicos y su implementación, en una relación simbiótica y completamente vigente.

Frente a esta realidad, no es antojadizo afirmar que el desarrollo tecnológico para la cadena de suministro ha sido un factor determinante; un factor que ha llevado al rubro logístico a adquirir mayor notoriedad al interior de las compañías, puesto que gracias al impulso tecnológico los procesos se tornan más eficientes, la respuesta de los consumidores es más positiva, los niveles de venta se incrementa, en fin... Cuando el engranaje logístico funciona, todo funciona.

Considerando entonces que una operación logística eficiente es el mejor marketing que una empresa pueda tener, en la actualidad; la implementación tecnológica es un factor decisivo, ya que es uno de los elementos que inciden en el logro de dichas eficiencias. De ahí que diferentes actores del rubro se sientan motivados y ávidos de integrar a sus operaciones solu-

ciones tecnológicas que permitan alcanzar objetivos de eficiencia específicos. En esa lógica, la tecnología se ha posicionado como un excelente aliado para la logística de cara a la mejora en la productividad y reducción de costos.

Teniendo en cuenta lo dicho, resulta relevante ahondar en aquellas predicciones y tendencias tecnológicas que se vislumbran para Chile, de cara a 2020, y conocer los movimientos del mercado tecnológico nacional; tarea para la cual nos apoyaremos en el Informe “IDC Predictions Chile 2019”, elaborado por la consultora International Data Corporation (IDC).

En esta línea, de acuerdo a la consultora internacional el aumento de la inversión en TI, nuevas habilidades de los profesionales, potencial interacción por voz y desarrollo de las aplicaciones verticales para determinados mercados, son las cuatro predicciones tecnológicas que impactarán al país durante el 2019. En esta línea, según el Informe, la adopción de estas tendencias permitiría a las compañías generar estrategias que les permitan competir de igual a igual en la economía digital.

No obstante, la implementación tecnológica no lo es todo (según lo descrito en el documento). De hecho, según el escrito, las empresas exitosas en materia de implementación tecnológica serán aquellas que –además de invertir– revisen sus modelos de negocios; y que conozcan y trabajen en las competencias digitales de sus equipos de trabajo. Estos dos aspectos descritos son fundamentales para desarrollar una cultura de innovación sólida.

En torno a la importancia del Informe, Natalia Vega, Country Manager de IDC Chile & Perú comentó que “las Predicciones 2019 van a definir las estrategias de las diferentes industrias en Chile para este año, permitiendo que ejecutivos y gerentes puedan desarrollar modelos de negocio basados en plataformas digitales. Esto va en línea con lo que como consultora queremos comunicar respecto del por qué y para qué la Transformación Digital

es fundamental para el crecimiento de sus compañías en esta cuarta revolución industrial”, señaló.

PRINCIPALES TENDENCIAS 2019

Ahora bien, según lo descrito por la consultora, las principales tendencias reconocidas en el documento se explican de la siguiente forma:

AUMENTO EN LA INVERSIÓN DE TI Se espera que para fines del 2020, 6 de cada 10 dólares que se gastan en Tecnologías de Información sean en Tecnologías basadas en la Tercera Plataforma, es decir, Cloud, Big Data & Analítica, Social, Movilidad, IoT, Inteligencia Artificial, Robótica, Impresión 3D, AR/VR, y todas las tecnologías de la segunda plataforma necesarias para su implementación. El rápido crecimiento en su adopción que están teniendo

estas tecnologías se explican principalmente por diferentes factores.

De hecho, una de las razones por la cuales las empresas están aumentando la inversión en estas materias, son los ciberataques y las filtraciones de datos personales que han impactado en diferentes industrias, siendo la banca, la principal afectada.

“Hoy la preocupación de los actuales CIOs y demás ejecutivos C-Level, está puesta en la definición de nuevas estrategias de seguridad centrada en los procesos de negocio, invirtiendo principalmente en tecnologías para mitigar riesgos como el Cloud y la Inteligencia Artificial”, afirmó Matías Fuentes, Analista de Servicios TI de IDC Chile.

NUEVAS HABILIDADES DE LOS PROFESIONALES Las nuevas tecnologías han ido avanzando a pasos agigantados, ha-

ciéndose necesario que las habilidades y la formación de los profesionales en TI vayan de la mano, lo que disminuiría la brecha entre lo requerido por el mercado y lo formado por la academia. En ese sentido, la segunda predicción señala que las nuevas habilidades que el mercado exigirá y que serán fundamentales para las nuevas áreas de la tecnología son: el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la autogestión. Esto ha generado que los CIOs y grandes ejecutivos tengan un nuevo rol.

De acuerdo con IDC, las diferentes líneas de negocio de las empresas han determinado lo que buscan de un CIO: 33% espera que el CIO sea quien innove al identificar partes del negocio que se pueden transformar digitalmente; 25% indica que los altos cargos deben ser quienes busquen nuevas tecnologías que aceleren los procesos de transformación digital, y 24% asegura que el CIO debe liderar estos proyectos de cambios en las empresas.

En la Cadena de Suministros No se Improvisa

Expertos en habilitar ambientes controlados



REFRICENTRO

SANTIAGO - CHILE
 Claudio Arrau 9458,
 Pudahuel. Santiago - Chile
 +56 2 2411 2900
 refricentro@refricentro.cl
 www.refricentro.cl

PUERTO MONTT - CHILE
 Bernardino 1057 - Modulo 14,
 Puerto Montt - Chile
 +56 65 2489 234
 ventaspmc@refricentro.cl

LIMA - PERÚ
 Av. Canadá 1561,
 La Victoria. Lima - Perú
 +51 1 683 2458
 www.refricentro.com.pe

LINKEDIN
<https://www.linkedin.com/company/refricentro-s-a>

● APLICACIONES BASADAS EN INTERACCIÓN POR VOZ

Es un hecho que los avances en tecnología han permitido que la evolución de los dispositivos haya generado un escenario donde es posible tener un aliado en el día a día.

Desde máquinas con teclas, pasando por el desarrollo y la proliferación de tecnología touch -hace más de diez años-, hasta la irrupción de la voz como interfaz, son innovaciones que replantearon la forma en que las personas podían interactuar con las nuevas tecnologías.

IDC proyecta que en cinco años más, 25% de las aplicaciones estarán basadas en interacción por voz, propiciando un potencial de crecimiento importante para algunos equipos como wearables, vehículos y electrodomésticos, llegando a nuevas posibilidades para el e-Commerce, las aplicaciones de servicios y las actividades de salud.

● APLICACIONES VERTICALES PARA REQUISITOS ESPECÍFICOS DE LAS

INDUSTRIAS Se estima que para 2022, las organizaciones gastarán más en aplicaciones verticales que en aquellas que son horizontales; es decir, en software para satisfacer las necesidades que exige el mercado de acuerdo con determinadas industrias. Por ejemplo, organizaciones del área de logística, minería, gobierno o retail, están eligiendo casi dos veces más aplicaciones verticales.

De hecho, solo para este 2019 se proyecta que el crecimiento del mercado de aplicaciones sea de un 8,5%, mientras que aquellas especializadas por vertical cuentan con un pronóstico de 16,7%. Esta diferencia se ve específicamente por la adopción de soluciones IoT que son fundamentales para resolver problemáticas de la industria.

Estas cuatro Predicciones proyectan no solo de qué forma el mercado chileno se moverá involucrando tendencias y tecno-

logías que propiciarán una mejora en el desarrollo de los procesos; sino que también, impulsarán a los ejecutivos a renovar las estrategias para lograr sus objetivos de la mano de la Transformación Digital.

¿RENOVAR ESTRATEGIAS?

La tecnología es un área en constante movimiento. Aplicaciones e innovaciones son incorporadas a las diferentes industrias en busca de mejoras a nivel operacional, en especial en áreas logística, donde toda eficiencia se traduce a la larga en mejores costos.

En esta dinámica, tecnología-implementaciones-costos-éxito, Cencosud centró las mejoras de su CD de Supermercados Jumbo, donde el manejo de los datos fue la clave. En el contexto de la Feria Internacional de Logística y Comercio Exterior, FILCE, Andrés Caro, gerente de Data Science en Cencosud S.A. ahondó en dos de las estrategias que ha realizado esta empresa de retail, las cuales -a su juicio- responden principalmente en el correcto manejo de datos y análisis.

A juicio del ejecutivo, la inteligencia artificial se debe entender como la forma en que “aplicamos sistemas automatizados para solucionar problemas del retail y la logística. La idea es mostrar cuánto podemos hacer para solucionar problemas cotidianos y cuándo se comienzan a pensar en sistemas automatizados”.

En este paso de transformación digital existe, según Caro, muchos mitos, tales como: “hay una máquina donde uno ingresa todos los datos y son capaces de desarrollar productos analíticos. Llevo años en esto, y al parecer esa máquina no existe, hay que inventarla”.

“No existe una consultora de clase mundial que se siente con un retail grande y le diga: esta es la piedra filosofal que te va a transformar digitalmente con herramienta de IA, Machine Learning. Eso no ocurre”,

enfaticó el ejecutivo de Cencosud en su presentación.

Asimismo, el profesional recalzó que el camino a la digitalización es un camino largo y su éxito depende básicamente de “identificar, muy bien, los dolores de cada proceso y tener la suficiente cintura o agilidad en los procesos con el propósito de ir cambiando los objetivos o ir buscando nuevos alcances”.

Considerando las peculiaridades de este proceso de digitalización, Andrés Caro, instó a los asistentes a hacer las cosas al interior de las empresas para que los equipos puedan adquirir el conocimiento que se requiere para ir avanzando en este camino. “Hágalo usted mismo. Tratemos de no contratar grandes consultoras para implementar esto, porque corremos el riesgo que cuando lo hagan no van a aprender lo suficiente para que después lo hagan ustedes mismo. Como esto es un proceso de aprendizaje, es necesario que los equipos tengan suficiente empoderamiento de los problemas para que después tengan la posibilidad de resolver sin ‘tanta’ ayuda externa”, comentó.

¿QUÉ ESTAMOS HACIENDO?

Evitar las filas en las cajas fue la premisa que motivo uno de los procesos de digitalización y mejora al interior de Cencosud. “La gente es capaz de pasearse dos horas comprando, pero al momento de pagar, quieren que eso pase en segundos. Por supuesto, eso es parte de una experiencia memorable y a la vez un desafío para el retail”, comentó Andrés Caro. En esta línea, el ejecutivo sostuvo que, frente a esta problemática, la compañía visualizó dos soluciones:

1 Poner en marcha un sistema de auto pago, es decir, que no hayan cajeras en el lineal de caja. “en este ámbito, generamos una aplicación de pago a través del celular que hoy está en etapa piloto solo en algunos

locales. En tanto, ya existe una aplicación de IA para hacer que la fricción de la caja sea mínima. Así, hoy un 3 a 4% de los clientes del local de Alto Las Condes, por ejemplo, compra con esta aplicación”, explicó Caro.

2 Tener cajas abiertas cuando se necesita y matemáticamente optimizar el lineal de caja. “Tener lo más ajustado posible el número de cajas a las necesidades del clientes es otra estrategia. Para eso ocupamos datos, tales como: El número de compras que se realizan o el forecast o predicción de cuántas ventas tendremos en los próximos meses. Además, consolidamos los datos de los contratos y acuerdos laborales de todas las cajeras; ya que, al optimizar esa información, los colaboradores saben cuándo le toca estar en una caja”, sostuvo el ejecutivo.

Los resultados de este nuevo sistema analítico, implementado por la compañía, es –a juicio del profesional- “un pequeño ahorro matemático que ocurre en una nube, con dos modelos de optimización relativamente sencillos que permiten un ahorro de 20 millones de dólares en toda la cadena. Ya lo hemos hecho en Jumbo con 2.1 millones de dólares de ahorro en el lineal de cajas, lo que también ha repercutido en la experiencia del cliente”, sostuvo Caro.

UNA CUESTIÓN DE ORDEN

¿Cómo ordenamos el clóset? Esa fue la gran pregunta que motivó un nuevo proceso de mejora en Cencosud, enfocado en el área logística. A este respecto, el gerente de Data Science en Cencosud S.A. contó a la audiencia la experiencia del plan implementado en el CD Noviciado de Supermercados Chile que atiende a todo el país (Jumbo y Santa Isabel).

Dada la magnitud del CD, el trabajo que hay adentro es importante, por lo cual – a juicio del profesional- tenerlo optimizado

y ordenador tendría eficiencias altísimas. A modo de información inicial, Caro contó que “en las operaciones de Picking, sólo el recorrido por el CD consume el 80% del tiempo; el 20% del tiempo restante se utiliza en tomar el producto y ponerlo en la unidad de carga. Con este dato en la mano, concluimos que: si lográbamos mejorar los tiempos de viaje al interior del CD, la operación al interior del mismo sería mucho más eficiente”.

Considerando lo anterior, el nuevo proyecto de Cencosud - aplicado en la zona Non-food del CD- tenía como objetivo ordenar el CD (productos en posiciones óptimas) para hacer más eficiente el recorrido. Ahora bien, para llevar a cabo la implementación de este proyecto piloto, se debió –según el ejecutivo- identificar distintas variantes, entre las cuales se contaron:

Densidad de Pallets. “Generalmente los pallets son heterogéneos y se van armando de acuerdo a las órdenes de pedidos, por lo que una de las reglas es que las unidades de carga se van armando primero con los productos más pesados y duros (que quedan abajo) y así minimizar los daños. Con eso, uno debería esperar que los productos más densos estén al inicio del recorrido”, indicó Caro.

Ubicación. “En este punto se tuvo en cuenta la frecuencia con que cada ubicación es visitada, considerando la rotación del producto”, sostuvo el ejecutivo.

Cabe destacar que a nivel total, el proyecto analizó 2625 Ordenes de Trabajos. Al aplicar analítica de datos, la empresa determinó que los yales recorrían 2800 km dentro del CD para generar las órdenes de pedido. “Con el nuevo modelo matemático de optimización numérica, queremos que haya un componente de apilabilidad (que los productos más pesados estén ubicados idealmente en la zona 1, donde parte el recorrido), asociación (creación de grupos por la frecuencia que vienen en las órdenes de trabajo) y el otro componente del modelo es la rotación, es decir,

poner en posiciones preferentes aquellos productos que más se venden”, sostuvo Caro.

Poniendo estos tres principios básicos dentro de un modelo “pudimos ordenar el CD”, afirmó Caro. Con esta nueva configuración, hoy en día, los yales recorren 2500 km. “Este pequeño cambio es, en realidad, muy significativo en ahorro de tiempo y dinero”, sostuvo el vocero de Cencosud.

En esta línea cabe señalar que, antes de poner en marcha el proyecto en el sector Non-Food del CD Noviciado, los costos de Picking rondaban los 4 mil millones de pesos. En tanto, “tras la aplicación del modelo de optimización (que disminuyó el recorrido del CD de 2.800 km a 2500 km) el costo disminuyó a 401 millones en un solo Centro. Si pensamos que Cencosud tiene 10 CD a nivel nacional, el ahorro es realmente significativo con solo ordenar el closet”, explicó Caro.

Tras presentar los casos descritos, Caro concluyó su ponencia asegurando que “con un poco de inteligencia e incorporando soluciones automáticas en la nube, con procesamiento matemático y estadísticos, logramos superar las diversas problemáticas y alcanzar ahorros millonarios; solo, incorporando inteligencia. Este es el primer paso. La idea es ir caminando hacia la automatización”. ■



ALQUILA TU BODEGA

INGRESA AL MERCADO CON UNA SOLUCIÓN CERCANA Y FLEXIBLE

62

De la mano de una buena conectividad y de instalaciones de primer nivel, la empresa busca posicionarse como una alternativa de bodegaje en el sector sur de la Región Metropolitana. “Una bodega boutique”, así definen su servicio, cuya clave está en la cercanía con el cliente y en las proyecciones de crecimiento.

