

REVISTA

Logistec

[www.revistalogistec.com]



SEGURIDAD DE LOS

DATOS

EN LA CADENA DE SUMINISTRO

SCCC
Sociedad Chilena Control Chile

alog
chile
Asociación Logística A.G.



PUNTO DE VISTA: EL IMPACTO DEL OMNI-CHANNEL
SUPPLY CHAIN: BODEGAJE, CIFRAS Y PROYECCIONES
TECNOLOGÍA: ELIGIENDO EL SISTEMA DE RUTEO
FREIGHT: SUSTENTABILIDAD

LOGISTEC
EDICION
99

FEB | MAR 2017



**DERCO
maq**

“Tenemos
el partner que
necesitábamos”



“Optamos por Still porque tenemos su apoyo permanente en servicio técnico lo que nos asegura continuidad operacional en un 100% y permite que nos dediquemos a lo que sí sabemos hacer. Los equipos alemanes STILL que utilizamos son de gran tecnología y alta calidad, lo que nos garantiza eficiencia en la operación y seguridad para nuestros trabajadores. Tenemos el partner que necesitábamos”.

Victor Muñoz
Jefe de Centro de Distribución
Casa Matriz de Anwo



- Ventas • Servicio Técnico • Repuestos • Arriendo



Tecnología alemana líder en seguridad

STILL

Consulta por nuestra red de sucursales a lo largo del país.

600 786 1000 | clientes@dercomaq.cl
www.dercomaq.cl | www.stillchile.cl

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA

¡ARRIENDA TU **MINI BODEGA** A **MINI PRECIOS!**

PARA PARTICULARES Y EMPRESAS
ACCESO EN AUTO HASTA LA PUERTA DE TU BODEGA



✉ miespacio@agunsa.cl www.miespacio.cl

SANTIAGO ☎ 22 460 2222 📱 9 9636 3819 **CONCEPCIÓN** ☎ 42 460 2222 📱 9 9020 0269
¡NUEVO! PUERTO MONTT ☎ 65 238 3116 📱 9 192 6994

¡RENOVAMOS NUESTRO COMPROMISO INFORMATIVO CON LA INDUSTRIA LOGÍSTICA!

Comienza el 2017 y la industria logística nacional se apronta a enfrentar un año que, según todas las proyecciones- será más positivo en términos de crecimiento económico e inversión.

Siguiendo esta lógica, la industria del bodegaje, por ejemplo, es una de las que trae novedades para los próximos meses

con la incorporación de llamativos proyectos que en la esta edición presentamos de forma exclusiva.

Otro punto destacado del mercado logístico, no sólo a nivel nacional sino internacional, es el advenimiento del nuevo profesional logístico, uno más especializado y dinámico, capaz de enfrentar con flexibilidad y un carácter innovador los requerimientos actuales de la Supply Chain.

Cómo se está modelando este nuevo profesional y cuáles son las alternativas académicas que la 'academia' oferta para este 2017 es otro de los destacados para esta edición. Como siempre, Revista Logistec apunta a la cobertura de los temas

de vanguardia para nuestra industria logística, contribuyendo con información certera y especializada dirigida a los ejecutivos de la cadena de abastecimiento, un esfuerzo y compromiso que reiteramos para este 2017; un año pleno de novedades que pronto conocerán...

Les deseamos este 2017 traiga a todos felicidad y éxitos, tanto en lo comercial, profesional como en lo personal.

Equipo Revista Logistec
Saludos Cordiales Revista Logistec



REVISTA Logistec

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y MÁS

PUNTO DE VISTA

El Impacto del Comercio
Omni-Channel

04

EN PRÁCTICA

ARRIMAQ
AGUNSA
CLOUDTRACK
WAREHOUSING

38

40

48

50

LÍDERES

JUAN CARLO MUÑOZ
OSVALDO CANALES
GERAL CIFUENTES

42

44

46

LOGÍSTICA

ECONOMÍA EN ALERTA
PROFESIONAL LOGÍSTICO
SWAPPEP

76

78

82

ASOCIACIONES

LOGISNEWS
EVENTOS

86

89

96

P10

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

10. FRUTA, ESTRELLA DE LAS EXPORTACIONES
14. BODEGAJE, CIFRAS Y PROYECCIONES
22. OPTIMIZANDO EL ESPACIO DE LA BODEGA
30. ANÁLISIS SÍSMICO



P26

UN DÍA EN LIPIGAS



P52

EQUIPAMIENTO

52. SISTEMAS DE RUTEO
56. SEGURIDAD DE LOS DATOS
60. TENDENCIAS EN RETAIL



P64

FREIGHT MANAGEMENT

64. SUSTENTABILIDAD
72. TRANSPORTE DE CARGA TERRESTRE





LA REVISTA #1

para los Logísticos de Chile



BIBLIOTECA DIGITAL



LINKEDIN



TWITTER

[CENTRORECURSOS] DIRECTORIO



www.jungheinrich.cl | C4



www.dercoma.cl | C2



www.tnt.cl | C3



www.agunsa.cl | 1



www.bsfc.cl | 5



www.emotrans.com | 7



www.ar-storage.cl | 9



www.ert.cl | 11



www.miebach.com | 13



www.bodenorflexcenter.cl | 15



www.stgchile.cl | 19



www.tw.cl | 23



www.mecalux.cl | 29



www.mindugar.com | 31



www.dercoma.cl | 33



www.diplomadosusach.cl | 35



www.backoffice.cl | 37



www.warehousing.cl | 43



www.arrimaq.com | 45



www.megacentro.cl | 47



www.redmegacentro.cl | 53



www.danco.cl | 57



www.estrellasolitaria.cl | 59



www.paulsentransportes.cl | 61



www.cloudtrack.cl | 65



www.comaco.cl | 69



www.parqueempresarial.cl | 71



www.centralbaodegas.cl | 75



www.sdigroup.cl | 79



www.ecommerceday.cl | 87



www.ifxnetworks.com | 91



www.aplog.cl | 93

AÑO 16 EDICION 99
303 EDITORIALES S.A.
Av. Américo Vespucio 1980 - Of. 420
Conchalí - Santiago - Chile
Tel.: 56 2 5830050
www.revistalogistec.com
revista@revistalogistec.com

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

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

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

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

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

CONTRIBUCIÓN EDITORIAL
Supply Chain Council Chile



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.



CADENAS DE SUMINISTRO

EL IMPACTO DEL COMERCIO OMNI-CHANNEL

4



Hans Kourimsky, Director Comercial de la cadena de suministro de Itelligence Francia. **Marc van den Berk**, Es parte del equipo global de Hybris de Itelligence y experto en el compromiso y el comercio con los clientes.