CON EL OBJETIVO DE TRANSFORMARSE EN UNA ALTERNATIVA DE CALIDAD Y EFICIENCIA, Alquila Tu Bodega

inauguró la primera etapa de su Centro de Bodegaje. Con instalaciones de estándar internacional, ubicado en el kilómetro 42

de la Ruta 5 Sur, en la comuna de Paine, se han transformado en una alternativa para las empresas que buscan un lugar para operar en la zona sur de la Región Metropolitana; sector que ha crecido enormemente en los últimos 10 años, a nivel logístico y productivo.

Desde este Centro, la empresa se presenta como un aliado para aquellos que no quieren invertir grandes sumas en instalaciones para el bodegaje, pero que requieren de espacios flexibles y diseñados para responder a las crecientes demandas logísticas y operacionales.

“Queremos ser un aliado para el desarrollo de las empresas, a través de la tercerización de los servicios de almacenamiento. En esa lógica somos un respiro para los clientes, nuestra empresa es un respiro para sus clientes, ya que ofrecemos bodegas con los más altos estándares constructivos, operacionales y de seguridad”, aseguró José Felipe Dablé, socio de Alquila Tu Bodega.



Con la inauguración de la primera etapa del proyecto, la empresa dispuso de 4.200 m² de bodegaje, divididos en tres naves de 1.400m² cada una, subdivisible en instalaciones de 700 m². Ésta corresponde a la primera de 4 etapas que contempla el proyecto, cada una de ellas con 4.200 m².

“Bodegas de 70 metros de fondo y 20 metros de ancho les permite a los clientes diseñar una operación ordenada, lo que le traerá mejoras y eficiencias operacionales incalculables”, añade el ejecutivo.

SOLUCIÓN DE CLASE MUNDIAL

Altos estándares constructivos, servicios de seguridad perimetral, CCTV y excelente ubicación con acceso a las principales carreteras y autopistas son sólo algunas de las características de Alquila Tu Bodega.

“El recinto ha sido diseñado pensando en la seguridad de almacenamiento de los clientes. Para ello se han considerado una serie de características para favorecer un eficiente y seguro desarrollo comercial de quienes confían en nosotros, incorporando –por ejemplo- tecnología con seguridad y portería 24/7, sistema de CCTV, detección de incendio, que incluye una red de ataque rápido al interior de cada bodega y un sistema perimetral con estanque propio; todos aspectos que dan tranquilidad a nuestros clientes”, comenta Dablé.

En cuanto al diseño de las bodegas, el ejecutivo reitera las cualidades de las instalaciones, en cuanto a la libertad que tienen las empresas en el diseño de sus layout.

“Nuestra ventaja es que ofrecemos la posibilidad de diseñar un flujo logístico óptimo en el layout de la bodega que tienen 70 metros de largo, con grandes y amplios portones en los dos cabezales y puertas peatonales, alcanzando los 1.400 m², con la opción de fraccionar la superficie a la mitad (700 m²). Además, cada bodega



tiene oficina y baño”, detalla José Felipe. Así, y de la mano de la calidad de su servicio e instalaciones, Alquila Tu Bodega apuesta por las relaciones comerciales de largo plazo con los clientes, con el objetivo de “ir integrándonos verticalmente e ir creciendo, poco a poco, de la mano de ellos”.

FOCO EN EL SERVICIO

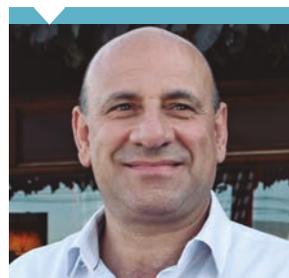
La calidad de las instalaciones, infraestructura y el servicio, son los pilares de Alquila Tu Bodega y así lo expresa su socio, para quien el concepto de “bodegas boutique” refleja la clave de la empresa: cercanía con el cliente y flexibilidad en el servicio.

“Cuando uno va a una cadena de hoteles que cuentan con 200 o 300 habitaciones uno sabe que es costoso y que el servicio es estandarizado. Sin embargo, uno llega a un hotel boutique y se encuentra con un clima diferente, con habitaciones de igual calidad, pero con un servicio más personalizado. Alquila Tu Bodega no es

un mega proyecto, sino un proyecto de bodegas boutique, donde la relación es directa con el cliente, afianzando una calidad de servicio cercana y ejecutiva con respuestas claras ante sus inquietudes y requerimientos”, enfatiza Dablé.

De acuerdo al ejecutivo, actualmente empresas grandes, medianas y pequeñas requieren soluciones de almacenamiento y bodegaje diferentes; y es tarea de los actores de la industria ofrecer soluciones de acuerdo a cada necesidad, “sin perder el foco en el servicio”.

José Felipe Dablé
Socio
Alquila tu Bodega



Tras el éxito de la primera etapa del proyecto, se encuentran construyendo una segunda fase, la cual estará disponible a fines de este año, lo que –en opinión de José Felipe Dablé- “nos permite proyectar un exitoso futuro y eso nos tiene muy contentos”.

Lo que comenzó como una idea, hoy ya es una realidad. Alquila Tu Bodega es actualmente un excelente aliado para las empresas que buscan un lugar para operar con flexibilidad, calidad, buenos accesos y una atención cercana. ■



DERCOMAQ PRESENTA SERIE ELÉCTRICA STILL RX60 CON GRÚA DE ALTO TONELAJE

64

Potentes, compactas y ágiles las RX60 tienen una capacidad de carga desde los 3.500kg hasta los 8.000kg, transformándose en una buena alternativa para las operaciones logísticas. Rendimiento, eficiencia, seguridad, precisión y excelente visibilidad son algunas de las características de este equipo, la cual además ayuda al cuidado del medioambiente.

La marca alemana Still, líder en material handling, distribuida en Chile por DercoMaq, presenta la serie RX60 que incluye

un modelo único que eleva hasta ocho toneladas con un centro de gravedad de 900 mm.

Esta gama de grúas horquillas eléctricas destacan por una mínima demanda energética, visibilidad optimizada, potencia, agilidad y una máxima comodidad para el conductor, siendo una solución óptima para los diversos trabajos de transporte en cualquier industria, tanto en interior como en exterior.

Dichas características transforman a estos equipos en una excelente alternativa para las operaciones logísticas de empresas nacionales; más aun considerando el prestigio en servicio y calidad que ofrece DercoMaq, empresa con más de 30 años de experiencia y con presencia a lo largo de Chile.

Con la representación de importantes marcas como Still, DercoMaq confirma su compromiso con la tecnología de última generación en equipos Warehousing, lo que entrega mejoras en los procesos de sus clientes, donde el apoyo y asesoría en la pre y post venta es fundamental para generar confianza y seguridad en sus clientes.



Cabe destacar que Still es una de las marcas líderes en el negocio industrial, con más de 50 años de trayectoria, que constantemente impresiona con sus nuevos modelos, donde el diseño y calidad de sus carretillas son indiscutibles, tanto en sus versiones eléctricas, diesel y gas.

MAYOR EXCELENCIA

Los nuevos equipos Still RX 60 tienen un diseño compacto y excelente movilidad que no dejan de sorprender. Las características de estos equipos, los ha posicionado como una alternativa moderna, tecnológica y preocupada del medioambiente, ya que no generan emisiones de gases contaminantes y son un medio de transporte altamente eficiente incluso en entornos húmedos y polvorientos; mostrando así su constante renovación.



Junto a esto, incorporan el sistema Blue-Q, un programa que ahorra hasta un 20% de consumo de energía y una batería PowerPlusLife de 1240 Ah que garantiza su uso en varios turnos y un alto rendimiento en el trabajo. Con una capacidad de carga y de elevación que va desde 3,5 a 8 toneladas, las Still RX60 tienen excelente visibilidad gracias al desplazamiento lateral de la cabina y a la posición elevada del asiento. Esto último es un factor muy importante, ya que se puede trabajar más rápido y con mayor precisión y seguridad en el puesto de trabajo.

En cuanto a la velocidad, estos equipos alcanzan hasta 20 km/h con un sistema eléctrico de 80v. Opcionalmente se pue-

den elegir manejo hidráulico por palancas múltiples, minipalancas o joystick y cambios de dirección en columna de dirección, apoyabrazos o por pedal doble, lo que permite adaptarse a las necesidades y estilos de conducción del operario. La velocidad, aceleración y frenado pueden ajustarse individualmente. Nos encontramos con una serie de grúas eléctricas potentes y estables con bajos costos operativos, gracias al bajo consumo energético en todos los procesos, así como también con largos intervalos de mantenimiento.

Es importante también mencionar que más del 95% de materiales utilizados por STILL para la fabricación de las RX-60 son reciclables.

CUALIDADES QUE SUMAN

Potencia: Capacidad de carga nominal de hasta ocho toneladas con un centro de gravedad de la carga de 900 mm. Accionamiento trifásico de 80 V sin mantenimiento. Rotación de mercancías efectiva gracias a la elevada velocidad de traslación de hasta 17 km/h. Suficiente energía para el uso en régimen de varios turnos gracias a la batería de alta capacidad de 1240 Ah y cambio de batería lateral. Batería refrigerada por aire con mayor duración.

Precisión: Óptima configuración de la unidad de accionamiento y control hidráulico para elegir entre el máximo rendimiento de rotación o la máxima eficiencia. La velocidad, la aceleración y el frenado pueden ajustarse individualmente. Manejo sensible y control sin escalonamiento de la velocidad de elevación gracias a la tecnología de válvulas proporcionales. La cabina del conductor desplazada lateralmente brinda una óptima visibilidad de las cargas para permitir un manejo con precisión de la carga. Control intuitivo con pedal único.

Ergonomía: La espaciosa y cómoda cabina del conductor puede configurarse individualmente. Control de potencia hidráu-

lica con volante de dirección pequeño, desplazado óptimamente a la izquierda. Columna de dirección estrecha y ajustable sin molestos instrumentos de pantalla. Pantalla central y unidad de control en el campo de visión del conductor.



Dimensiones compactas: Los tamaños compactos de la carretilla y la excelente movilidad permiten anchuras de pasillos de trabajo de menos de cinco metros. Los bastidores estrechos de la carretilla permiten una elevación eficiente de bloques con las horquillas.

Seguridad: Perfecta visibilidad gracias al asiento del conductor más elevado, la cabina del conductor desplazada lateralmente, la amplia ventana en el tejadillo y el pilar en C en la parte trasera. Niveles óptimos de seguridad gracias al bajo centro de gravedad de la carretilla y el eje de dirección con cojinete oscilante elevado. El parabrisas trasero calefaccionado eléctricamente asegura una visibilidad clara en entornos fríos. El bajo centro de gravedad de la carretilla y un eje de dirección de pivote pendular aseguran una óptima visibilidad. Excelente estabilidad de la carretilla al tomar curvas, sin necesita de asistencia electrónica.

Responsabilidad medioambiental: Bajos costos operativos gracias al reducido consumo energético en todos los ciclos operativos y a largos intervalos de mantenimiento. El modelo de eficiencia Blue-Q ahorra hasta un diez por ciento de energía simplemente pulsando un botón sin ninguna pérdida de rendimiento. Más del 95 por ciento de los materiales instalados son reciclables. ■



EL ROBO DE CAMIONES DE CARGA ES UNA DE LAS PROBLEMÁTICAS MÁS IMPORTANTES QUE DEBE ENFRENTAR EL PROCESO LOGÍSTICO. SE TRATA DE ILÍCITOS DE CARÁCTER VIOLENTO QUE PONEN EN JAQUE A LAS ORGANIZACIONES Y TIENEN UN ALTO IMPACTO SOCIAL, YA QUE SE EJECUTAN EN LAS PRINCIPALES RUTAS DEL PAÍS Y FOCOS URBANOS, LO QUE REPRESENTA, TANTO PARA LAS VÍCTIMAS DIRECTAS COMO PARA EL ENTORNO, UN RIESGO INMINENTE. A CONTINUACIÓN MARCAMOS LAS ZONAS ROJAS EN LAS QUE ESTE ILÍCITO SE CONCENTRA EN LA RM, EL PUNTO DONDE CONFLUYE EL GRUESO DE LAS MERCADERÍAS QUE SE COMERCIALIZAN EN EL PAÍS.



ROBOS DE CAMIONES EN RUTA

EVOLUCIÓN DE LAS ZONAS ROJAS Y EL MODUS OPERANDI EN REGIÓN METROPOLITANA

Miércoles 11 de enero, AM. Vecinos del sector poniente de Renca dan aviso a Carabineros de Chile respecto de actividades ilícitas, desarrollándose al interior de un sitio eriazco aledaño. Se trata del desvalijamiento y trasvasije de mercaderías de dos camiones de alto tonelaje, actividad en la que participaban, al menos 11 individuos; a plena luz del día.

A la llegada de Carabineros al recinto, los individuos se dieron a la fuga, protagonizando así una peligrosa persecución que abarcaría más de 9 comunas del Gran Santiago, en plena Autopista Central, siendo finalmente detenidos -la totalidad de los antisociales- en la comuna de San Bernardo; mientras que la mercadería -avaluada en 100 millones de pesos- fue rescatada en su totalidad.

Todo había comenzado horas antes en la Ruta 68, a la altura de Laguna Carén, cuando otro grupo de la banda criminal, interceptó e intimidó a los conductores de los camiones siniestrados, cuya carga pertenecía a un connotado retail nacional- procediendo al robo de los vehículos y al secuestro de los choferes, que pos-

teriormente serían abandonados ilesos en Renca. Vale mencionar que de los once detenidos -todos mayores de edad- siete tenían detenciones anteriores por delitos relacionados a lo que internacionalmente se conoce como Piratería del Asfalto.

El relato expuesto no es desconocido o inusual para los actores de la cadena logística a nivel nacional e internacional. Bien sabido es que el robo de camiones y carga en ruta es una de las principales problemáticas del proceso de transporte y distribución; eventos delictivos que dejan a su paso damnificados directos como lo son los dueños de las mercaderías sustraídas, las empresas de transporte y logística que desarrollan las operaciones, las compañías aseguradoras y, por cierto, choferes y peonetas que sufren en carne propia la violencia y riesgo vital que la ejecución de este tipo de delito acarrea.

En relación a este tipo de eventos delictivos existen aspectos interesantes de analizar, entre ellos, los modus operandi de estas verdaderas bandas criminales, cifras y estadísticas ligadas a la ocurrencia de estos eventos, así como aquellas estrategias y tecnologías implementadas por estas organizaciones en aras de concretar

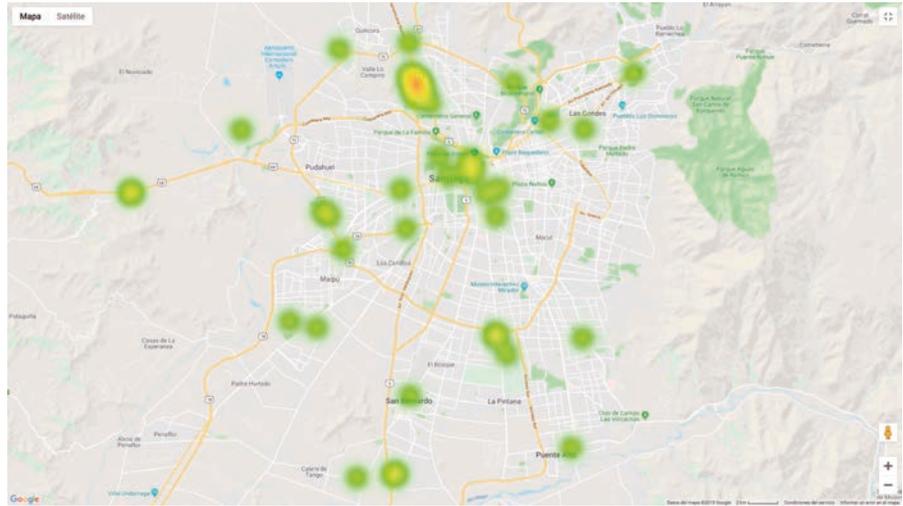
con éxito la reducción de las mercaderías robadas. En el contexto evolutivo de este tipo de delitos, también resulta relevante establecer aquellos sectores de la Región Metropolitana que, en el último periodo, se han consolidado como polos de riesgo para la actividad de transporte, considerando que en ella converge cerca del 80% de la actividad de tránsito de carga terrestre del país.

DEL TRIÁNGULO Y EL GRAN SANTIAGO

Respecto a las cifras que se esgrimen en torno al robo de camiones de alto tonelaje en ruta a nivel nacional, según lo publicado por Carabineros de Chile, entre 2014 y 2017 este tipo de delitos disminuyó en un 69,3%. No obstante, si atendemos al indicador referencial constituido por las denuncias realizadas por las víctimas de estos eventos en el último periodo medido (2018), tenemos que la tendencia a la baja que se había registrado –según cifras oficiales– se rompe, ello considerando que a nivel nacional, el año recién pasado se recibieron 378 denuncias por este tipo de eventos, 25 más que las registradas durante 2017 (353).

Desde la Confederación de Transporte de Carga, en tanto, las cifras son más alarmantes, considerando que la entidad asegura que a nivel nacional se registran 3 robos de camiones al día, por un valor total aproximado que fluctúa entre los 70 y 100 millones de pesos.

Cifras más o cifras menos, lo cierto es que las bandas criminales dedicadas al robo en ruta centran su atención en cargamentos de alto valor y fácil reducción. Siendo el denominado Triángulo de las Bermudas que comprende las rutas San Antonio-Santiago, Valparaíso-Santiago y Américo Vespucio en la RM, el que concentra el 78% de los robos de camiones en el país. Así, históricamente las zonas de mayor peligrosidad de dicho “Triángulo” lo conforman las carreteras 78 y 68, y sus cruces con la circunvalación de Vespucio en la capital, dado que por estas rutas se



traslada el grueso de las mercaderías que llegan desde los puertos de la V Región a los centros de distribución del retail nacional y parques logísticos, ubicados en la periferia de la capital, principalmente en las comunas de Quilicura y Lampa (al norte) Pudahuel y Maipú (al poniente) y San Bernardo (al sur). En este entramado, Américo Vespucio es la autopista que conecta dichas carreteras y por ella transitan los camiones que transportan mercancías desde las bodegas y CDs capitalinos a las tiendas y puntos de venta, entre otros destinos.

A partir de lo expuesto, los cruces de Américo Vespucio con General Velásquez y la Ruta 68, por ejemplo, se han definido como Zonas Rojas, donde se concentran los robos de camiones en la RM. No obstante, según manifestó Paola Escobar, Gerente General para Alto Track, el panorama capitalino en torno al robo de mercaderías en tránsito incluye hoy nuevos sectores complejos, específicamente la zona norte y centro de la RM.

En este contexto, la vocera sostuvo que si bien la zona sur y poniente de la R.M. siguen concentrando un alto porcentaje de robos de camiones en ruta, “el desarrollo de otros sectores de bodegaje en la R.M. en la zona norte de la capital ha generado que éstos cobren más protagonismo en este tipo de eventos. De hecho, según el más reciente estudio realizado por Alto

Track, relacionado al robo de camiones, las comunas de Renca y Santiago se instauran como puntos de origen para este tipo de siniestros. Una realidad que debe tenerse en cuenta por parte de las autoridades y actores del sector”.

Según el estudio mencionado -que analizó 79 casos de hurtos a camiones en ruta durante el periodo enero-diciembre de 2018 y enero-abril de 2019- la comuna de Renca habría sido punto de origen de 10 de los robos analizados por la entidad, mientras que en la comuna de Santiago se habrían originado 8. (Ver Imagen 1). Según el documento, de la muestra aleatoria de casos un 60% se habría concretado en la RM, lo que es concordante con las cifras aportadas en las líneas precedentes.

Según el mapa de calor, desarrollado por Alto Track tras el análisis, la Ruta 5 Norte entra al ranking de las rutas metropolitanas más riesgosas, mientras que la circunvalación de Vespucio (CH70) sigue protagonizando los incidentes, en los cruces mencionados anteriormente, anexándose las conexiones con las rutas Acceso Sur y 5 Norte.

Desde Alto Track estiman que otro aspecto preocupante en torno es este tipo de ilícitos es su ejecución en las zonas carreteras más céntricas de la capital, debido a su connotación e impacto social. Como se exhibe en la georreferenciación (Imagen

NUEVAS

BODEGAS PREMIUM DESDE 700 m²



EXCELENTE CONECTIVIDAD



PORTERÍA 24/7



ATENCIÓN PERSONALIZADA



Bodegas con oficinas desde 700 m²

Capacidad de crecimiento modular.

Alto estándar de almacenamiento.

Estacionamiento para autos y camiones.



Seguridad

Sistema de detección de incendio y ataque rápido en cada bodega.

Red perimetral de combate de incendio con estanque propio.

Circuito cerrado de televisión.



Nos adecuamos a tus necesidades

Cuéntanos acerca de tus requerimientos y te entregamos una solución a tu medida.



Longitudinal Sur Km 42,
Paine, Caletera Poniente



info@alquilatubodega.cl



+569 8888 7844

1), los cruces de la Ruta 5 y General Velásquez a la altura de la Ruta 68 (que enlaza en el Santiago Centro en Av. Libertador Bernardo O'Higgins) concentran 8 de los acontecimientos analizados, lo que estadísticamente implica un 13% de participación de este sector en la ocurrencia de robos de camiones de carga en la RM.

Respecto a las mercaderías más susceptibles de robo a nivel nacional, según las autoridades y asociaciones gremiales, éstas varían de acuerdo a la zona. Así, en la zona Norte, los productos más robados son: Artículos electrónicos (Televisores y smartphones, principalmente), cobre y gasolina; en la Zona Centro Sur (VI, VII, VIII regiones) cigarrillos y alimentos; en la Zona Sur: Salmónes y Madera, mientras que en la Zona Centro, en el denominado Triángulo de las Bermudas, los productos más robados son: Artículos electrónicos, alimentos (principalmente carne), vestuario y calzado.

DE LA EVOLUCIÓN DEL DELITO

Si los sectores de origen de este tipo de delitos están mutando, también lo hace el Modus Operandí, el que a estas alturas puede catalogarse como una verdadera Cadena Logística Criminal. Según, Luis Hernández, Diplomado en Seguridad para el sector logístico y Director de Servicios de Ready2Go, "las bandas dedicadas al robo de camiones de mercaderías son verdaderas 'empresas criminales' que operan con estructuras definidas, tecnologías de vanguardia, procedimientos establecidos e incluso poseen centros de acopio de las mercaderías robadas, desde donde las distribuyen al comercio informal y formal. Vale decir, que estas organizaciones no actúan al azar, sino con mucha inteligencia".

En este punto, según el análisis de las entidades policiales del país, las bandas dedicadas a este tipo de ilícitos son integradas –en promedio– por 8 personas, generalmente mayores de edad; mientras que los robos se realizan por facces espe-

cíficas y altamente especializadas; siendo la primera de ellas la Planificación del ilícito. "Debemos tener en cuenta que estas bandas actúan sobre seguro, 'dateados', como se dice en la jerga, con información clave acerca de las rutas que los caminos transitan, el tipo de mercadería que llevan e incluso las tecnologías de rastreo que poseen", indicó Hernández.

Según el relato del experto, la data de la que disponen estas bandas puede adquirirse de forma consensuada, cuando personal de las empresas afectadas son parte de esta 'empresa criminal'; de forma unilateral, cuando especies de 'topos' se infiltran en los entornos de camioneros u operarios para obtener información a partir de conversaciones cotidianas; e incluso a partir del análisis histórico de las operaciones de transporte, estudiando, por ejemplo, el tipo de carga que moviliza una empresa cotidianamente, las rutas más utilizadas por sus flotas o los horarios de despacho o arribo de mercadería a los CD, bodegas o puntos de venta.

"En la mayoría de los casos, los datos para efectuar este tipo de robos se obtiene por la participación directa de personal de las empresas, pero, en otras ocasiones una simple conversación de un chofer, comentando a dónde se dirige o qué carga deberá llevar la próxima semana es material para que estas bandas actúen. De ahí que sea tan relevante establecer protocolos internos muy estrictos en torno a la información que se maneja en los diferentes estratos, porque cualquier fuga de datos - voluntaria o involuntaria- es crítica", indicó Hernández.

En torno a la ejecución de robo, según describe el experto en concordancia con lo dicho por las autoridades policiales, esta implica la actuación de grupos específicos con tareas concretas. "Podemos identificar, por ejemplo, grupos de avanzada que siguen al camión durante el trayecto hasta el punto donde se realizará el robo. Este grupo es el que cierra el paso al vehículo y en algunos casos, intimida a las escoltas y ponen en funcionamiento inhibidores de

señal GPS de los camiones, tecnologías de alto valor que los delincuentes adquieren por Internet, en la mayoría de los casos. Paralelamente, entra en acción el grupo operativo que intimida y amenaza al conductor, robando el vehículo y la carga o la mercadería, según se establezca en la planificación previa. En este paso del proceso, muchas veces el conductor es reducido y secuestrado por los antisociales para ser abandonado posteriormente".

Tras el robo, otro grupo se dedica a la receptación del vehículo para su desvalijamiento y trasvasije. "En esta fase, muchas veces la carga es consolidada en un vehículo diferente y llevado a centros de acopio ilegal, propiedad de estas bandas criminales. Es desde estas bodegas que se realiza la distribución ilegal de las mercaderías a terceros que procederán a su venta en el comercio informal (ferias, persas e incluso a través de Internet) o en el comercio formal, en tiendas, negocios, almacenes y una gran variedad de comercios que introducen este stock ilegal a su inventario", explicó Hernández.

Otro segmentos, en materia de robo de camiones en tránsito lo constituyen los asaltos "por encargo", que implica la actuación de un 'mandante' que paga a una organización criminal para que haga el trabajo por ellos, utilizando el Modus Operandí descrito y el robo de 'turbas' o "por oportunidad" que es ejecutado en minutos por verdaderas hordas de delincuentes que atacan los vehículos de carga mientras se realizan operaciones de entrega de mercaderías en los puntos de venta.

En esta línea, desde Alto Track indicaron que otro tipo de robo que ha prosperado en el último tiempo tiene como víctimas a los vehículos de reparto más pequeños. En esta línea, destacaron que "este tipo de delitos afecta principalmente a empresas de reparto en general (cigarrillos, alimentación, etc.). No obstante, a partir del pujante comercio electrónico, los vehículos de reparto de esta categoría también son blanco interesante para los antisociales". En este punto, comentaron que en

la perpetración de este tipo de delitos, el nivel de planificación y logística es menor, no obstante, es igual de efectiva.

EL IMPACTO SOCIAL

Si bien, en el imaginario colectivo se pueda creer que el robo de camiones de carga es un ilícito de bajo impacto social, no lo es. De hecho, su ocurrencia afecta transversalmente a la sociedad, a nivel económico y de seguridad pública. Básicamente se trata de robos con violencia e intimidación de alta connotación social que hoy tiene a las autoridades de gobierno, policías y actores del sector en alerta.

A este respecto, uno de los actores claves en la visualización de este tipo de delitos ha sido la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile (CNDC) que ha impulsado un largo trabajo durante la última década, articulando esfuerzos con el Gobierno y las policías, especialmente OS-9 de Carabineros para prevenir

y desmantelar bandas criminales. Desde la asociación gremial, también se ha abordado en extenso esta problemática con la justicia y la Fiscalía Nacional, concordando procedimientos y acciones para frenar este tipo de ilícitos. Resultados ha habido, ya que gracias a la acción de la CNDC, de la mano de las denuncias de las víctimas, y en conjunto con los organismos persecutorios, se logró liquidar a dos grandes organizaciones criminales comandadas por capos mafiosos, dedicados al robo de camiones.

Cabe destacar que actualmente, está en funciones una mesa de trabajo permanente con el Ministerio del Interior y sus organismos dependientes para intercambiar información y concordar estrategias en esta materia. Paralelamente, los gremios han abordado un trabajo con el Ministerio de Obras Públicas para la creación y mejoramiento de seguridad e instalaciones de áreas de servicios en las carreteras para que los camioneros no sean asalta-

dos en las bermas de la carretera cuando descansan. El otro trabajo es preventivo y tiene relación con técnicas para impedir los asaltos. Lo que se puede informar es que, entre otras cosas, hay convenios suscritos con firmas de seguimiento en línea, de GPS y tecnologías avanzadas que están incorporando las empresas que se encuentran en pleno desarrollo.

Sin embargo, hay que tener claridad y reconocer que todo lo que puede hacerse no basta, por la simple razón de que los delincuentes tienen a su favor la ventaja de la iniciativa para perpetrar el delito y de que no hay sistema perfecto para evitar el crimen. Por ahora, como se ha hecho, la clave está en seguir trabajando cada vez mejor para reducir los robos y asaltos de camiones e iniciar una actitud asociativa por parte de los actores de la industria para enfrentar juntos los efectos de estas conductas delictuales. ■



UNIVERSIDAD
SAN SEBASTIAN
FACULTAD DE INGENIERÍA
Y TECNOLOGÍA

30 años

POSTGRADOS | USS

ADMISIÓN 2019

FACULTAD DE INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA MAGÍSTER EN

Dirección de Operaciones, Logística y Distribución

Doble Grado: Universidad de Lleida, España

Director: Jaime Miranda

Sede: Santiago y Concepción

Ingeniería Industrial

Doble Grado: Universidad de Lleida, España

Director: Jaime Miranda

Sede: Santiago y Concepción

BENEFICIOS

Descuentos y beneficios de hasta un **20%***
Pago contado **5%** de descuento

*Consulta por requisitos y cupos. Descuentos no acumulables.

5 ACREDITADA
GESTIÓN INSTITUCIONAL
DOCENCIA DE PREGRADO
VINCULACIÓN CON EL MEDIO
DESDE SEPT. 2016
HASTA SEPT. 2021



ACREDITACIÓN INTERNACIONAL

VIGENCIA
6
AÑOS

AQAS

Agentur für
Qualifizierung
durch Akkreditierung
von Studiengängen



/PostgradosUSS



@postgradosuss



@PostgradosUSS



Postgrados USS

600 771 3000

postgrado@uss.cl

www.postgrados.uss.cl

Un evento comercial de la envergadura del pasado CyberDay pone a prueba la capacidad logística de las empresas participantes, por lo cual –año a año– la preocupación de ellas está en responder de mejor forma al aumento de la demanda que se vive en estos eventos. En esta línea, la preparación del recurso humano es esencial. ¿Qué colaboradores buscan las empresas?

EL PODER DEL CYBERDAY

EMPRESAS SUMAN COLABORADORES EN BUSCA DE MEJORAR SERVICIOS Y TIEMPOS DE ENTREGAS

El Cyberday, evento organizado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), es uno de los encuentros comerciales que mayor movimiento genera en la industria logística chilena. Las empresas se preparan con tiempo para responder al incremento en las ventas online que supone la participación en este tipo de eventos, tanto del punto de vista tecnológico, operacional y logístico, donde contar con el equipo de colaboradores adecuado en número y conocimiento es fundamental para llevar adelante este aumento de la demanda.