¿Cómo asegurarse de entregar eficientemente, productos que satisfagan las expectativas del cliente? Este documento examina de cerca los últimos avances en el comercio electrónico y las estrategias Omnicanal, como la nueva forma de satisfacer las expectativas de un consumidor cada vez más empoderado. Dichos avances serán discutidos - junto con los efectos asociados, desafíos y potenciales para la gestión de la cadena de suministro de una empresa - desde varios puntos de vista.

Además, el documento examina brevemente la actual plataforma de comercio electrónico híbrida y también, ofrece ejemplos de mejores prácticas en torno a cómo -los minoristas y la industria del comercio electrónico- implementan estrategias de omni-ventas y sus impactos en la cadena de suministro.

CONOCIENDO AL CONSUMIDOR EMPODERADO

El mundo del comercio B2B y B2C está cambiando rápidamente y lo hará cada vez más rápido en los próximos años. El consumidor empoderado de hoy espera una experiencia de compra consistente en todos los canales del retail, ya sea online, offline o combinados.

El Retail, por ejemplo, debe ofrecer la recogida en tienda para las mercancías ordenadas en línea, también conocida como Store Pickup. De hecho, un reciente estudio de Forrester muestra que "el 71% de todos los clientes esperan ver el inventario en la tienda en línea, mientras que el 50% espera comprar en línea y recoger en la tienda".



ESTAMOS PREPARADOS
PARA ENTREGAR LA
EXPERIENCIA QUE
NECESITAS

LÍDERES EN ARRIENDO DE BODEGAS

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN | BODEGAS ESTÁNDAR | MINI BODEGAS



TRAYECTORIA

En bodegaje tenemos la mayor trayectoria y tamaño del país.



FLEXIBILIDAD

Servicio de arriendo flexible en períodos de tiempo y superficie.



SEGURIDAD

Completa y moderna tecnología en seguridad.



SERVICIOS

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

WWW.BSF.CL



CHILE | PERÚ

**BSF BODEGAS
SAN FRANCISCO**

Desarrollando Espacios de Confianza

Sin embargo, sólo un tercio de los minoristas se han adentrado operativamente en los conceptos básicos como la 'recogida en tienda', la visibilidad de inventario entre canales y el fulfillment".

Como si eso no fuera suficiente, los retailers también deben asegurarse de que los clientes puedan elegir cómo devolver las mercancías, ya sea enviarlas de vuelta o llevarlas a la tienda más cercana.



Hans Kourimsky
Director Comercial
Cadena de Suministro de
Intelligence Francia



Marc Van Den Berk
Experto
Intelligence France

El retail Omnicanal implica la integración sin fisuras de la experiencia del cliente en todos los canales de interacción - en la tienda, en la web, y en dispositivos móviles. Como los clientes utilizan casi todos los canales de compra disponibles, las empresas necesitan estar omnipresentes. El proceso de compra ya no es predecible. Es dinámico, impulsado por el aumento de Internet y el uso móvil, y tiene más "puntos de contacto" que nunca. Además, gracias a las redes sociales, los consumidores se han vuelto más poderosos. Pueden comparar fácilmente diferentes ofertas para decidir sobre el mejor partido. Si una empresa no está visible en línea, o no muestra una sólida presencia móvil, inevitablemente pierde cuota de mercado.

Pero no se trata sólo de presencia: los clientes también esperan una experiencia de compra personalizada, tanto en su vida privada como en su vida laboral, en línea y en las tiendas. Las innovadoras instalaciones de compras y los excelentes servicios al cliente se están convirtiendo en estándar,

mientras que la fidelidad a la marca está disminuyendo.

Una encuesta de 2013 reveló que casi el 75% de los consumidores cambiaría las marcas si se les ofrecieran descuentos y promociones en tiempo real en sus teléfonos inteligentes en tiempo real mientras compraban en una tienda física. Las empresas deben comprometerse con los clientes en sus términos - y en cada canal relevante - para mantenerse en la cima del juego.

En el sector B2C, este desarrollo ya es bastante obvio. Es menos obvio en el sector B2B, ya que las empresas tienen que lidiar con transacciones y procesos más complejos. Hay que integrar varios modelos de negocio y un eco-sistema de socios, lo que requiere manejar una gran cantidad de datos. Pero decir que es "menos obvio" no significa que omni-canal todavía no ha llegado a B2B. Puede estar rezagado pero se pone al día rápidamente.

Entonces, ¿cómo puede su empresa preparar su cadena de suministro para los desafíos de un entorno de comercio en acelerado y en constante cambio, regido por el cliente con poder? Este documento brinda información sobre el impacto de una estrategia Omnicanal en la gestión de la cadena de suministro de una empresa.

MULTI-CHANNEL VS. OMNI-CHANNEL - ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA? ¿MULTI-CANAL - UN MODELO DE ELIMINACIÓN GRADUAL?

Multi-canal solía ser una frase cotidiana para las ventas de múltiples pistas y canales distributivos. Como el término indica, muchos canales diferentes están involucrados en los procesos de comercio. Eso suena similar a la nueva palabra de moda: Omnicanal. Pero hay una diferencia notable: multicanal se caracteriza por "trabajar en silos" - los canales existen lado a lado sin interactuar. Los clientes no pueden comprar a través de diferentes canales,

como hacer un pedido en línea y recoger el artículo en la tienda. En otras palabras: los canales no están integrados.

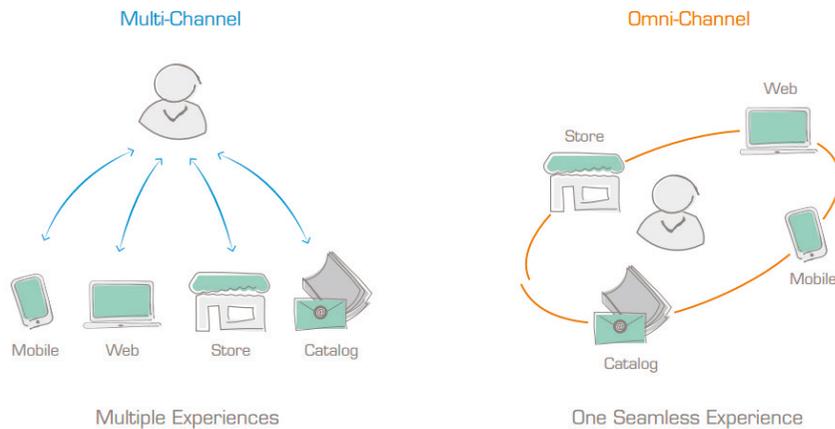
Visto desde las preferencias de compra de los consumidores, este modelo está ahora desfasado. Es ineficiente y amenaza la lealtad de los clientes, porque para los clientes los límites entre canales individuales se están volviendo cada vez más borrosos. Omnicanal es una mentalidad diferente. Entonces, ¿por qué Omnicanal es la mejor opción? Una vez más, muchos canales de ventas diferentes están involucrados en el proceso de comercio, pero como el término "omni" sugiere, todos los canales están en foco.