Así, tanto el Cyberday como el Cybermonday son una oportunidad para poner a prueba la capacidad de respuesta de las empresas y en esa lógica aumentar el capital humano operacional es una de las alternativas. Hoy existen distintos formatos para poder contratar este personal esporádico. El pasado mes de mayo, la industria se movió entorno al pasado Cyberday que se efectuó entre el lunes 27 y miércoles 29 de mayo. Sin embargo, la

preparación de las empresas se realizó con tiempo y los efectos del incremento de las ventas aún se siente al interior de los Centros de Distribución de algunas empresas, quienes trabajan arduamente para sacar –en tiempo y forma– los pedidos y cumplir con el nivel de servicio que los clientes demandan.

En este sentido, la empresa de outsourcing Grupo Expro proyectó un aumento de 65% en la oferta de trabajos temporales o transitorios vinculados al comercio electrónico, en relación a un mes normal. Entre los cargos más demandados para el e-commerce están los de logística que ocupan el 60% de las ofertas de empleos, puestos administrativos 20% y cargos de apoyo a la venta con 20%, según Grupo Expro.

“A tradicionales fechas como Navidad, reemplazos de vacaciones o Día del Niño que activan el empleo transitorio, en los últimos años se han sumado los distintos eventos de comercio electrónico. Estas

ofertas vinculadas a e-commerce son para trabajos que duran entre tres semanas y un mes, pues cubren la preparación del CyberDay y acciones posteriores como preparación de pedidos”, explica Jimena López, gerente de Reclutamiento y Selección de GrupoExpro.

MÁS LOGÍSTICA, MAYOR SERVICIO

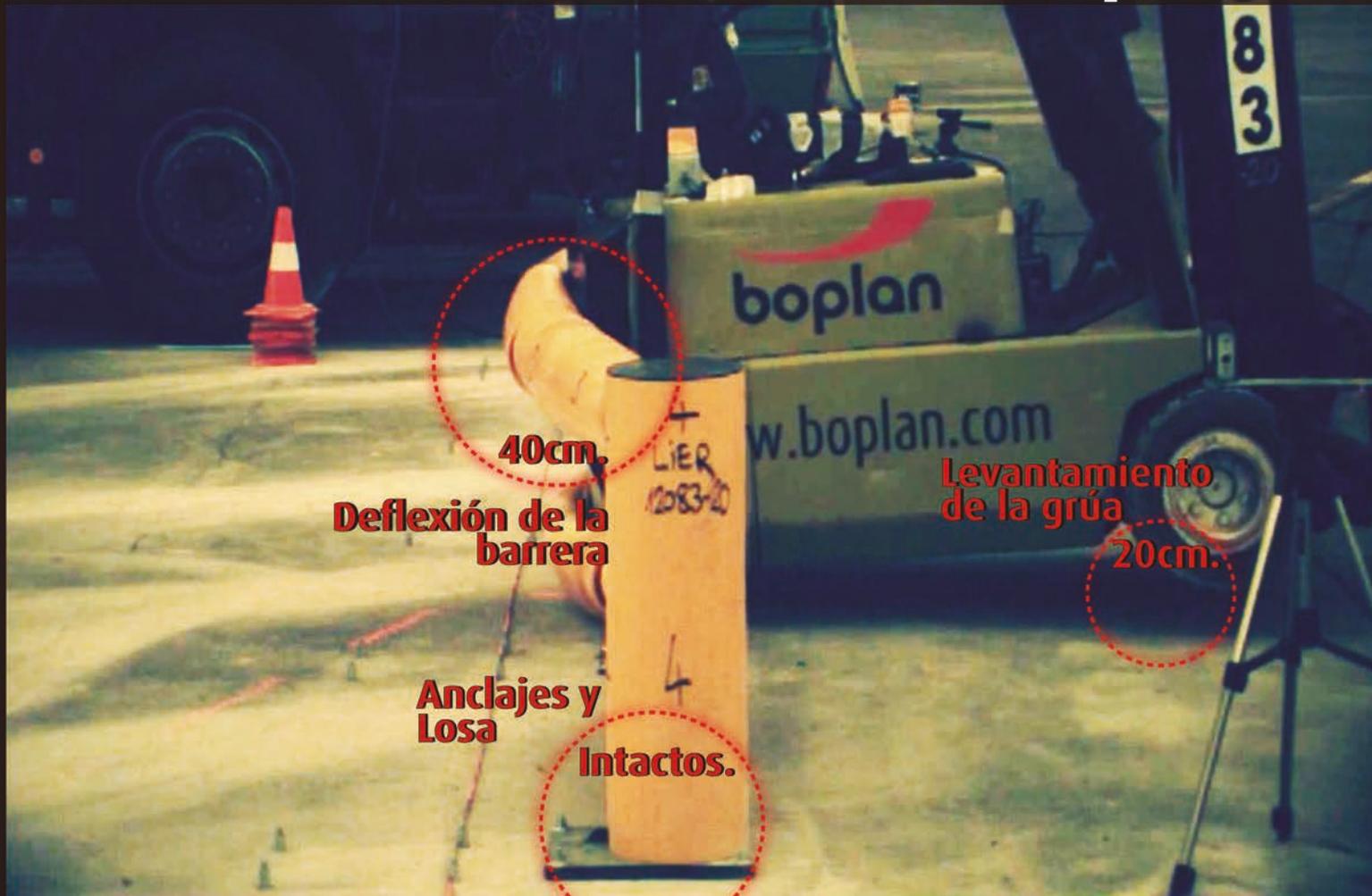
Todas las empresas que participan en estos eventos -la última versión reunió a más de 371 sitios en su versión oficial- buscan ofrecer un servicio adecuado a sus clientes, donde la entrega –en tiempo y forma– junto a un servicio de postventa definido son las claves. Así, reforzar las áreas logísticas, operaciones y de transporte asoman como una forma de potenciar el servicio y prepararse de manera adecuada para hacer frente a la demanda de pedidos.

En esta línea, entre los cargos más requeridos son operarios y gueros de bodegas, digitadores, ejecutivos de call center y de chat virtuales. Inventariar y organizar los productos que llegan a los centros de distribución pre Cyber Day y luego preparar los pedidos para despachos post Cyberday asoman como las principales tareas.

También se requiere un aumento de personal guero, para ubicar los productos en los Racks de los centros de distribución, cargo que requiere una licencia de conducir clase D. En tanto, los asistentes administrativos y digitadores se necesitan para apoyar el ingreso de datos de compras, volúmenes y productos más vendidos, información que requieren con rapidez las empresas que participan en el CyberDay.

Aunque CyberDay es una fecha de comercio electrónico, sigue requiriendo una asistencia humana en la venta. Para esta fecha aumenta, según Grupo Expro, la demanda de cargos de apoyo como ejecutivos que contestan a través de chat virtuales las consultas de los compradores, y especialmente ejecutivos de call center. En cargos de apoyo a la venta, el call center representa 85% y el chat virtual el 15%

¿Qué pasa en tu bodega cuando tienes un accidente con Grúa Horquilla?



*Test de impacto a 18 Km/h, con Grúa de 2,5 Ton.

ACTIVE MEMORY



www.estrellasolitaria.cl



ESTRELLA
SOLITARIA S.A.



de la oferta de empleo temporal. “Si bien es un evento de ventas online, a las personas todavía les gusta tener la respuesta por voz cuando hay problemas en el sistema de pago, se cae la página web, el monto de cobro no aplica el descuento de la promoción o quiere saber si se puede adelantar la fecha de despacho. Por eso, todavía las empresas nos piden más trabajadores para call center que para chat virtual”, explica López.

CERCANÍA CON EL CLIENTE

Por su parte, un estudio de Page Personnel, empresa de reclutamiento especializado de PageGroup, mostró que cada vez más empresas se preparan con mayor anticipación ante estas estratégicas fechas, lo que impulsa un 21% la contratación de profesionales, en comparación al año 2018, especialmente de aquellos puestos ligados al marketing digital.

“Hemos visto un alza en las contrataciones de profesionales relacionados a los canales digitales para formar equipos sólidos, dejando de lado la contratación de agencias digitales como proveedores, y con ello, internalizando el equipo completo de marketing digital. Hoy se busca impulsar las ventas con una comunicación fluida entre la marca y el cliente, potenciando la experiencia de los usuarios, a través de diferentes plataformas digitales”, explicó Macarena Escudero, consultora de Sales & Marketing de Page Personnel.

La experta indica que esta transición se viene dando desde inicios del 2018. “Es una transformación que se ha dado de manera transversal en todas las compañías donde el área pasó de ser un recurso externo, particularmente entre los años 2010 al 2017, a tener una prioridad interna en las diferentes empresas del mercado, debido a la exigencia de los usuarios en los canales digitales”, aseveró. Recalca que una empresa que no invierte en Marketing digital no logrará el posicionamiento de marca o en el top of mind como se hacía años atrás con el marketing tradicional. “Hoy todas las empresas que



quieran evolucionar o aumentar sus ventas deben tener como pilar fundamental del negocio un equipo de marketing digital que trabaje de la mano con un equipo de ventas”, contó la experta. La experta explica que las empresas están buscando profesionales con conocimientos más bien técnicos donde dominar Google Adwords y Analytics es el desde para postular a una vacante.

“Se espera tener dominio en SEO/SEM, TAG MANAGER, UI/UX como mínimo y demostrar altas habilidades para trabajar de la mano con el área comercial para la generación de Leads y estrategia comercial. El trabajo en equipo en esta posición es clave, los cuales pueden apostar por una renta desde \$1.600.000”, dijo Escudero. Añade que los cargos más requeridos son: Analista Marketing Digital, KAM Medios Digitales, Coordinador de marketing Digital, Jefe de Canales Digitales, Content Manager, Coordinador E-commerce; entre otros. “Se trata de puestos

que tienen una alta importancia en el núcleo del negocio y con altas posibilidades de crecimiento, ya que van de la mano de las nuevas forma de compra y de consumo de los usuarios”, concluyó.

Eventos de esta envergadura se han transformado en una importante plataforma de generación de empleo. La clave para posicionarse en la industria logística parece estar en la capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías y también a la visión de servicio que tenga el profesional. En otras palabras, profesionalizar al equipo logístico asoma como una de las claves para enfrentar con éxito situaciones de máximo estrés operacional. El movimiento de la dotación de colaborador no es más que el reflejo de la importancia que tiene el servicio hoy en día. Alcanzar un servicio de primer nivel, donde la logística cumple un rol primordial, es actualmente la única forma de marcar diferencias en un mercado cada vez más competitivo y donde los márgenes cada vez son más estrechos. ■

Pick to Light / Put to Light

Enfasy PTL

Procesos logísticos más simples y eficientes al ser guiados por luces



Productividad

Aumento sobre un 100% de productividad mejorando la exactitud y precisión en el proceso.



Entrenamiento

Fácil uso y aprendizaje. Usuarios entrenados en 15 minutos.



Integración

Fácil y simple con su ERP/WMS/Portales E-Commerce, nativa con Enfasy WMS.



Funcionamiento

Ring Scanner wearable (bluetooth), Hand Held (Wi-Fi) ó lector inalámbrico (bluetooth).

1.236 luces en funcionamiento!
En 40 zonas/muebles!

Enfasy PTL de Valgreti, es una solución de fácil integración para el E-Commerce y la Omnicanalidad que procesa olas de pedidos para:

- E-Commerce, permitiendo imprimir rótulos de courier y factura electrónica.
- Tiendas propias, permitiendo imprimir etiquetas de packing list.
- Distribución Retail/WholeSale imprimiendo rótulo exigido por cada retail.
- Logística inversa, permitiendo ordenar la entrada de mercadería por SKU, marca o alguna otra clasificación.

ACERCA DE NOSOTROS

Valgreti apoya a la logística con soluciones innovadoras y vanguardistas, que aportan valor al negocio de nuestros clientes, asegurando el retorno de la inversión.

www.valgreti.cl
contacto@valgreti.cl
+ 56 2 2993 2796

ALVI EL MAYORISTA PREFERIDO DEL CANAL TRADICIONAL CHILENO CONTINÚA CON SU PLAN DE CENTRALIZACIÓN

TRAS NUEVE MESES DE OPERACIÓN DE SU NUEVO CD, LA FILIAL MAYORISTA DE SMU HA COMENZADO A VER LOS RESULTADOS DE SU TRABAJO DE FORTALECIMIENTO DE SU CADENA DE DISTRIBUCIÓN, LO QUE SE TRADUCE, ENTRE OTROS ASPECTOS, EN UNA MEJORA EN SU ÍNDICE DE DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS EN TIENDA. EN LÍNEA CON LO ANTERIOR, EN LOS PRÓXIMOS MESES ALVI AMPLIARÁ SU ACTUAL CD CON UNA NUEVA SECCIÓN DE FRÍO PARA LA ADMINISTRACIÓN EXCLUSIVA DE PRODUCTOS REFRIGERADOS.

Hoy, SMU es el tercer holding de retail de alimentos en Chile, alcanzando una penetración a nivel de hogares cercana al 80% y una participación de mercado superior al 20%; todo ello, gracias a una estrategia multiformato (supermercados, mayoristas, tiendas de conveniencia y e-grocery), orientada a satisfacer las diferentes ocasiones de consumo de sus clientes a partir de una red que integra más de 500 locales, distribuidos en las 16 regiones del país.

En ese sentido, ALVI, filial mayorista de SMU, ha cobrado gran relevancia a nivel estratégico para el holding, debido a que el mercado mayorista nacional es considerado como un excelente nicho de negocios, con tasas de crecimiento permanentes, incluso en épocas de menor dinamismo económico. Atendiendo a esta realidad, hace aproximadamente dos años, SMU inició su camino de fortalecer la cadena de distribución de ALVI y mejorar la disponibilidad de productos en las 33 tiendas de la marca distribuidas entre Coquimbo y Puerto Montt. Para concre-

tar dicha tarea, un factor decisivo fue la puesta en marcha de un moderno Centro de Distribución, inaugurado en septiembre de 2018, desde el cual ALVI centraliza, estandariza e integra gran parte de su cadena de abastecimiento.

Según explica Martín Celedón, Gerente de Logística y Supply Chain de SMU, “antes de operar en nuestro nuevo Centro de Distribución inaugurado en septiembre de 2018, ALVI realizaba sus operaciones de almacenamiento y abastecimiento a sus tiendas desde su principal de Centro de Distribución ubicado en el sector de Lo Aguirre, Pudahuel, que cual abastece a las tiendas Unimarc y Mayorista10”.

“Con la idea de darle a ALVI un Centro de Distribución propio que permitiera soportar el crecimiento proyectado para la marca se dio inicio a este proyecto que, principalmente, buscaba centralizar e integrar toda la cadena de abastecimiento de ALVI y fortalecer su operación, mejorando de esta forma la disponibilidad de productos en las tiendas, lo cual va en di-



recto beneficio de sus socios comerciantes y almaceneros”, indica el ejecutivo.

Fue así que en septiembre de 2018, se dio el vamos a las operaciones del nuevo CD de ALVI, ubicado en la comuna de Pudahuel, el cual ha permitido al formato lograr mayor autonomía en su abastecimiento, y avanzar en sus niveles de centralización. Al respecto, el ejecutivo señala que “actualmente ALVI maneja el 35% de su venta de forma centralizada, cifra que irá aumentando gradualmente durante los próximos años”. En línea con lo anterior, Martín Celedón explica que la centralización es un factor muy relevante



para el formato. “Estamos convencidos que la centralización trae consigo una serie de beneficios para la cadena de abastecimiento, desde la operación con el proveedor hasta la disponibilidad de los productos en las góndolas de nuestras tiendas; eficiencias que inciden en la productividad, los procesos y la operación de distribución de pedidos”.

Parte importante del proceso de centralización es el trabajo colaborativo con proveedores. Por ello, actualmente SMU cuenta con un programa de Colaboración con Proveedores que ya tiene más de 24 inscritos y que representan un 52% de la

venta a nivel compañía. “Concretamente, el programa permite a los proveedores de ALVI, integrarse en los procesos de abastecimiento del formato con lo cual se logran eficiencias evidentes ya que se comparten de forma directa experiencias en torno a la mejora de los procesos”, indica Celedón.

Lo anterior cobra especial relevancia considerando que desde el CD de ALVI se despachan y reciben alrededor de 30 mil cajas de mercaderías diarias a las tiendas, provenientes de 107 proveedores, un volumen que –según Celedón– irá aumentando en la medida que los nive-

les de centralización también lo hagan. Con respecto a las características y funcionamiento del Centro de Distribución de ALVI, el gerente de Logística de SMU entrega algunos detalles. “Cuenta con 11 andenes de recepción y 11 de despacho, WMS para el manejo óptimo de pedidos e inventario, además de maquinaria de última generación para la preparación de pedidos. Todo ello, permite una capacidad de almacenaje de 10.700 ubicaciones para el almacenamiento de pallets de mercadería”.

A nivel de inventario, el CD ALVI maneja alrededor de 2.500 SKU’s; correspondientes a Productos de Gran Consumo (PGC), tales como perecederos, congelados y secos. En torno al volumen de despacho, en tanto, del 100% de las mercaderías despachadas desde el CD ALVI, el 57% se despacha a las tiendas ubicadas en la Región Metropolitana, mientras que el porcentaje restante (43%) se dirige a regiones. En cuanto el transporte de mercadería, éste se realiza mediante una flota de camiones tercerizada, operación que es permanente monitoreada mediante tecnología GPS y un sistema de control interno, en el cual se consolidan todas las señales de los camiones. De esta forma, existe un completo monitoreo de la ubicación de la flota y temperatura de los productos en tránsito.

Sobre la fuerza laboral del recinto, actualmente en el CD operan 33 personas, quienes trabajan en turnos rotativos de mañana y tarde, cifra que aumentará a alrededor de 50 con la ampliación de la sección de frío proyectada para el segundo semestre de este año.

AMPLIACIÓN DE FRÍO

A nueve meses de la puesta en marcha del CD de ALVI, la evaluación del proceso de centralización y estandarización de los procesos logísticos emprendidos por la marca mayorista ha sido muy positiva, lo que llevó a ALVI a emprender un nuevo proyecto de ampliación de su actual CD que entrará en operaciones durante el segundo semestre de 2019.

Al respecto, Celedón comentó en exclusiva a Revista Logistec que con el objetivo de seguir fortaleciendo los niveles de centralización y disponibilidad de productos en tienda, en agosto próximo inaugurarán una ampliación de su actual CD exclusiva para el manejo de productos refrigerados.

ESTA NUEVA INVERSIÓN LOGÍSTICA SE ALINEA CON EL PROPÓSITO DE ALVI DE ROBUSTECER SU RED LOGÍSTICA, MOTIVO POR EL CUAL ACTUALMENTE ESTÁN ORIENTADOS EN CENTRALIZAR E INTEGRAR SU CADENA DE ABASTECIMIENTO.

“En la actualidad, nuestros proveedores de productos refrigerados despachan directamente desde sus CD o plantas de producción a nuestras tiendas y, con la ampliación prevista, que considera 2.500 m² más de almacenamiento, nuestros proveedores derivarán sus mercaderías a nuestras instalaciones, con lo cual esperamos dar mayor fluidez en los procesos de recepción en tienda para esta categoría”, explicó el ejecutivo.

78

Siempre en torno al proyecto de ampliación, cabe señalar que éste contempló una inversión de más de \$100 millones de pesos. A nivel estructural, en tanto, considera cuatro pasillos de 3,4 metros de ancho cada uno, 3 andenes de recepción de mercadería, 715 ubicaciones de racks e iluminación LED para el ahorro de energía, entre otras características.

Esta nueva inversión logística se alinea con el propósito de ALVI de robustecer su red logística, motivo por el cual actualmente están orientados en centralizar e integrar su cadena de abastecimiento.



Lo anterior, señala Martín Celedón, “con el propósito de fortalecer nuestra cadena de distribución y mejorar la disponibilidad de productos en nuestras tiendas, beneficiando directamente a los socios de ALVI y almaceneros”.

Finalmente, Martín Celedón destacó el actual rol que cumple SMU, a través de su formato para comerciantes, que a la fecha se posiciona como el principal abastecedor del canal tradicional en el país. En esa línea, el vocero expresó que “tenemos plena certeza de la relevancia que tiene la logística como pilar estratégico de nuestra operación, y con este nuevo CD tenemos la convicción que lograremos nuestros objetivos estratégicos para llegar de manera ágil y eficiente a nuestros clientes”.

SOBRE ALVI

La filial mayorista de SMU posee 33 tiendas, distribuidas en 29 comunas del país entre las regiones de Coquimbo y Los

Lagos. Cada uno de los locales se enfoca en la venta Productos de Gran Consumo (PGC), surtido que integra: alimentos perecederos, congelados y secos, los que son abastecidos en gran medida desde su Centro de Distribución ubicado en la comuna de Pudahuel, Región Metropolitana. ALVI está orientado a la compra por volumen, especialmente dirigida a comercios menores, almacenes, botillerías, panaderías, confiterías, kioscos, feriantes y comercio ambulante. Además, la marca atiende a clientes del rubro HORECA (hoteles, restaurantes, casinos e instituciones), todo a través de una atención cercana y confiable.

Paralelamente, cuenta con el Club Mayorista, programa de fidelización que integra a más de 100 mil socios comerciantes que compran mensualmente en sus locales. En este punto cabe destacar que la marca posee gran penetración en el rubro almacenero, de hecho, de los 130 mil almacenes del país, ALVI abastece a 105 mil. ■

UN MUNDO DE SOLUCIONES



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

PARA MAS INFORMACIÓN

tattersallmaquinarias@tattersall.cl



(56) 22799 8000



TATTERSALL
Maquinarias

Antofagasta

Pedro Aguirre Cerda Nº 13358

☎ (56) 55 2578140

Santiago

Av. Américo Vespucio Nº 1365 - Pudahuel

☎ (56) 2 27998000

Concepción

Av. Gran Bretaña Nº 4845

☎ (56) 41 2178800

Puerto Montt

Ruta 5 Sur Km. 1022 C. Pargua

☎ (56) 65 2368206

www.tattersall-maquinarias.cl

Cuando las dos potencias económicas más importantes del mundo se ven enfrentadas en una guerra comercial, donde alzas de aranceles y anuncios de medidas proteccionistas son las principales armas, el mundo entero contiene la respiración y los países se ponen en alerta frente a los efectos que esto podría acarrear para sus respectivas economías. Por lo pronto, aquellas naciones líderes en la industria del calzado y la tecnología (China entre ellas) están viviendo los primeros efectos adversos de la pugna económica. En Chile, en tanto, vemos cómo el precio del Cobre –principal producto de exportación nacional- aún resiste, pero el escenario es aún incierto.

CHINA V/S EE.UU.: LOS MERCADOS EN VILO FRENTE A LOS EFECTOS INEXORABLES DE LA GUERRA COMERCIAL

Es quizás desde la de Guerra Fría, donde Estados Unidos y la entonces Unión de Repúblicas Socialistas y Soviéticas (URSS) se enfrentaban por la hegemonía mundial -con un constante despliegue de poderío, donde la ciencia, la tecnología, la carrera armamentista, la economía y el desarrollo de la industria espacial eran aspectos que entraban al campo de batalla- que no éramos testigos de un enfrentamiento no armado, que puede dejar miles de heridos a nivel mundial a consecuencia de un enfrentamiento económico que aún no alcanza su climax.

Así, la denominada “guerra comercial entre Estados Unidos y China” es un conflicto que hoy tiene al mundo económico y financiero en vilo. Ya que el enfrentamiento entre las dos potencias económicas más importantes del mundo, tiene directas repercusiones en las economías locales de decenas de países a nivel global, incluido Chile. Una de las complejidades que suponen este tipo de conflictos es que – a la

larga- el ganador es difícil de determinar. Muchos de los logros son subjetivos y los alcances poco medibles en el corto plazo. A lo anterior se suma el hecho de que la duración del enfrentamiento comercial es indeterminada y sus efectos incalculables. En todo este entramado, quizás lo más agravante es el hecho de que los gigantes en disputa mantienen en vilo a toda la población mundial, sin dar señales claras de un ‘cese al fuego’.

Así, mientras los mercados del mundo se preocupan, los asesores del presidente estadounidense, Donald Trump, aseguran que la economía de Estados Unidos es lo suficientemente fuerte como para aguantar cualquier golpe; una aseveración que no es del todo real, según los expertos.

En este punto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) advirtió que una escalada en la guerra comercial perjudicaría a la economía de Estados Unidos y al resto del mun-

do, reduciendo un 0,7% del crecimiento mundial para el año 2021. Eso es aproximadamente 600.000 millones de dólares.

TECNOLOGÍA: EL PRIMER DAMNIFICADO

Si hacemos un breve recuento histórico, tenemos que el actual conflicto comercial entre China y Estados Unidos inicia a principios de 2018, luego de que el recién electo presidente de los EE.UU, Donald Trump, anunciara su intención de imponer aranceles de 50 mil millones de dólares a los productos chinos bajo el artículo 301 de la Ley de Comercio de 1974, argumentando un historial de “prácticas desleales de comercio” y el robo de propiedad intelectual.

En represalia, el gobierno chino impuso aranceles a más de 128 productos estadounidenses, incluyendo la soja, una de las principales exportaciones de Estados Unidos a China.

Ojo por ojo, diente por diente. Este refrán refleja el cómo se han dado las cosas en esta tensa relación, donde la seguidilla de anuncios y amenazas han sido parte crucial de la relación entre ambas naciones. En este punto, cabe destacar que el mensaje del mandatario norteamericano se ha basado en un resurgimiento del sentimiento económico “proteccionista”, ante lo que él denomina “la amenaza y juego desleal chino”. Mientras tanto el gigante asiático asegura que sólo “responde al fuego norteamericano”.

Por cierto, nadie cede y el conflicto sólo se recrudece. De hecho, en las últimas semanas el tema se centró en la relación del gobierno norteamericano con la empresa tecnológica Huawei, luego que desde la Casa Blanca prohibieran a las empresas estadounidenses realizar negociaciones comerciales con el gigante tecnológico chino, acusando una “supuesta amenaza a la seguridad del Estado”. Lo anterior generó que Google cortara los lazos con el fabricante chino, generando un fuerte golpe al negocio de los teléfonos móviles



ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES

SOLUCIONES A LA MEDIDA DE CADA EMPRESA

LA VARA



MILAGRO DE NOS



CASAS VIEJAS



SEGURIDAD
24 HORAS



CONECTIVIDAD A
AUTOPISTAS URBANAS



MODERNA ATENCIÓN
PERSONALIZADA

CENTRAL BODEGAS

UBICACIONES ESTRATÉGICAS

SAN BERNARDO - MAIPÚ

13 AÑOS DE EXPERIENCIA

ISO 9001:2015

BUREAU VERITAS
Certification



☎ 22 726 2900 ✉ CONTACTO@CENTRALBODEGAS.CL
WWW.CENTRALBODEGAS.CL



a nivel global. A esta medida se sumaron también compañías como Intel, Qualcomm, Xilinx, entre otras. Por su parte, Huawei asegura que tiene stock suficiente de chips y otros componentes críticos para los próximos tres meses y cuenta con planes de contingencia para hacer frente al cierre del mercado estadounidense, tanto a nivel de software como de hardware.

En tanto, mientras los comercializadores y consumidores de la marca asiática a nivel mundial están a la espera de los efectos que esta nueva 'batalla' acarreará a nivel de servicio y conectividad, los analistas tecnológicos dan por descontado que la pérdida de acceso al mercado estadounidense afectará a su crecimiento y su capacidad de desarrollar las redes 5G. No obstante, este nuevo enfrentamiento trae consigo un nuevo concepto bélico, que los analistas han denominado "guerra fría tecnológica".

Si consideramos esta nueva 'trinchera bélica' lo primero a establecer la importancia de Huawei en el mercado tecnológico. Según estimaciones comerciales, la compañía china superó a Apple como segundo mayor fabricante de teléfonos móviles inteligentes del mundo (la surcoreana Samsung lidera el ranking), con una cuota de mercado mundial del 18% en el primer trimestre del 2019.

Pues bien, con un mercado ganado y un enemigo acérrimo, hoy Huawei debe cambiar su foco de acción. Así, si antes se concentraba en convertirse en la primera compañía del mundo en este sector, hoy debe centrarse en amortiguar las consecuencias del veto estadounidense y consolidarse su actual posición.

Siempre en torno a la guerra comercial, mientras China lidia con la denominada 'guerra fría tecnológica'. Otro flanco se abre desde EE.UU.; esta vez en la industria del calzado. Recientemente, 170 marcas y minoristas del calzado de Estados Unidos firmaron una carta enviada a Donald Trump, donde aseguran que la propuesta de aumento del arancel del 25% al cal-

zado importado de China podría tener consecuencias catastróficas para el sector. Al final, dicen, serían las familias estadounidenses de clase trabajadora las que terminarían pagando el aumento en el gravamen. La medida supondría un coste adicional de US\$ 7.000 millones para los consumidores. Por esta razón, las empresas y marcas como Adidas, Nike o Foot Locker piden terminar con la guerra comercial.

Al cierre de esta edición, Donald Trump tomó otra decisión que movió los mercados. Esta vez sus ojos estuvieron en su vecino país. El mandatario anunció el aumento de aranceles de 5% a "todos los productos que vienen a nuestro país desde México hasta el momento en que los migrantes ilegales que viene de México paren".

"México se ha aprovechado de los Estados Unidos durante décadas. Debido a los Demócratas, nuestras leyes de inmigración son MALAS", afirmó Trump en su cuenta de Twitter y agregó que el vecino país "puede solucionar fácilmente este problema ¡Es hora de que finalmente haga lo que debe hacer!". Se anunció además que el arancel irá aumentando gradualmente "hasta que se solucionen el problema de la inmigración ilegal, momento en que los aranceles serán eliminados".

¿CHILE DEPENDIENTE?

Desde nuestra vereda, en tanto, la situación también es incierta; considerando que EE.UU y China son los principales socios comerciales de Chile, por ende, cualquier movimiento en su economía interna nos afecta directamente. De hecho, las medidas que han tomados los actores de este conflicto ya han generado volatilidades en el mercado chileno, e incluso sus efectos han tenido un cariz político, sobre todo tras la reciente visita realizada por el Presidente Sebastián Piñera a China, la que no fue vista con muy buenos ojos desde la Casa Blanca. En torno a los alcances que este enfrentamiento comercial tiene en nuestra economía, lo primero

a considerar son sus efectos en el precio del cobre. En esta línea, Manuel Viera, Director de la Escuela de Minas de la Universidad de Las Américas, ahondo en este escenario, considerando que China importa casi la mitad del cobre del mundo.

¿Cómo afecta esto a Chile, que tiene una economía basada en exportaciones solo de materias primas? "Exportar materias primas durante 100 años no es el camino para salir del subdesarrollo y seguir exportando otros 100 años más, tampoco lo será; ¿qué hacer entonces cuando factores externos afectan al precio de nuestro principal metal exportable? La solución es clara: Chile debe industrializarse en base a sus ricas materia primas y, así, generaría más mano de obra y más PIB al país, al tiempo que alcanzaría una posición más fuerte ante estos factores externos como la guerra comercial", aseguró Viera.