El cliente puede comprar en todos los canales, y toda la información sobre el proceso de compra está disponible en todos los canales, idealmente en tiempo real. Muchos retailers ya están siguiendo esta estrategia. Están integrando su canal en línea y tiendas para aprovechar su vasto alcance de clientes y la conveniencia de las compras por Internet para aumentar los ingresos.

Tomemos, por ejemplo, a Walmart: El minorista líder mundial que ha desplegado varias iniciativas Omnicanal, ofreciendo una opción de pago con efectivo que permite a los clientes ordenar mercancía en línea y pagar con efectivo en sus tiendas. Esto permite que los clientes que no poseen una tarjeta de crédito o débito para comprar en línea, lo que aumenta el tráfico en línea. Además, Staples, sucursal de oficinas, ha lanzado un programa de "comprar en línea, recoger en la tienda" para combatir la disminución de las ventas y beneficios en las tiendas.

Además, más tiendas de Staples cuentan con "quioscos", donde los clientes pueden conectarse a Internet, seleccionan entre más de 100.000 artículos y los entregan gratis, el siguiente día hábil, a más del 98% del territorio norteamericano. Cuando terminan de comprar, los clientes pueden completar sus transacciones en el quiosco o en el registro de la tienda. Otro

Figure 1: Multi-channel vs. omni-channel – a different mind-set



ejemplo innovador y omnicanal es el del retail británico Tesco, que abrió una tienda virtual de comestibles en una estación surcoreana de metro. Los viajeros pueden hacer compras escaneando los códigos QR en sus teléfonos inteligentes desde una enorme pantalla digital que parece una serie de estantes de los supermercados. Una vez finalizada la transacción y el pago por compras en la web, los productos se entregan en el domicilio del usuario dentro de un día.

Todas estas innovaciones de servicio son posibles gracias a datos consistentes y procesos de cruce. Y todos estos ejemplos muestran claramente que el Omnicanal no es simplemente una evolución de multicanal.

Omnicanal es un enfoque completamente diferente, una mentalidad diferente para los procesos comerciales. Una estrategia multicanal se centra en optimizar las actividades de ventas dentro de cada canal; una estrategia Omnicanal se concentra en los requisitos y estilos de vida específicos de los clientes, en los ingresos globales y en crear una experiencia única para el cliente y una lealtad duradera de éstos en un entorno comercial cada vez más complejo y dinámico. (Ver figura 1).

Un requisito crucial para una estrategia de Omnicanal exitosa es una fuente única de datos para todos los canales de ventas. Y, viendo la cadena de suministro como una

parte esencial de la cadena de valor, una sola fuente de datos de stock es una necesidad absoluta.

EL IMPACTO DEL COMERCIO OMNICAL EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Procesamiento de Órdenes de Clientes. En una cadena de suministro tradicional, para trasladar productos desde la fábrica hasta el cliente final, se pasa por una cadena de suministro de varios niveles construida de un almacén de fábrica, Centros de Distribución en todo el mundo y tiendas. El almacén internacional maneja sobre todo los full pallets. Por lo tanto, el CD recibe enormes pallets de productos únicos que luego tienen que ser desempaquetados y enviados a sus respectivos destinos. Finalmente, la tienda vende los productos por la pieza. Así que si un retail quiere enviar mercancías directamente a un cliente (por ejemplo, debido a una orden en línea), el único lugar donde todos los productos están en stock es el nivel de tienda (ver Figura 2).

AMPLIACIÓN DE LA CARTERA PARA UN MEJOR COMPROMISO CON LOS CLIENTES

El mayor impacto sería el resultado de la implementación de un canal B2C o un canal B2B que cambiaría significativamente el número de pedidos que se están pro-

EMO TRANS CHILE DESCENTRALIZACIÓN A SU MEDIDA

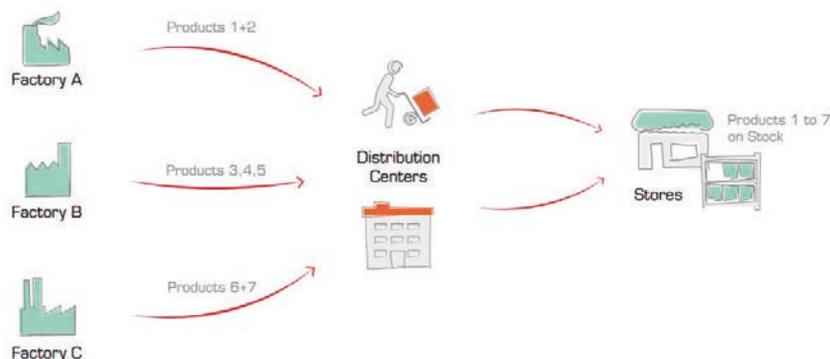


SANTIAGO · IQUIQUE · ANTOFAGASTA



- Air and Ocean freight.
- Export and Import, Transit.
- Customs clearance.
- Dangerous goods handling.
- Projects.
- Insurance.
- web-based T&T.
- Mining Express Solutions

Figure 2: The "traditional" supply chain



cesando. El procesamiento físico es muy diferente dependiendo de si trabaja desde pallet enviados a tiendas o desde cajas enviadas a clientes.

Para la mayoría de los retailers, el CD envía tantas entregas como tiendas tenga, y algunas entregas implican un camión completo. Cambiar ese volumen de ventas a un canal B2C requiere llenar un camión con cajas que contienen sólo uno a cinco artículos, y muchos miles de cajas por día. El mayor impacto es aumentar el número de entregas de forma exponencial mientras se disminuye el número de partidas individuales en el sistema.

Además, la volatilidad del pedido en línea requiere que las compañías amplíen la cartera de artículos que mantienen en stock para maximizar la demanda del cliente, ya que tener exactamente el producto requerido disponible es crítico para retener clientes que esperan la entrega más rápida posible. Así, los minoristas deben ampliar la cartera de unidades de stock-keeping y reducir el número de líneas de entrega enviadas por entrega. Por ejemplo: No hace mucho tiempo, para satisfacer la mayoría de los requisitos del cliente, un minorista de calzado que administraba una tienda necesitaba tener aproximadamente 100 tipos de zapatos, lo cual era mucho.

Hoy en día, comparado con Zappos y shoes.com -que ofrece más de 20,000 tipos para mantenerse competitivos- Zalando, retail de calzado, debe ser capaz

de ofrecer y enviar casi todas las marcas y tipos de zapatos. Ahora, multiplique eso por el número de tamaños populares del zapato.

¿ENTREGA DESDE LA TIENDA O CENTRO DE DISTRIBUCIÓN?