Ahora bien, considerando el hecho de que China impuso mayores aranceles de exportación para una gran variedad de aparatos electrónicos y domésticos, tales como: cámaras de televisión, equipos de telecomunicaciones y microondas, es decir, a toda la industria electrónica, el académico sostuvo que "los productos electrónicos representan alrededor del 30% de las importaciones totales de Estados Unidos desde China y esto afecta a los precios de los metales, lo que implica que hay metales en riesgo, entre ellos nuestro cobre".

Siempre en torno al rubro minero, el académico aseguró que de no terminar esta guerra comercial "continuará el dolor de cabeza para países como Chile, Perú, México, entre otros, respecto a la volatilidad de los precios del cobre, zinc, plomo, estaño, níquel aluminio". La pregunta clave que tenemos que hacernos como país es –según Manuel Viera– si ¿seguiremos sólo esperando un milagro o se reacciona y se busca una buena estrategia para industrializar las materias primas y, así, minimizar la dependencia de China y otros mercados? ■

RACK SYSTEMS RENTAL ARRIENDO DE RACKS Y ALTILLOS

- Desde 6 meses plazo.
- Más de 80.000 posiciones en arriendo.

 contacto@rackrental.cl

 www.rackrental.cl



SERVICIO DE LOGÍSTICA SUSTENTABLE Y CERO EMISIONES; basado en la utilización de vehículos eléctricos que además usan algoritmos de asignación y optimización de rutas. Así define David Berdichevsky, Cofundador y CEO de Muvsmart, a su exitosa startup, la que hoy se encuentra en proceso de expansión internacional.

MUVSMART SUSTENTABILIDAD Y TECNOLOGÍA PARA LA ÚLTIMA MILLA

SUSTENTABILIDAD Y TECNOLOGÍA HAN SIDO LAS CLAVES DEL ÉXITO. MODELO DE NEGOCIO IMPULSADO POR MUVSMART, EMPRESA QUE OFRECE SOLUCIONES DE ÚLTIMA MILLA, Y QUE HOY LO TIENE ENFRENTANDO UNA VERTIGINOSA ETAPA DE EXPANSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL.

Desde su nacimiento en 2017, esta startup nacional ha puesto foco en entregar valor a sus clientes, a través de la tecnología, para lo cual ha desarrollado una plataforma que incluye algoritmo de optimización de rutas y asignación y ruteo de pedidos. Además, Muvsmart se ha centrado en entregar un servicio 100% sustentable, haciendo entregas con autos y motos eléctricos junto a bicicletas convencionales.

En aras de definir su concepto de negocio, David Berdichevsky, explicó que Muvsmart no es una empresa de software, sino un emprendimiento que se enfoca en procesos de última milla. "Para ello, contamos con flotas de distinto tipo -todas amigables con el medio ambiente- mediante las cuales entregamos servicios de despacho; todo ello, enmarcado en el uso de data para la optimización de rutas".

Según el vocero, Muvsmart "uno de los temas que busca posicionar la compañías es la electro movilidad en Chile", una tendencia que a nivel global ha cobrado gran

protagonismo, sobre todo con el desarrollo de vehículos eléctricos que incluyen tecnologías de automoción; tecnologías que han sido pensadas no sólo para el uso cotidiano, sino también para el sector de transporte y despacho (logístico).



Luis Aburto
Investigador CERET
Ing. Industrial U. de Chile

En este punto, el ejecutivo comentó que hoy, gracias a los cambios en los hábitos de consumo y al boom del comercio electrónico, los productos son un "commodity" por lo cual la gran diferencia está en "la experiencia de compra del consumidor que va desde la navegación en el sitio, el despacho y la entrega".

Y es ante esta nueva dinámica comercial y operacional, donde MuvSmart asoma como una alternativa para sus clientes, según Berdichevsky, "ya que maximizamos la experiencia de compra del cliente a través de la entrega, a partir de la implementación de tecnologías eficientes, operaciones rápidas y un sello sustentable, que es una característica que los clientes y consumidores cada vez aprecian más y que ya están exigiendo". En esta tónica, el vocero sostuvo que "ayudamos a nuestros clientes a mantener un registro de ahorro

de CO2, ser amigable con el medio ambiente y hacer una mejor ciudad".

CARACTERÍSTICAS QUE MARCAN DIFERENCIAS

Tal como comenta David Berdichevsky la tecnología y la sustentabilidad son hoy el sello de la empresa y se han transformado en el factor diferenciador en un mercado cada vez más competitivo y exigido como es el proceso de última milla.

De la mano de una flota propia de seis vehículos, motos y bicicletas eléctricas y convencionales, MuvSmart opera en Santiago con dos tipos de servicios. "uno de ellos, es el servicio programado con entrega Next Day, donde los clientes cargan sus despachos hasta la hora de corte (18:00 horas). Una vez que tenemos los pedidos consolidados, comienza a correr nuestro algoritmo y se asignan los despachos a nuestros Muvi, quienes realizan la entrega en la mañana".

El segundo de los servicios que ofrece esta startup chilena busca responder a la rapidez; factor que se ha transformado en uno de los más exigidos por los consumidores. "Tenemos el servicio Same Day, donde el cliente tiene como hora de corte las 12:00 y lo entregamos durante la tarde".

"Que un producto llegue a la casa del cliente 5 o 7 días después de la compra es algo inconcebible, considerando el nivel que existe en Chile. Hoy los que ganen la batalla serán aquellos actores que pongan foco en la calidad de servicio y en el cliente y su experiencia de compra", recalca David Berdichevsky.

A este respecto, el servicio de MuvSmart opera -según su CEO- con multi pickup y multi delivery. "Podemos hacer retiro desde un CD, desde una pequeña tienda en Santiago o desde la casa de un emprendedor hasta el cliente final.

Con ese modelo tenemos la gracia de que nos ahorramos el paso por una bodega. Hacemos pickup en el cliente y el delivery



al cliente final, lo que hace que la operación sea mucho más eficiente”, detalla el ejecutivo.

INICIATIVAS QUE CAMBIAN EL PANORAMA

El crecimiento de iniciativas como la descrita en las líneas precedentes, ha estado, sin dudas, asociada al desarrollo exponencial que ha tenido el comercio electrónico en Chile. De hecho, actualmente, grandes, medianas y pequeñas empresas ven el e-Commerce un canal de venta con enormes posibilidades de crecimiento y requieren partners que les ayuden a cumplir la promesa de compra.

Es a partir de esta línea de acción que MuvSmart ha ido ganando un lugar en el mundo de la última milla.

“En un comienzo nuestros clientes fueron aquellos que estaban muy comprometidos con la sustentabilidad, que vendían productos orgánicos, reciclados o verdes y que les hacía mucho sentido, en su propuesta de valor, hacer una entrega sin emisiones. Pero en la medida en que hemos ido creciendo y nos hemos ido dando a conocer se han sumado empresas más grandes que valoran el tema de la sustentabilidad y el de la huella de carbono, pero

que ven además que hay un servicio exigente y rápido. (Coca - Cola, Patagonia, Ripley, entre otros)”, comenta David.

Actualmente, MuvSmart entrega aproximadamente 6 mil a 7 mil pedidos mensuales; sin embargo, el CEO de la empresa asegura que están preparados para absorber el doble de movimientos.

“Hoy trabajamos con el mini ticket del retail que son pedidos de hasta 12 kilos, enfocados en productos de tecnología, ropa y food no perecible. No obstante, en la medida en que lleguen nuevos autos eléctricos y que tengamos mayor capacidad vamos a poder ir aumentando al big ticket de retail. Todo dependerá de cómo vaya avanzando el mercado de los autos eléctricos en Chile”, asegura el ejecutivo. Como reflejo del crecimiento de su servicio, la empresa se encuentra en conversaciones con importantes operadores logísticos que “ven con buenos ojos nuestro modelo”, aseguró el vocero.

HACIA LA EXPANSIÓN

¡Esto no se detiene!. Bajo esa premisa opera MuvSmart, quien encontró en la tecnología y, especialmente, en la sustentabilidad un elemento diferenciador que les ha permitido proyectar su servicio a

otras regiones de Chile y también en el extranjero.

Así, y luego de un año de negociaciones, MuvSmart firmó una fusión con la empresa mexicana de última milla “99 minutos”, importante actor azteca que tiene entre sus clientes a Amazon, Liverpool, Mercado Libre en 17 ciudades mexicanas y que además comprometieron una electrificación de su flota en un plan que se espera concretar en 2021. “Queremos ser un actor regional de última milla, abriendo además participación en Bogotá, Colombia, a fines de 2019 y también en la ciudad de Lima, Perú”, afirma Berdichevsky.

Con este desarrollo internacional se busca acelerar el crecimiento y “para una startup la internacionalización es clave y le entrega valor a la empresa”, sostuvo. En cuanto a Chile, Berdichevsky sostuvo que se está explorando las mejores alternativas para extender el servicio en otras ciudades, siempre con foco en el servicio de Última milla, saliendo de CD, de bodegas o tiendas hasta el cliente final. Con todo, el ejecutivo se declaró confiado del desarrollo de su empresa, asegurando que “estamos en el momento justo y en el lugar preciso”.



“Hay una necesidad enorme de las empresas por contar con un servicio rápido y eficiente de última milla. Dado el crecimiento del comercio electrónico estamos en el lugar correcto para ofrecer servicios para aquellos que están vendiendo online. Además, el tema de la huella de carbono ya es un tema relevante para las empresas que miran el impacto que sus operaciones logísticas tienen en el medioambiente y en la sociedad”. ■

CONOCIMIENTOS, TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS LOGÍSTICOS FUERON PARTE DE LA FILCE 2019



86

Con la presencia de importantes actores de la industria logística se llevó a cabo la tercera versión de la Feria Internacional de Logística y Comercio Exterior, FILCE, el pasado 14 y 15 de mayo. El encuentro que se realizó en el Centro de Evento Casa Piedra, en Santiago, tuvo un claro enfoque en las tecnologías que buscan transformarse en un aliado para enfrentar los cambios que experimentan las operaciones de Supply Chain. Los asistentes al evento, entre ellos importantes ejecutivos y tomadores de

decisiones de la industria, tuvieron la oportunidad de conocer importantes tecnologías y servicios logísticos.

De modo paralelo, se desarrolló en la Filce el programa de charlas y conversatorio, el cual contó con la participación de importantes ejecutivos del mundo Retail, Portuario, Minero, entre otros, transformándose en un punto de encuentro para el mundo empresarial y académico.

Soluciones Eficientes para el Manejo de Carga Paletizada en Bodegas y Centros Logísticos

www.americanlift.cl

Apiladores Full Eléctricos

Y Semi Eléctricos, Equipos Versátiles, Livianos de Fácil Manejo,
Rápidos, Eficientes y Ajustables a Maniobras Complejas

Desde \$2.890.000 + IVA

MODELO CLY1535 (Base Ancha)
MODELO CL1535 (Base Angosta)

CONTROLADOR: CURTIS (AMERICANO)
CAPACIDAD DE CARGA: 1500 KG
ANCHO DE HORQUILLA: 210/850 MM
LARGO DE HORQUILLA: 1150 MM
LEVANTE MÁXIMO: 3.5 MTS
LONGITUD TOTAL: 2333 MM
HORAS DE TRABAJO: 4 a 6 HRS. CONTINUAS

40%

DE DESCUENTO EN ALGUNOS PRODUCTOS

LÍNEA SEMI ELÉCTRICOS

CAPACIDAD DE CARGA: 1500 KG
LEVANTE MÁXIMO: 3.5 MTS
HRS. DE TRABAJO: 8 HRS. CONTINUAS
GARANTÍA: 1 AÑO

DESDE \$1.580.000

Productos con 1 año de Garantía. Atención Personalizada, sin Intermediarios,
Importadores Directos, Servicio Técnico Propio y Repuestos

San Pablo 9900 Oficina 203 - Av. Américo Vespucio 400 - Pudahuel, Región Metropolitana
Teléfonos: +562 32495625 - +569 94929244 - ventas@americanlift.cl
www.americanlift.cl - www.americanlift.com

 **AMERICANLIFT**
Let's Do The Work Together

DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA LOGÍSTICA EN CHILE

En cuanto a cuales son los desafíos de la industria logística en Chile y como potenciaríamos la economía en nuestro país a través de esta industria que es sumamente importante, en una primera instancia sería, robustecer y potenciar nuestra economía con nuevas relaciones comerciales con países extranjeros, robustecer las que ya tenemos que sin duda son impactantes, nosotros tenemos una serie de tratados de libre comercio que hacen que nuestras fronteras sean más asequibles que la de muchos otros países de Latinoamérica, tanto para la importación como para la exportación, por lo tanto en esta materia, nuestra industria cumple un rol esencial, puesto que cada mercado nuevo es un desafío nuevo, al cual nosotros debiéramos abordar de la mejor manera y de la mano tanto del ámbito público como privado.



88

De acuerdo con lo anterior y a fin de que efectivamente podamos crecer en materia de la logística en general (importación, exportación, almacenaje, distribución, etc) existe también el desafío de infraestructura, que nos permita el impulso al comercio exterior como corresponde y que nos permita también poder abordar con nuevas tecnologías, personal más capacitado, con una mejor comprensión de a dónde queremos llegar con un objetivo más claro y de tal forma poder ofrecer un mejor servicio en base a todo lo novedoso que se está dando o al potencial desarrollo que pudiésemos tener en distintas áreas de comercio internacional, el tema de infraestructura es importante ya que debemos saber cómo vamos a avanzar, que capacidad tenemos realmente para atender una demanda que realmente queremos atender como país, hay unos factores muy

importantes que debemos abordar en este sentido: Incrementar la productividad, aumentar las inversiones en infraestructura de conectividad, expandir los terminales hoy día existentes, no solo en la región metropolitana sino en todas las regiones de Chile, sobretodo en el Norte y en el Sur, donde tenemos la minería, que es un soporte muy importante para nuestra industria, por lo cual tenemos que enfocarnos no solamente en la capital del país o en la quinta región, sino que también ser un poco mas abiertos u objetivos, y mirar otros puntos del país que igualmente pueden ser un canal de desarrollo sumamente importante y de crecimiento.

Algunos de los aspectos claves a considerar, la relación que tenemos hoy día para solucionar y mejorar la eficiencia del transporte de carga desde y hacia los puertos, donde básicamente en este momento tenemos un 80% de participación, desde donde se moviliza un 80% de la carga que se recibe tanto como la que se exporta.

Otro factor sería fortalecer en paralelo la modernización de las plataformas digitales para coordinar y darle valor agregado a los procesos logísticos, es vital y sumamente trascendente que las operaciones documentadas asociadas a los procesos y a los movimientos de carga pasen por una revisión en materia de digitalización, sobre todo por los organismos públicos fiscalizadores, porque si bien es cierto que los operadores de la cadena logística y los usuarios hoy día están bastante actualizados en estos procesos pero la idea es hacer fluido el intercambio comercial y potenciarse también con otras economías y socios comerciales a través de la tecnología, el uso eficiente de la misma.

Aunque actualmente estemos bien posicionados como país dentro del liderazgo de Latinoamérica, siempre tenemos que estar atentos que es está sucediendo a nuestro alrededor y estar conscientes que no somos los únicos que queremos potenciar en esta materia, por ende la capacitación, el entrenamiento, el constante crecimiento del grupo humano que se desempeña en esta industria tiene que ir acorde a los tiempos y al desarrollo futuro que tengamos como país, creo que esta sintonía hoy día se encuentra un poco débil y debemos fortalecerla a través de estas alianzas público-privadas existentes, que

la gente que se desarrolle y desenvuelva en esta industria sepa a donde queremos llegar como país y estemos todos en la misma orientación.

Como Asociación Gremial estamos preocupados precisamente de que las conversaciones públicos-privadas que se lleve a cabo con los expertos al alero de la asociación y al ala de las distintas entidades públicas que están abordando sobretodo materias de infraestructura, materias de data, de Big Data Center, etc. También estamos muy involucrados con las competencias que tienen que tener los colaboradores que se desarrollan esta industria actualmente, el profesionalismo, por ejemplo: ALOG en estos momentos tiene un convenio firmado con DUOC UC, para poder desarrollar mallas curriculares que sean pertinentes a las necesidades que actualmente tiene nuestro rubro, debido a que las necesidades han ido cambiando mucho en los últimos diez años, por lo cual tenemos que estar actualizados en estas nuevas necesidades y como las vamos a abordar, a través de la asociación estamos preocupados de mantener nuestras certificaciones con las distintas autoridades al día, constantemente estamos actualizando nuestros planes de estudio, toda la información que podamos ofrecerle a nuestros socios y no solo a ellos sino a la industria en general.

En ALOG seguimos preocupados de los avances y de los estudios para saber dónde estamos posicionados actualmente para poder crear un objetivo, por lo cual en esta preocupación decidimos en el 2019 en conjunto con el Ministerio de Transporte y con CORFO en el desarrollo de un estudio denominado: Evaluación de Costos Logísticos y de Comercio Exterior, que es una herramienta súper importante y valida porque está la información desde la fuente principal, esto quiere decir, el importador, el exportador, el agente de carga, el agente de aduana, cómo funcionan los flujos, procesos, etc. Es un estudio muy importante que esperamos presentar este año durante los próximos meses de manera que sea del conocimiento del público en general, es una guía metodología auto contenida.

Cynthia Perisic Ivandic
Gerente General Alog Chile



ORGANIZAN



9º LATAM RETAIL CONGRESSHOP® 2019

SAVE THE DATE

15 / 16
OCTUBRE

CENTRO PARQUE
CHILE

WWW.LATAMRETAILCONGRESSHOP.COM

PARA MAYOR INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES: 22339 1140
RETAILCONGRESSHOP@DF.CL

GOLDEN SPONSORS



SILVER SPONSORS



COLABORADORES



LA NECESIDAD LOGÍSTICA DEL PAÍS EN FELOG CHILE

El inicio de la alianza entre la Corporación Chilena para el Desarrollo y Administración de Estándares “GS1 Chile” y el FELOG de Caleruega, España, poco a poco, ha ido logrando su objetivo de colaborar y promover el intercambio de conocimiento, experiencias y herramientas para el desarrollo de la actividad logística en el país.



El Foro de expertos logísticos ha levantado problemáticas empresariales existentes que no han sido cuestionadas en profundidad, es por eso que, el debate surgido en torno a temas que han nacido, espontáneamente, de mano de estos expertos, hace que FELOG Chile se potencie como una plataforma de actualidad en la logística, dando nuevos enfoques de importancia a las operaciones que mueven productos y servicios en el mundo.

Se busca innovar en formas de interacción que generen ganancias en tiempo y disminución en costos, asociado a un aumento y valoración del capital intelectual empresarial que ha surgido como un fuerte aliado de la optimización de la cadena de suministro, asociado a tecnologías de software, hardware y equipamientos de lectura automática que, día a día, agilizan los movimientos de mercaderías y su identificación, desde la producción a la adquisición por parte del cliente final.

La instancia que genera FELOG Chile en la facilitación de transferencia de conocimiento y búsqueda de soluciones entre profesionales del sector, entrega, además, una mayor visibilidad de temas que hoy son parte de las empresas del país y no sólo en el retail, sino que, en todo ámbito empresarial tanto, de productos, como de servicios, problemáticas que en la era digital han surgido como soluciones a nuevas demandas de clientes, en una logística de ciudades que cada día crecen más y más, que necesitan abastecer de alimentos a sus habitantes que, dado el fácil acceso a la tecnológica actual, muchos han decidido prescindir de la presencia física en la compra y realizar pedidos desde sus smartphones, lo cual es un nuevo desafío para las empresas y sus áreas de logística y abastecimiento.

El crecimiento económico, la profesionalización y las oportunidades laborales son temas transversales al país y son de suma

importancia para las empresas insertas dentro de la cadena de abastecimiento. Ello ha surgido como tema de análisis en la última reunión FELOG 2019, donde se relacionó el crecimiento de las empresas con la profesionalización de la logística.

La gestión de la cadena de suministro y la logística asociada son el elemento central de la competitividad empresarial y cuando existe éxito en ambas, posiblemente, se relacione a un manejo positivo de las distintas y sorpresivas problemáticas surgidas en la operación diaria.

Una rápida solución a los problemas reales, basado en la experiencia y profesionalización de la logística, asegura el buen desempeño de las empresas líderes tanto, en sectores industriales, como en sectores de servicios.

Otras aristas surgidas en FELOG Chile, como apoyo a la modernización de la cadena de abastecimiento, es la digitalización de la economía, el crecimiento del comercio electrónico y la globalización de la información, lo cual ha puesto en el primer puesto la gestión de la cadena de abastecimiento y sus colaboradores.

Hoy, podemos decir que se ha logrado dar un gran paso al poder reunir a importantes personas que, están insertas profesionalmente en la cadena de suministro nacional e internacional, trabajando para dar soluciones prácticas a las problemáticas que afectan a la logística empresarial y que seguirán siendo abordadas con más detalle en las próximas sesiones.

IATA SOSTUVO QUE EL COMERCIO, LOS ESTÁNDARES GLOBALES Y LA MODERNIZACIÓN DEBEN SER LAS PRIORIDADES DEL TRANSPORTE DE CARGA AÉREA

El entorno operativo del sector de carga aérea es cada vez más desafiante. De acuerdo a las cifras que maneja la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por sus siglas en inglés), los volúmenes de carga aérea crecieron un 3,5% en 2018, una desaceleración significativa con respecto a 2017, que registró un crecimiento extraordinario del 9,7%.

El debilitamiento del comercio global, la caída de la confianza del consumidor y los riesgos geopolíticos fueron los principales factores de esta desaceleración general que comenzó a mediados de 2018 y desembocó en una contracción del 1,8% interanual en enero de 2019.

Ante este escenario, y durante 13º Simposio Mundial de Carga Aérea, Alexandre de Juniac, consejero delegado de IATA, llamó tanto a los gobiernos como a la industria de carga aérea a abordar de manera prioritaria tres áreas principales que permitirán adaptarse a la demanda creciente de carga aérea y potenciar los beneficios económicos y sociales de la aviación.

La primera área es la aceleración de la modernización de los procedimientos, para responder de forma eficiente al crecimiento de una demanda que verá duplicarse sus cifras en las dos próximas décadas, y que ya están exigiendo los clientes de los mercados más prometedores, como el comercio electrónico y el transporte de productos sensibles al tiempo y a la temperatura (como productos farmacéuticos y perecederos).

En línea con la resolución sobre la modernización de la carga aérea de la Asamblea General Anual de la IATA de 2017, la asociación de aerolíneas ha pedido la agilización del progreso de digitalización de la

cadena de suministro y un uso más efectivo de los datos para impulsar mejoras en la calidad operativa.

Pero además de los procedimientos, IATA también pidió la modernización de las instalaciones de carga aérea. De Juniac sostuvo que "el comercio electrónico mundial requiere soluciones de almacenamiento automatizadas, con vehículos ecológicos que circulen por estas y empleados equipados con sistemas de inteligencia artificial y herramientas de realidad aumentada.

En general, los almacenes hoy en día cuentan con tecnología avanzada, pero aún hay mucho por hacer" y agregó que el problema ya no es la tecnología sino la velocidad del mercado. "Impulsar el cambio en una industria global, en la que participan un gran número de partes interesadas y donde la seguridad es la máxima prioridad, es un gran desafío. Pero no es misión imposible. Reto a todos los socios a que encuentren formas de impulsar el cambio crítico a la velocidad que esperan nuestros clientes", apuntó el consejero delegado de IATA.

La segunda área de interés que destacó la asociación tiene relación con la implementación y obligatoriedad de una normativa global, cuando sea necesario. En este sentido, De Juniac resaltó dos ejemplos:

■ Estándares globales para el transporte seguro de baterías de litio: "Los estándares globales están siendo ignorados por las empresas deshonestas. Y los gobiernos no ponen empeño en que se cumplan los reglamentos. Incluso vemos, en muchos casos, que se destinan más recursos a la persecución de la falsificación de bolsos Louis Vuitton que a las baterías de litio. Ambos necesitan atención. Pero las baterías de litio son un riesgo para la seguridad. Y es necesario que los gobiernos hagan mejor su trabajo", dijo De Juniac.

■ Implementación de acuerdos globales para un comercio más sencillo, más económico y más rápido: IATA pidió a los gobiernos que implementen tres acuerdos importantes: (1) el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio; (2) el Convenio de Montreal de 1999 (MC99); y (3) Convenio de Kioto Revisado de la Organización Mundial de Aduanas.

Por último, la tercera área a trabajar es la apertura de fronteras al comercio mundial. "El proteccionismo, las tensiones comerciales, el BREXIT y la retórica anti-globalización representan riesgos reales, no sólo para nuestra empresa, sino para el desarrollo de la economía mundial.

JUNGHEINRICH ES RECONOCIDA COMO "MEJOR MARCA LOGÍSTICA"



Jungheinrich es "Beste Logistik Marke 2019" (Mejor Marca Logística). Esta es la tercera vez consecutiva que el experto de intralogística de Hamburgo ha recibido el reconocido premio de la industria, presentado por la revista del rubro "Logistik Heute" y la Asociación Logística Alemana (BVL).

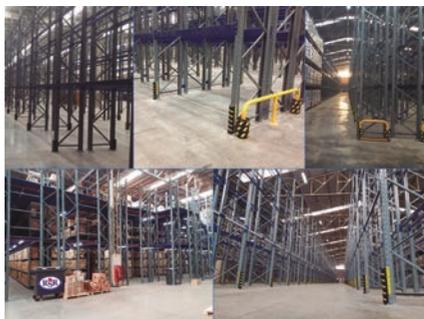
Christian Erlach, miembro de la Junta Directiva de Jungheinrich para Ventas y Marketing, reconoció que "ser nombrados 'Mejor Marca Logística' por tercera vez consecutiva es una gran confirmación del desarrollo exitoso y consistente de Jungheinrich como un proveedor integral de soluciones intralogísticas. Estamos orgullosos de una vez más haber logrado este lugar en esta importante competencia. Continuaremos expandiendo nuestro portafolio de productos confiables, cadenas de procesos bien pensadas y servicio excepcional para el beneficio de nuestros clientes en el futuro".

Los reconocimientos para la empresa alemana no se detienen. El equipo ETV 216i de Jungheinrich, la primera grúa reach en el mundo con batería li-ion completamente integrada, recibió el galardón IFOY en Viena. La decisión del jurado estuvo basada en el "destacado beneficio para el cliente" de la ETV 216i. El jurado enfatizó que la integración de la batería li-ion hecha a medida traería consigo una nueva generación de vehículos.

ARRIENDO DE RACKS, UNA TENDENCIA EN AUMENTO

Hoy en día, la optimización de la capacidad de una bodega es una de las necesidades más importantes de la operación logística, esto se logra principalmente con la utilización de racks, altillos, drive in y otros equipos, dependiendo de la necesidad de la operación.

Pero cuando se trata de una bodega temporal, un proyecto o bien la empresa no quiere o simplemente no puede invertir en equipamiento para su bodega, este ítem se transforma uno de los mayores problemas para el encargado de logística. Rack Systems Rental soluciona este problema, arrienda proyectos personalizados de equipamiento logísticos por periodos de tiempo que van desde los 6 meses.



Cientes como Automotriz Gildemeister, Walmart Chile, Refax Chile, BSG, CCU, Comercial Piwen, entre otros han confiado en la experiencia y el producto que entrega Rack Systems Rental. Y así también lo entendieron Transwarrants y Comercial MS, ambos operadores logísticos, que desde el mes de mayo cuentan con equipamiento provisto por Rack Systems Rental.

ZEAL AMPLÍA ALMACÉN EXTRAPORTUARIO CON AR RACKING

La Zona de Extensión de Apoyo Logístico (ZEAL) es una iniciativa pionera en el sistema portuario chileno que permite una eficiente operación de los flujos de carga, a través del acceso sur del puerto de Valparaíso. ZEAL, ubicado a 11 kilómetros del puerto de Valparaíso, dispone de infraestructura de primer nivel para la realización de la fiscalización de cargas por parte de los organismos del Estado y ofrece una serie de servicios a las cargas transferidas por el puerto de Valparaíso.



AR Racking, la empresa proveedora de soluciones de almacenaje industrial a nivel mundial, con delegación en Santiago de Chile, instaló, en una de sus bodegas de 600 m², el sistema de almacenaje de Rack Selectivo. El proyecto se trata de la ampliación del Almacén Extraportuario, una zona donde se autoriza el almacenamiento de carga y la prestación de un conjunto de servicios asociados a las cargas.

Con la instalación de estas estanterías convencionales para carga paletizada se han logrado 352 posiciones para el almacenamiento de paletas de forma mecánica, por medio de carretillas elevadoras. Según Rodrigo Romo, Jefe de Mantenimiento de ZEAL, "nuestra posición de operador logístico hace imprescindible que nuestras bodegas sean robustas, seguras y de fácil manejo."

VALGRETI PARTICIPÓ EN FILCE 2019

Los días 14 y 15 de mayo se llevó a cabo la Feria Internacional de Logística y Comercio Exterior, Filce 2019, en Casa Piedra, donde Valgreti logró una destacada participación con su stand, donde expuso sus soluciones logísticas: Inventario Mobile (Toma de inventario en línea), Enfasys WMS (Warehouse Management System) y Enfasys PTL (Pick/Put To Light) a las cuales se sumó una innovación que fue un carrito de picking móvil con luces (PickToCart).

Esta innovación obedece a entregar una solución innovadora con la tecnología PTL, la que permite preparar varios pedidos a la vez, pero guiado por las luces que están instaladas en el carrito de picking, dando a este proceso de picking batch mayor rapidez y certeza en la preparación de los pedidos.

Este novedoso carrito puede ser usado en diversas operaciones logísticas, donde la cantidad de pedidos sean considerables, para obtener así un mayor rendimiento y el esperado retorno de la inversión (ROI). Una de las grandes ventajas de la tecnología PTL es su fácil entrenamiento, el que no debería tomar más de 15 minutos.



CAMPOS DE CHILE CONSTRUIRÁ 200 MIL M2 EN ESPACIOS DE BODEGAJE Y LOGÍSTICA

Campos de Chile sigue posicionándose, dentro de las principales constructoras e inmobiliarias de espacios logísticos en el país, con un exitoso modelo que ha favorecido el continuo crecimiento y desarrollo de diferentes empresas.



Para 2019, la empresa proyecta la construcción de más de 200.000 m2 en espacios de bodegaje y logística, lo que le permitirá ofrecer más opciones a sus clientes. Los nuevos proyectos seguirán siendo construidos con altos estándares y pensados

para integrar la logística de las empresas chilenas. Las nuevas obras estarán ubicadas de manera estratégica en las principales vías y autopistas de la Región Metropolitana, facilitando así la conectividad.

Dentro de las características más relevantes de las bodegas construidas por Campos de Chile, se destaca que cuentan con una excelente ubicación y conectividad, con seguridad las 24 horas y sobre todo calidad constructiva. Adicionalmente, todos los condominios cuentan con áreas verdes, estacionamientos exclusivos y de visitas, zona de carga, seguridad 24 horas con guardias, control de acceso, circuito cerrado de televisión, amplias circulaciones viales dentro del condómino.