Para una empresa tradicional, la implementación de un proceso Omnicanal, generalmente, requiere crear o mejorar una estrategia de comercio electrónico "estándar". En algún lugar de la cadena, la empresa necesita detener el proceso de distribución y enviar los bienes directamente al cliente.

El centro de distribución es la opción más probable porque está cerca del cliente final, y los almacenes ya están configurados para entregar cajas, lo que simplifica el cambio. Sin embargo, las tiendas pueden ser suministradas desde varios centros de distribución, por lo que un pedido B2C puede tener la misma lógica. En este caso, la entrega del almacén al cliente puede ser más fácil. Dependiendo de variables como costo de transporte, eficiencia de picking o mano de obra capacitada, las cadenas de suministro tendrán que elegir entre los dos modelos: entrega en almacén o distribución en el centro de distribución.

¿Cuál es el mejor? No hay una respuesta general. Y una vez que se hace una elección, la respuesta de algunos clientes puede cambiar con el tiempo. Entonces,

¿cómo empezar? Básicamente, la ruta hacia la mejor estrategia para el cumplimiento de Omnicanal comienza con cuatro pasos:

1. Buscar sinergias entre canales
- 2. Evaluar el modelo operativo óptimo
- 3. Elegir las tecnologías y procesos adecuados para el modelo operativo
- 4. Definir las rutas de flujo más eficientes para todos los nodos de la cadena de suministro.

CAMBIAR A UNA ESTRATEGIA OMNICAL

Uno de los mayores retailers de los Estados Unidos construyó toda su cadena de suministro alrededor de la entrega a las tiendas. La interrupción del proceso actual podría suponer un riesgo para las tiendas: el almacén estaría dedicando gran parte de su tiempo a procesar órdenes B2C, mientras que sus herramientas de TI estaban orientadas a determinar los niveles de existencias y crear órdenes de compra basadas en los requisitos de la tienda. Tiendas combinadas con órdenes B2C.

Así que cuando este minorista introdujo las entregas directamente a los hogares, optó por entregar en las tiendas. En este ejemplo, vemos que uno de los desafíos críticos de implementar un proceso Omnicanal es que los niveles de stocks de seguridad y despliegue de stock deben ser re-determinados a lo largo de la cadena de suministro.

Las previsiones de ventas tendrán que adaptarse y los niveles de servicio deberán ser reevaluados. La adaptación de las previsiones de ventas requiere visibilidad a lo largo de toda la cadena de suministro. La buena noticia: más datos se está convirtiendo en disponible y se puede utilizar para ajustar los modelos.



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
Escanea el QR desde tu Smartphone o Tablet.

ESTANTERIAS METÁLICAS INDUSTRIALES

EXPERTOS EN SOLUCIONES DE ALMACENAJE PARA SU BODEGA



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

EN AR RACKING DISEÑAMOS, FABRICAMOS E INSTALAMOS UNA AMPLIA GAMA DE SISTEMAS DE ALMACENAJE:

RACK SELECTIVO
RACK PENETRABLE
RACK MULTINIVEL
RACK AUTOPORTANTE

RACK DINÁMICO
RACK PICKING MANUAL
BASES MÓVILES
RACK AUTOMÁTICO



(56 2) 2955 8328
(56 2) 2307 5542

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

www.ar-racking.cl





FRUTA CHILENA

¿SABÍA USTED QUE DESPUÉS DEL COBRE, LOS PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS DEL PAÍS A NIVEL INTERNACIONAL PERTENECEN AL RUBRO SILVOAGROPECUARIO Y PESQUERO? PUES SÍ. DE HECHO, A PESAR DE LA BAJA QUE LAS EXPORTACIONES NACIONALES REGISTRARON DURANTE EL PERIODO 2016, QUE ALCANZARON UN 3,7%, EQUIVALENTE A US\$59.917 MILLONES, ESTOS PRODUCTOS MANTUVIERON E INCLUSO SUBIERON SUS CIFRAS.

10 LA NUEVA ESTRELLA DE LAS EXPORTACIONES

Es más, según datos aportados por ProChile, “a pesar de la contracción, que se explica en gran parte por la caída en las exportaciones de cobre; las exportaciones No Cobre marcaron las cifras positivas del período, evidenciando un alza de 1,2% respecto del año 2015, y significando el 54% de los envíos totales. En el escenario descrito, las exportaciones

del sector silvoagropecuario y pesquero marcaron un record, logrando el valor más alto en su historia, y que alcanzó US\$5.810 millones”. El monto, entregado por ProChile, representa un alza de 11%, respecto del año anterior. En las excepcionales cifras exhibidas, destaca principalmente el comportamiento del sector frutícola cuyos embarques de cerezas, paltas, berries, carozos, cítricos y avellanas (pro-

ductos que en forma individual alcanzaron un peak en sus exportaciones durante el 2016) han logrado posicionar a nuestro país como una de las naciones más competitivas en esta categoría de producto.

CHINA, ES EL NUEVO HORIZONTE

Dentro de los mercados que muestran las mayores alzas sectoriales en el mercado de la fruta chilena están Estados Unidos y China, ambos con intensas actividades de promoción de ProChile junto al sector privado, que han generado un alto impacto en esos destinos.

Es más, en el pasado periodo 2016, entre los los hitos relacionados a esta clasificación de producto se cuenta el que nuestro país se convirtió en el principal exportador de fruta a China, potencia oriental y uno de los socios comerciales más influyentes en la economía nacional. Así, por primera vez los envíos nacionales en esta categoría superaron a los de países como Tailandia y Estados Unidos.

Así, las importaciones chinas de fruta chilena alcanzaron los US\$ 1.207 millones, lideradas por las cerezas frescas. En este punto, de acuerdo con los datos de Direcon-ProChile, el año pasado las importaciones chinas de fruta desde Chile crecieron en un 23% respecto a 2015, alcanzando el 21% de participación en las internaciones totales de este tipo de productos en el país asiático. Cabe destacar que nueve años atrás, las frutas locales sólo representaban 7% de la participación en el mercado del gigante asiático. Siempre en torno a las exportaciones, en segundo lugar se ubicó Tailandia, con US\$ 1.150 millones, seguido por Vietnam, con US\$ 635 millones, siendo Asia el destino favorito de este tipo de alimentos.

Asimismo, la industria nacional superó a sus principales competidores tanto en los mercados de oferta anual como en los de temporada. Entre estos últimos resaltan Nueva Zelandia (US\$ 330 millones), Aus-

tralia (US\$ 225 millones), Perú (US\$ 175 millones) y Sudáfrica (US\$ 162 millones).

Con las cifras en la mesa, el director de ProChile, Alejandro Buvinic, destacó que “en los últimos 10 años nuestras exportaciones a China se multiplicaron 18 veces, pasando de US\$ 65 millones en 2007 a US\$ 1.207 millones en 2016”, recordando que a partir de la entrada en vigencia del TLC el 1 de octubre de 2006, “China fue aumentando su presencia en el comercio nacional hasta convertirse en 2015 en nuestro primer socio comercial, posición que se mantuvo en 2016”.

Asimismo, recaló que el año pasado, en términos de promoción, “realizamos más de 125 actividades de promoción en el mercado, con un fuerte foco en alimentos. Y es que las condiciones del país ofrecen una tremenda ventana de oportunidad, tanto en grandes ciudades como Beijing, Shanghai o Guangzhou, así como en áreas emergentes de Guangdong,

Shandong, Henan y Sichuan, las cuatro regiones más pobladas del país”.

CEREZAS Y UVAS LIDERAN LAS EXPORTACIONES

A nivel de productos, en la temporada 2016 las cerezas frescas lideraron por quinto año consecutivo las exportaciones de frutas a China, anotando envíos por US\$ 648 millones, lejos del millón de dólares que registraba en 2007, pasando en nueve años de una participación del 1% del total de las frutas, a un 54% al cierre del ejercicio anterior. En este sentido, este producto ha ganado popularidad entre los consumidores del gigante asiático, considerando que se trata de un alimento simbólico para ese país, que incluso se utiliza en el denominado “año nuevo chino”.

En segundo lugar se mantuvieron las uvas, que con los US\$ 282 millones registrados

el año pasado, alcanzaron el 23% del total de las exportaciones de frutas chilenas hacia China. Mientras que en tercer lugar, y ya más lejos, se ubicaron las ciruelas, con US\$ 79 millones y los arándanos con US\$ 77 millones.

Destacan entre estas frutas, el incremento de las paltas, que hasta 2014 no registraban envíos hacia china, y al cierre de 2016 llegaron a los US\$ 36 millones, con un avance de 433% respecto a 2015 (US\$ 7 millones). Al respecto, Buvinic aseguró que efectivamente “las frutas chilenas destacan en el mercado chino. El 98% de los arándanos importados que comen las familias chinas son de Chile, ocho de cada 10 cerezas y ciruelas frescas también”.

Otro punto que, a juicio de ProChile, explica este resultado, es que desde el SAG se ha realizado un trabajo permanente para el acceso fitosanitario y zoonosanitario, el que considera procesos de apertura, reapertura y facilitación; un esfuerzo a nivel



SERVICIOS INTEGRALES DE LOGISTICA, TRANSPORTE Y DISTRIBUCION



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

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



logístico que ha tenido un tremendo impacto a nivel exportador. En el caso específico de China, aseguran que ya se ha logrado la entrada de ciruelas deshidratadas, frescas y secas, uvas, cerezas frescas y deshidratadas, paltas, nueces con y sin cáscara, manzanas, kiwis y arándanos. Asimismo, a principios de este año se consolidó la apertura del mercado chino para los nectarines.

En cuanto a las empresas exportadoras nacionales hacia el gigante asiático, mientras en 2007 eran 68 las firmas, en 2016 fueron 370 las compañías que registraron envíos a China.

¿QUÉ PASA CON ESTADOS UNIDOS?

Considerando la actualidad política y comercial de la potencia norteamericana, tras la llegada al poder del polémico empresario Donald Trump, los expertos internacionales han anticipado que las políticas proteccionistas que implementaría el nuevo presidente de Estados Unidos, implicarían un mayor protagonismo del mercado chino en el comercio mundial en los próximos años, lo que aumentaría las posibilidades de continuar viendo números positivos respecto al mercado de la fruta en nuestro país.

Sobre si ese proteccionismo ocasionará, por el contrario, un efecto negativo en los envíos nacionales hacia el mercado estadounidense, Buvinic sostuvo que "Chile siempre está atento a todas las barreras que puedan afectar a las exportaciones nacionales. Aún es temprano referirse si medidas proteccionistas nos afectarán o no durante este año, pero estamos preparados para enfrentar esta contingencia". En este contexto, es importante considerar que los planes de contingencia son relevantes toda vez que Estados Unidos sigue siendo el principal mercado de la fruta nacional. De hecho, sólo en la temporada 2015-2016 se exportaron a esta nación más de 790 mil toneladas de frutas frescas.

Atendiendo al alto grado de aceptación que la Fruta nacional tiene en los mercados asiáticos – y en general a nivel mundial- Pro Chile centrará sus esfuerzos durante 2017 en promocionar esta categoría de producto 'around the world'.

En este contexto, la entidad, sostuvo en enero pasado un encuentro con los máximos representantes de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile AG (Asoex); reunión en la cual se analizaron las distintas campañas de promoción, junto a Ronald Bown, Presidente de Asoex; Miguel Canala-Echeverría, Gerente General e Ignacio Caballero, Subgerente de Marketing de Asoex .

A este respecto, Ronald Bown, Presidente de Asoex precisó que "con ProChile nos une una larga historia de trabajo conjunto, mediante el cual hemos podido desarrollar mercados, posicionarnos y crecer en consumo gracias a las acciones de promoción que hemos desarrollado en mercados clave para la fruta chilena. Así como también, hemos podido participar de manera importante en ferias internacionales, como es el caso de Fruit Logistica en Alemania o PMA Fresh Summit en Estados Unidos; las cuales se han transformado en espacios fundamentales para potenciar los productos chilenos, así como también para establecer contactos y visualizar cuáles son las nuevas tendencias mundiales". Además, Bown destacó la mutua colaboración público-privada para el desarrollo de misiones de prospección, a través de las cuales se busca visualizar nuevas oportunidades para las frutas chilenas y diversificar los mercados.

En este contexto, el ejecutivo sostuvo que "este año tenemos muchas actividades de promoción en torno a la fruta fresca, las que se desarrollarán principalmente en Asia, Europa y Estados Unidos. El trabajo público-privado que hemos desarrollado a través de la marca sectorial Fruits from Chile y todas sus submarcas asociadas, ha permitido tener un sitio privilegiado en los mercados internacionales". Siempre en torno a la promoción de la fruta nacional,

cabe destacar que durante la temporada 2015-2016, Chile envió cerca de 2.5 millones de toneladas de frutas frescas a los diferentes mercados de destino, volúmenes de fruta cuyo consumo fue potenciado a través de creativas e innovadoras campañas de promoción genéricas y por especies.

En este marco, Asoex y ProChile, han definido para este 2017 catorce campañas de promoción. En Norteamérica (Canadá y EEUU) se tienen contempladas 2 campañas genéricas para la fruta de temporada, como se realiza actualmente para carozos y uvas de mesa, pero además actividades específicas para arándanos, cerezas y la novedad de que se ha incorporado el mercado de Canadá al de EEUU para cítricos.