EMO TRANS CHILE PRESENTA SU NUEVO SERVICIO EMO-LOG

Con el respaldo de la experiencia a nivel mundial, Emo Trans presenta en Chile su nuevo servicio, EMO-LOG, el cual ofrece una cadena de suministro personalizada y totalmente integrada que es capaz de gestionar el flujo de material por un lado y al mismo tiempo garantizar el flujo de información que cubra toda la cadena a todas las partes involucradas.



El objetivo de este nuevo departamento es asegurar que los clientes reciban el más alto nivel de servicio con los productos necesarios, en el lugar correcto y en el momento adecuado.

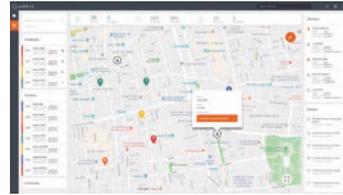
El rango de acción de Emo Trans es amplio y con importantes servicios. La empresa se ha especializado en el desarrollo y la ejecución de sistemas de distribución hasta programas de almacenamiento. Además cuenta con servicios de transporte interno desde los puertos/aeropuertos de descarga hasta las bodegas de los clientes.

Adicional dispone de servicios de desconsolidación, almacenajes y distribución de todo tipo de carga. El nuevo servicio, EMO-LOG está presente en las cuatro sucursales, ubicadas en las ciudades de Antofagasta, Iquique, Talca y Santiago.

QUADMINDS PRESENTA NUEVA HERRAMIENTA DE PLANIFICACIÓN DE DEMANDA ESPONTÁNEA

QuadMinds, es una de las plataformas más completa del mercado para planificación y optimización logística, que trabaja como partner tecnológico de las empresas en sus procesos de innovación tecnológica. La adaptabilidad de la plataforma y aplicaciones permite cubrir las necesidades de los clientes, entendiendo los cambios que pueden experimentar los negocios y las diferentes necesidades.

Bajo este contexto, QuadMinds anunció el lanzamiento de un nuevo producto que combina todos los beneficios que ofrece la Plataforma QuadMinds para efectuar la "Planificación de demanda espontánea". Se trata de una herramienta, inicialmente co creada con uno de sus clientes, pero que se adapta a otros negocios por su escalabilidad. Esta nueva herramienta permite a las empresas asignar tareas y actividades espontáneas a sus equipos de trabajo de campo, en forma online y optimizada, asegurando el SLA comprometido con cada cliente.



Carlos Reinoso, Country Manager de QuadMinds, asegura que "gracias al trabajo conjunto con nuestros clientes y la flexibilidad de nuestra plataforma podemos anunciar este nuevo producto que se suma a las soluciones de QuadMinds y servirá para todas

las empresas que tengan desarrollo de su actividad en campo y reciben solicitudes de atención y trabajo, a lo largo del día, sin contar con una planificación inicial".

CENTRAL BODEGAS CRECE JUNTO A SUS TRABAJADORES

Central Bodegas mantiene una activa agenda de fidelización externa e interna. En esta línea programan reuniones mensuales con sus clientes para estrechar lazos y conocer más acerca del negocio de sus arrendatarios y ver cómo puede apoyar en su gestión y operatividad.



Para la compañía es fundamental generar confianzas que permitan dar soluciones rápidas a las problemáticas que puedan presentarse. En lo inmediato se concentran

en generar las mejores condiciones para que sus clientes puedan fácilmente dar el mejor servicio que exige hoy el e-commerce. En lo que va del año la compañía saca cuentas felices y agradece el apoyo que le otorgan sus clientes, renovando sus contratos a largo plazo, es por ello que centran su quehacer en la atención personalizada, siendo esta una de sus mayores fortalezas.

Sus ejecutivos buscan nuevas oportunidades de negocios y están en una constante modernización de procesos, en especial en lo relacionado a la prevención de riesgos que han tomado como una bandera de batalla para evitar accidentes de sus trabajadores y contar con todas las medidas que exige la autoridad. Por ello han incorporado a su Sistema de Calidad ISO 9001-2015, documentos que tienen relación con charlas en manejo de cargas, trabajos en altura, trabajos en espacios confinados, qué hacer en caso de accidente y otros temas de gran importancia

AMERICANLIFT PRESENTA SU OFERTA DE EQUIPOS PARA EL MOVIMIENTO DE CARGA

En medio de su participación en la pasada Feria Internacional de Logística y Comercio Exterior, FILCE, AmericanLift, empresa que ofrece soluciones para el manejo de carga paletizada en bodegas y centros logísticos, presentó sus variedad de equipos y soluciones para la industria.

Con la finalidad de convertirse en un aliado estratégico de sus clientes, la empresa se enfocó en la comercialización de apiladores eléctricos y montacargas del mundo. Roxana Requena, encargada de negocios internacionales de AmericanLift, aseguró que la empresa cuenta



“con el conocimiento y experiencia para satisfacer los requerimientos de los actores del mercado chileno, de la mano de las mejores alternativas de equipos”.

La oferta de AmericanLift incluye su línea de apiladores full eléctricos, los cuales se caracterizan por su versatilidad, bajo

peso, fácil manejo, eficiencia, seguridad y adaptabilidad. La compañía también tiene disponible transparentas eléctricas y montacargas portátiles, auto transportable y la gama de semi eléctricos para 1.500 kilos y 3,5 metros de altura. Todos los equipos tienen certificación europea y controladores americanos marca Curtis.

SLIMSTOCK REALIZARÁ SEMINARIO SOBRE “OPTIMIZACIÓN DE INVENTARIO PARA EL ÁREA DE MANTENIMIENTO”

Como parte del área académica de Slimstock, Slimstock Academy se realiza una serie de Breakfast Seminars, con el fin de compartir contenidos que ayuden a la optimización de inventarios para diferentes sectores e industrias.

En esta oportunidad se realizará un desayuno de conocimientos enfocados en solucionar las problemáticas características de la gestión de inventario en el área de mantenimiento. El encuentro se realizará el día jueves 11 de julio a partir de las 08:30 hasta las 11:00 am y será liderado por Marcelo Cejudo, Consultor Senior especialista en MRO. En la oportunidad, se abordarán temáticas estratégicas, tácticas y operacionales, profundizando en segmentación y análisis de inventario, políticas de inventario, tipos de demanda, niveles de servicio, entre otros.



Los interesados en participar pueden postular por un cupo a través del sitio web www.slimstock.cl/recursos/eventos/ o escaneando directamente el código QR que aparece en la imagen. Los cupos son limitados.

Todos los eventos de Slimstock los encontrará en el sitio web www.slimstock.cl o siguiendo a Slimstock a través de su LinkedIn Company Page.

SEGA PTV POTENCIA LA PREPARACIÓN DE PEDIDOS

SEGA PTV (Voice Picking) es la solución de Tecsidel para la ejecución de operaciones logísticas que utiliza la comunicación vocal con el operario para guiarlo. Este sistema permite manipular los productos con la máxima productividad y eficiencia, y el operario confirma su realización verbalmente. La solución deja libre la vista y las manos del operario para aumentar la seguridad y evitar posibles distracciones mientras la persona se desplaza o manipula los productos.



Son muchas las aplicaciones de SEGA PTV en el almacén (Cross docking, clasificación de pedidos, stock, auditoría...) pero cabe destacar que el 90% de las compañías están interesadas en el picking de cajas, lotes o fracciones, ya que permite dar un buen soporte a la preparación de pedidos para e-commerce.

El partner de Tecsidel, Lydia Voice Solution, aporta un software que consigue aumentar aproximadamente un 20% de la productividad y reducir hasta un 55% la tasa de error en sus operaciones.

Los principales beneficios de este completo SEGA PTV son evidentes: Incremento de la productividad, Calidad y eficiencia óptima en las operaciones, Mayor seguridad al tener la vista y las manos libres, Permite combinar diferentes tecnologías de comunicación y captura de datos, Fácil aprendizaje.

R2G SEGURIDAD SE ADJUDICA LICITACIÓN DE LA POSTA CENTRAL

El Hospital de Urgencia de la Asistencia Pública también conocido como Posta Central cerró recientemente el proceso de licitación para los servicios de Seguridad Privada de sus 2 edificios, adjudicándolo finalmente a Ready2Go. La licitación considera su histórico edificio actual de calle Portugal y las nuevas instalaciones, ubicadas en Curicó 345 inauguradas en febrero de este año. Las obras de este nuevo edificio demoraron 7 años con un costo de 43 mil millones de pesos.

La adjudicación de este nuevo servicio significa un importante desafío por cuanto es el primer cliente del Estado para R2G y considera una dotación de aproximadamente 150 personas que son los responsables de proteger los bienes y personas del establecimiento más importante de Chile en atención de urgencias médicas de adultos. La dotación solicitada por el HUAP para este nuevo servicio considera durante las 24 horas del día Supervisores, Jefes de Turno, Operadores de CCTV y guardias, quienes en conjunto buscan cumplir con las expectativas del cliente y aportar a mejorar la experiencia de servicio de los usuarios que diariamente concurren a este lugar en busca de atención de salud.





IFX CLOUD SERVER

Ofrecemos los recursos de cómputo y almacenamiento virtuales que su organización requiere, alojados en ambientes de alta disponibilidad, para ser consumidos por demanda a través de redes públicas o privadas.



Flexibilidad



Escalabilidad



Alta
disponibilidad



Seguridad



WISETRACK PRESENTA NUEVO COPILOTO ELECTRÓNICO

Cuestas peligrosas, accidentes en la vía, garitas de control, zonas de curva, velocidad limitada o en las que está prohibido detenerse. Todas estas son variables que pueden entorpecer la operación logística de carga y despacho en ruta. Para prevenir accidentes y eliminar posibles riesgos generados por descuidos o desinformación, Wisetrack presenta Alert In Route® 4.0.



Esta aplicación de copiloto electrónico funciona a través de un smartphone, está orientada a cualquier carga (transporte de explosivos, combustibles, químicos, personas) y tipo de camino (zona urbana, de riesgo delictual o de accidentes).

EIT LOGÍSTICA POTENCIA SU SERVICIO Y RECIBE RECONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA

Para dar respuestas a las nuevas necesidades de la industria, donde la flexibilidad y la rapidez son foco central de las operaciones logísticas de muchas compañías, EIT Logística, destacado operador logístico nacional, potencia su servicio de transporte.

La empresa anunció la incorporación de cinco nuevos camiones marca Scania P320 para el transporte de contenedores en la zona central del país. De acuerdo a la empresa, esta iniciativa responde a la política de renovación permanente que tienen en cuanto a su flota de equipos



y también aumentar la capacidad de transporte de carga. Punto aparte es el foco en la seguridad de la carga de los clientes que tiene EIT Logística, la cual cobra sentido mediante la implementación de nuevas tecnologías y protocolos,

tanto para contenedores como para cargas operadas desde los extraportuarios, aeropuerto y en su distribución en la zona central.

“Los nuevos sistemas incluyen mejoras a nuestro monitoreo de las cargas mediante una torre de control 24/7, tanto en camiones, tractos y semiremolques, botón de pánico a bordo y sistemas anti-jammer para detención y bloqueo de nuestros equipos”, comentó Lucas Ballivián, gerente comercial de EIT Logística. Otro punto a destacar es el reconocimiento que recibió EIT Logística por parte de la Asociación Logística de Chile, ALOG, por su compromiso con el constante desarrollo de su capital humano, a través de la certificación en el Centro de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales de la ALOG.

EMPRESAS DANCO CONTRIBUYE AL MEDIOAMBIENTE CON PLANTA FOTOVOLTAICA

Acorde a los tiempos y como forma de contribuir a la sociedad, Empresas Danco prepara un importante proyecto de energía renovable. La compañía proyecta para este año la construcción de una planta de generación de energía solar.

“La energía producida por esta planta, es tres veces superior a todos los consumos de nuestros clientes sumados”, aseguró David Furman, Sub Gerente General de la compañía. Para el proyecto se analizó, en primera instancia, la factibilidad de aprovechar la superficie de los techos de los centros. Sin embargo, se decidió por la opción de construir una planta a nivel de suelo, en uno de los terrenos de la empresa, en la comuna de Maipú. Actualmente el proyecto está en proceso de licitación del EPC. Es una planta de 3 MW de capacidad, emplazada en una superficie de aproximadamente 7 hectáreas, la cual generará 6.600 MWh por año, los que serán inyectados al sistema interconectado central.

La planta contempla una inversión de 3 millones de dólares y debería comenzar su construcción el 2do semestre de este año. “Lo que nos motiva de este proyecto es contribuir al entorno, en este caso al medioambiente”, aseguró Furman. La preocupación por el medio ambiente es constante en Danco. Así, la empresa a sumado otras iniciativas, tales como actividades de reforestaciones o plantaciones compensatorias junto a la ONG Cultiva.

“Han sido cuatro las empresas que han realizado reforestaciones de árboles nativos: VTR, Alstom, AIEP y Zepeda, pronto será el turno también de Costanera Norte. En Hacienda El Roble tenemos un proyecto de Ciudad Ecológica”.

Además, con la finalidad de aportar al desarrollo de la industria, Empresas Danco inició un ciclo de charlas sobre crecimiento personal, en el edificio de Servicios del Centro de Distribución Danco Miraflores. El primer encuentro abordó el tema de auto gestión y liderazgo de Equipos que estuvo dirigida a Gerentes Generales, Gerentes de Áreas y Jefes de Áreas.



Con 14 años dedicados al desarrollo y arriendo de centros de distribución de alto estándar, Empresas Danco cuentan hoy con los servicios que una operación logística profesional requiere. Los centros de Danco operan como grandes condominios dentro de los cuales los clientes arriendan superficies que van desde los 800 m² a los 50.000 m², orientados principalmente a grandes empresas y a operadores logísticos.

Las bodegas tienen 11 mt al hombro, gran iluminación natural, andenes con desnivel para acuatamiento de camiones y amplios patios internos para maniobra. Además, dispone de infraestructura complementaria como centro deportivo, zonas de quincho, servicios de casino de alimentación y mini market. “Nuestra misión es apoyar a nuestros clientes para que realicen sus labores logísticas y de almacenamiento de la manera más eficiente posible. Importantes marcas nacionales y transnacionales nos han elegido, lo cual nos enorgullece mucho. Las principales razones de ello es la ubicación de nuestros CDs (todos cercanos al anillo de Américo Vespucio), calidad de nuestra infraestructura y nivel de servicio y flexibilidad, que otorgamos gracias a un equipo comprometido con nuestra misión”, afirmó David Furman, Sub Gerente Empresas Danco.



SOLUCIONES DE ALMACENAMIENTO QUE MEJORAN LA RENTABILIDAD DE SU BODEGA

Aumento de la productividad • Máximo aprovechamiento del espacio • Inventario permanente
• Flexibilidad • Alta rentabilidad • Reducción de costos



Calidad garantizada por
los certificados internacionales
más reconocidos



Una solución para cada necesidad de almacenaje

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

Stock disponible - Entrega rápida

mecalux.cl

(56-2) 2827 6000

info@mecalux.cl

EFG.

ENERGÍA PARA MÁS

Eficiencia



Costos



Full potencia li-ion.
Full derecho a conversión.

Haz tu bodega más eficiente y baja los costos con las grúas horquilla eléctricas de Jungheinrich. Asesórate con nosotros para cambiar a las EFG con potencia ion-litio y calificar para un bono de cambio.

Entérate más sobre nuestros productos a la venta y arriendo en www.jungheinrich.cl

JUNGHEINRICH