En Europa, en tanto, junto a las promociones genéricas, se desarrollarán actividades específicas para potenciar el consumo de los arándanos. A su vez se incorporó una nueva campaña de cítricos que estará enfocada en Reino Unido y también en Japón. Para el mercado de Asia –sin duda uno de los más importantes- se han planificado programas para incentivar la compra y conocimiento de cerezas, arándanos, y uva mesa, como también una campaña de habilitación para China e Indonesia. Mientras que para los kiwis también hay definidas acciones de carácter mundial.

Con todo, la fruta nacional seguirá dando que hablar en los próximos meses, asentándose en la realidad económica nacional como una de las categorías de productos de exportación con más proyecciones; y cuyo impacto a nivel de imagen resulta más que positivo.

EL RETAIL NORTEAMERICANO EN LA MIRA DE LA FRUTA NACIONAL

Como parte de las actividades de promoción internacional de la fruta chilena, en enero pasado representantes del retail de

EEUU y Canadá visitaron nuestro país para conocer el proceso productivo y de exportación de esta categoría de producto. La actividad, organizada por la Asociación de Exportadores Frutas de Chile A.G, Asoex, en conjunto con ProChile, fue coordinada por la Chilean Fresh Fruit Association (CFFA) de Norteamérica, en el marco de su labor de promover de la fruta nacional en el mercado de Estados Unidos y Canadá.

Respecto al desarrollo del encuentro, Ronald Bown, Presidente de Asoex indicó que "este tipo de visitas son de relevancia para nuestra industria, ya que nos permiten mostrar, en terreno, todo el proceso productivo y de exportación de la fruta chilena, así como el trabajo que nuestra Asociación desarrolla. Todo con el fin de afianzar los lazos con el retail norteamericano".

Y es que según afirmó el vocero de Asoex, "Estados Unidos sigue siendo el principal destino de la fruta chilena, mercado al que durante la temporada 2015-2016 más de 790 mil toneladas de frutas frescas, siendo las principales especies uva de mesa, con el 39% del total de nuestras exportaciones, seguidas por las manzanas con el 13%, y las naranjas y los arándanos con el 8% , respectivamente".

En tanto, los retailers invitados a la cita internacional representan a grandes cadenas de supermercados, tanto a nivel regional y nacional, dentro del mercado de Estados Unidos y Canadá, siendo uno de sus puntos más fuertes el que "apuntan a distintos públicos objetivos y mercados, ofreciendo una muy variada oportunidad para la fruta chilena", puntualizó, Karen Brux, Directora Ejecutiva de la CFFA.

En la oportunidad los representantes norteamericanos expresaron el gran interés que existe entre los consumidores de ambos mercados por conocer el origen de la fruta que comen, así como su proceso de producción, privilegiando procesos ambientalmente amigables y con respeto a los trabajadores que laboran en los cam-

pos, y por lo mismo, celebraron la posibilidad de conocer la realidad del sector de la fruta en Chile. En esta tónica, Mathew Tate, Director of Produce Procurement de Aramark de Filadelfia, sostuvo que "tenemos operaciones en Latinoamérica, con base aquí en Santiago, y en 20 países alrededor del mundo. La fruta chilena es un gran complemento durante el invierno y la falta de producción local. Es un producto de gran calidad; por lo mismo, durante esta visita, realmente quiero conocer cómo los productores trabajan, cuán importante son las normas de inocuidad y las condiciones de entrega".

Por su parte, Mimmo Frazzone, Director de Produce & Flora de Longo's de Ontario Canadá, sostuvo que "en Longo's estamos promocionando la fruta chilena en los meses de invierno, especialmente arándanos, uvas de mesa y carozos chilenos, los cuales representan sobre el 20% de nuestras ventas en este periodo. La calidad de la fruta es fundamental, por eso es muy positivo trabajar junto a nuestros proveedores para obtener el producto lo más fresco y en mejor condición posible. Los arándanos son una parte importante dentro de nuestro negocio de productos frescos. Se ubican en un segundo lugar, dentro de los berries, sólo precedidos por las frutillas, por lo mismo es muy importante promocionarlos".

Frazzone agregó que para aumentar el consumo es fundamental "asociarse para realizar promociones, informar al consumidor sobre las variedades o nuevas variedades que se encuentran disponibles, como por ejemplo, las uvas sin semilla que llegan desde Chile. Las degustaciones son una muy buena alternativa, pues permite al público no sólo saber que hay disponibilidad del producto, sino que también probarlo y adquirirlo. En longo's la calidad y sabor de la fruta es fundamental. Nuestros consumidores, por su parte están dispuestos a pagar por esta calidad y este sabor ", puntualizó. **LGT**

20

.....
AÑOS EN
CHILE
.....

LÍDER EN

**CONSULTORÍA INTEGRAL
EN LOGÍSTICA**

- **43** AÑOS DE EXPERIENCIA INTERNACIONAL Y **22** OFICINAS EN TODO EL MUNDO CON EL RESPALDO DE SU MATRIZ ALEMANA.
- MÁS DE **2.000** PROYECTOS DESARROLLADOS EN LA REGIÓN.
- ESPECIALISTAS EN TRANSFORMACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO; INGENIERÍA E IMPLEMENTACIÓN; Y EXCELENCIA OPERATIVA.

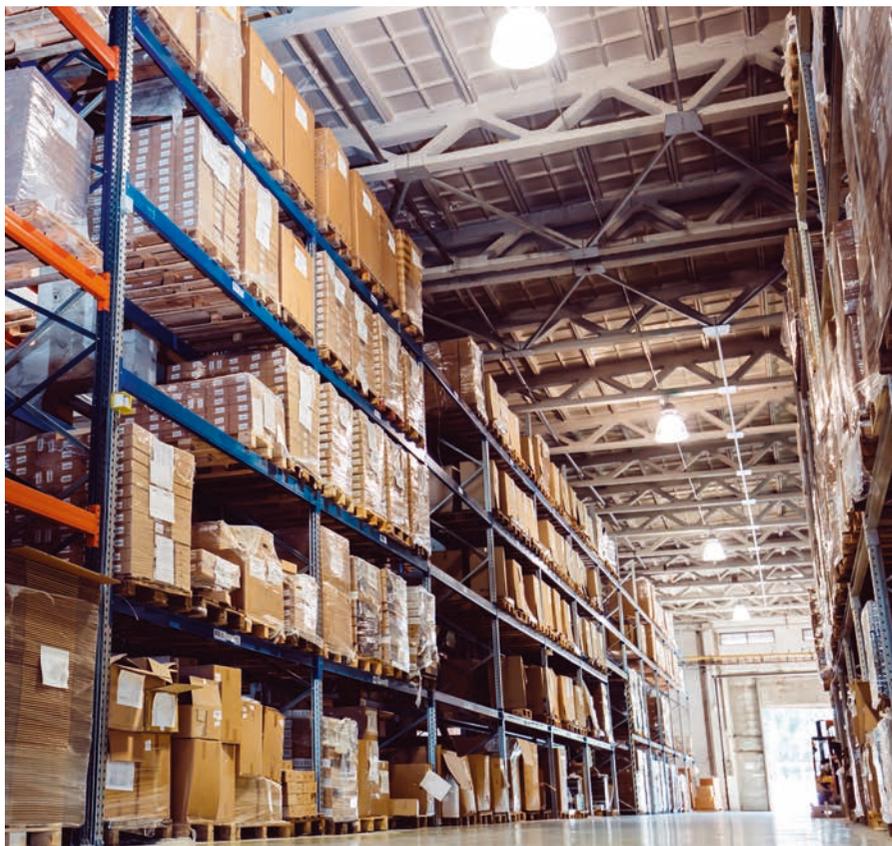
NUEVA OFICINA

Avenida Suecia 0155, of.301
Providencia, Santiago

Teléfono: +56 22 7951900

Mail: santiago@miebach.com

www.miebach.com



14

MERCADO NACIONAL DE BODEGAJE

RECIENTEMENTE SE LIBERARON LOS DOS PRINCIPALES REPORTE DE LA INDUSTRIA DEL BODEGAJE NACIONAL ELABORADOS TRADICIONALMENTE POR COLLIERS INTERNACIONAL Y GLOBAL PROPERTY SOLUTIONS (GPS); INFORMES QUE REFLEJAN PERSPECTIVAS INTERESANTES DE LA INDUSTRIA, A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE 2016 Y QUE PROYECTAN UN POSITIVO ESCENARIO PARA 2017.

CIFRAS Y PROYECCIONES PARA ESTE AÑO

Según estimaciones del Banco Central, de cara a 2017, se espera que los valores de crecimiento económico de Chile se mantengan en rangos similares a los de 2016, es decir, entre un 1,5% y un 2,5%. Según diversos analistas y la

propia entidad bancaria, el leve aumento esperado para el 2017 en comparación al 2016 estaría fundamentado en un escenario en que el mercado chileno encuentre una mayor estabilidad, aumentando los niveles de confianza y generando mayor inversión. De igual modo, se espera que

los niveles de inflación continúen disminuyendo durante 2017, ubicándose por debajo del 3%.

A partir de estas proyecciones, el Mercado de Bodegaje nacional para 2017 se vislumbra saludable, con alzas importantes en torno a la producción de superficie de bodegaje y estables niveles de vacancia, índices que al segundo semestre de 2016 ya manifestaban la tendencia.

LOS NÚMEROS Y LA TENDENCIA

Según los más representativos reportes de la industria, desarrollados por las consultoras Colliers Internacional y Global Property Solutions (GPS), al cierre del segundo semestre de 2016 el escenario es positivo. Cabe destacar que las cifras expuestas en cada estudio corresponden a resultados exhibidos por los actores del sector en el periodo Julio-Diciembre de 2016, medidos por cada consultora a partir de clasificaciones específicas en materia de segmento y tipos de recintos.

En materia de participación de mercado, según el reporte de GPS, los liderazgos se mantienen. Así, en el mercado de bodegas Clase I, Bodegas San Francisco sigue a la cabeza concentrando un 37% del stock total con 1.380.210 m² de bodegas, distribuidos en 7 centros. Le sigue Bodenor Flexcenter con un 16,1% de participación, equivalente a 599.811 m². En tercer lugar se ubica la red Megacentro con un 8,3% del inventario, distribuido en 9 centros que suman un total de 311.040 m².

En torno al mercado de Clase II se mantiene como protagonista el operador San Martín Logística con un 21,1% de participación, equivalente a 52.200 m², seguido de lejos por Spacioflex con un 9,7% del stock total, sumando 24.000 m². En tercer lugar se posiciona al operador Las Garzas, quien en sus dos centros Clase II acumula un total de 21.548 m², con una participación del 8,7%.

(Ver Figura 1)

Bodenor Flexcenter Lo Boza 120

Pudahuel, Santiago
centros de distribución y oficinas



BCF Parque Logístico



Build to Suit



BFC Bio-Bio



BFC Puerto Montt

DESARROLLO Y ARRIENDO DE BODEGAS Y
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE CLASE
MUNDIAL



CONECTIVIDAD



FLEXIBILIDAD



SEGURIDAD



SOPORTE



SERVICIOS

BODENOR
FLEXCENTER
PARQUES LOGÍSTICOS

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL



En torno al inventario total al cierre de 2016, el reporte de GPS sostuvo que “el stock de bodegas Clase I se compone de 80 centros, en un total de 3.732.728 m² de bodega”. Así, los ingresos del último período sumarían 174.027 m², principalmente en ampliaciones de centros existentes, destacando el ingreso de 24.300 m² en el centro Lo Echevers 550 de Inmobiliaria Anya, y 30.000 m² en Parque Logístico Enea del operador Bodenor Flexcenter.

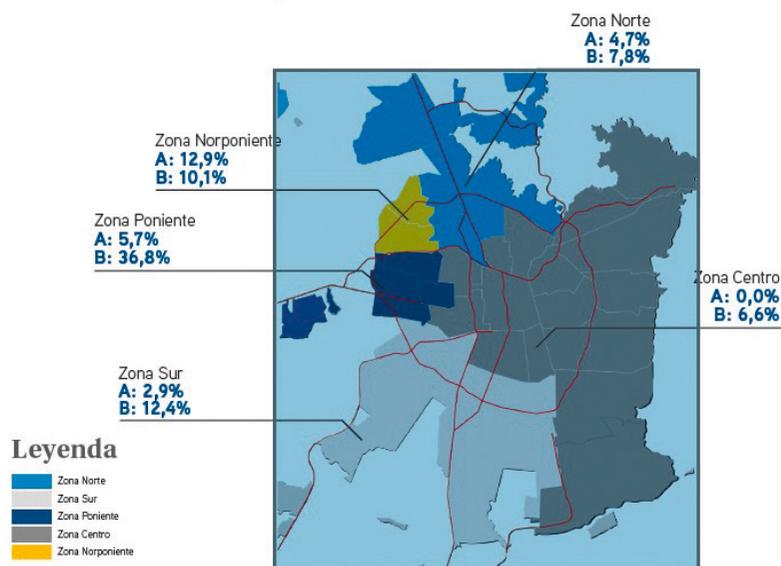
Según dicho reporte, el stock de bodegas Clase II suma un total de 247.795 m², registrando el ingreso de 24.230 m² en el pasado semestre, superficie localizada en ampliaciones de centros existentes y en el nuevo centro de Galvarino 8481 con 10.595 m² de bodega.

Por su parte, el reporte de Colliers estipula que el inventario total al cierre del segundo semestre de 2016 alcanza los 3.279.373 m² de superficie útil de centros de bodega, predominando –a nivel de participación de mercado por zonas- el sector Poniente de la Región Metropolitana con un 42%, seguido del sector Norponiente con un 23%, el sector sur con un 15%, el Norte con un 13% y, finalmente, la zona Centro con un 7%. (Ver Figura 2).

mientras que en periodo anterior llegó a los 53.000 m². En torno a la tasa de vacancia promedio, según Colliers, al cierre del 2016 ésta alcanzó un 6,9%, lo que equivale a 0,3 puntos porcentuales más que el semestre anterior. Con esto, la superficie disponible alcanzó los 224.086 m², de los cuales el 46% corresponde a bodegas clase A y el 54% restante a bodegas clase B. El sector con mayor tasa de vacancia corresponde al Sur en bodegas clase B.

Participación por Zonas de Centros de Bodegaje

Fuente: Colliers Internacional



clase B con 22.295 m² y el sector Norte clase A con 8.455 m² absorbidos en el periodo. Por su lado, dentro de las menores absorciones destacan el sector Norte clase B con -16.192 m² absorbidos y el sector Norponiente clase B con -11.699 m² absorbidos durante el segundo semestre del 2016.

Respecto a estas cifras, Stefano Solari, Gerente de Estudios de Colliers explicó que al cierre de 2016 las cifras fueron bastante favorables, dejando buenas proyecciones para 2017. “En el mercado en general la vacancia se ha mantenido entre 2014 y 2016 en rangos bastante estables, en torno a un 4% y 7%. Con ello, más que un aumento en la vacancia se trata de una situación natural del negocio que se va ajustando a las producciones pasadas”, comentó.

A modo de ejemplo, el experto explicó que “una vacancia de 6,9% es bastante

DE LA PRODUCCIÓN Y LA VACANCIA

Según los recintos medidos por Colliers, la producción del segundo semestre de 2016 presentó una leve baja respecto al semestre anterior, alcanzando 52.000 m²,

En tanto, respecto de la absorción del periodo, ésta alcanzó los -10.671 m², sin embargo, se evidencian variaciones importantes al analizar por sector y clase. Es decir, dentro de los sectores con mayor absorción destacan el sector Poniente

saludable para el mercado y no es alarmante en ningún caso”. Tomando en cuenta el índice de vacancia y producción exhibido por Colliers, Solari explicó que “efectivamente, este año tuvo una baja producción, versus los años anteriores,

pero no es para alarmarse. Esto no quiere decir que el mercado se esté alejando del negocio de bodegaje, sino que existían muchos proyectos que debían ingresar este año pero por diversos motivos, como la incertidumbre económica o por la búsqueda de rentabilidades distintas en otros proyectos, se atrasaron y deberían entrar en 2017. De ser así, se mantendría la lógica de los últimos años que habla de ingresos en torno a los 150 mil metros cuadrados promedio al año. O sea, el 2017 debiese absorber todo lo que no fue capaz de entregar el 2016”.

En este panorama, finalizó Solari, “la vacancia podría aumentar o mantenerse, pero es un panorama bastante favorable para el mercado. O sea los proyectos siguen en marcha y el mercado sigue avanzando”.

período, indicador que se observa al alza con un total de 329.846 m² en Clase 1 con una variación de un 533% en relación al periodo anterior. Por su parte, el mercado de bodegas Clase II también se observa con mayor actividad, disminuyendo su tasa de vacancia, con un total de 40.439 m² disponibles, equivalentes a un 16,32% del stock total.

VARIACIONES EN EL PRECIO

Según lo descrito por GPS, al cierre del año, los precios del mercado Clase I se observaron a la baja, con una disminución de un 9%, en relación al año 2015, con un valor promedio ponderado de 0,109 UF/m². En Clase II, en tanto, los valores de arriendo se observan sin variaciones en

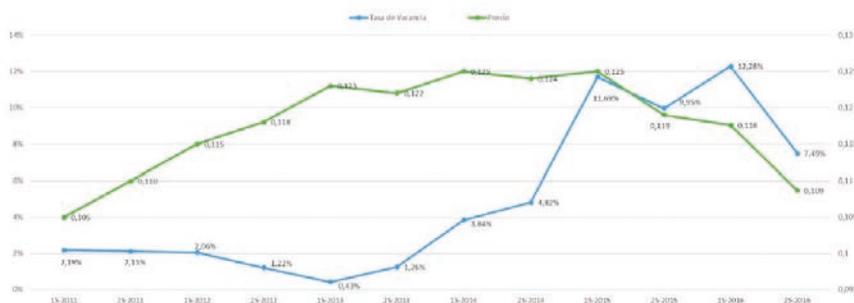
A partir de estas cifras, Solari sostuvo que “si comparamos ambos semestres de 2016, los precios efectivamente subieron un poco y uno podría pensar que si aumenta la vacancia los precios van a disminuir para arrendar a toda costa, pero se mantuvo en una leve alza y eso demuestra que el mercado está a niveles saludables”.

PROYECCIONES DE PRODUCCIÓN

Respecto a las proyecciones del mercado para 2017, el experto de Colliers estimó que “para el 2017 se estima que la producción será del orden de los 80.000 m², incorporándose superficie de desarrolladores como Bodenor Flexcenter, Bodegas San Francisco y Central Bodegas. De la totalidad de metros cuadrados esperados para el próximo semestre, 60.000 m² aproximadamente estarían localizados en el sector Poniente, mientras que la superficie restante se localizaría en la zona Sur de Santiago”.

Por su parte, el reporte de GPS indicó que para el mercado de bodegas Clase I, se espera el ingreso para el año 2017 de 325.000 m² útiles de bodega que corresponden principalmente a nuevos centros y ampliaciones de recintos existentes. Por su parte, el mercado de bodegas Clase II, proyecta el ingreso de una nueva etapa del centro FAC Lautaro con 6.000 m².

Evolución de Precios y Vacancia
Fuente: GPS



Ahora bien, a partir de la clasificación de bodegas realizada por GPS, la tasa de vacancia del período en estudio para el mercado de bodegas Clase I, registra una baja de un 39% en relación al semestre anterior, alcanzando un total de 279.462 m² disponibles equivalentes a un 7,49% del stock total. “Al comparar el indicador con el cierre del pasado ejercicio, observamos una disminución de un 25%, concluyendo un positivo cierre de año para un mercado altamente sensible a la coyuntura económica presente durante el 2016”, indica el estudio de GPS.

Según el documento, la reactivación del mercado se refleja en la absorción del

relación al pasado ejercicio, con un precio promedio ponderado de arriendo de 0,14 UF/m².

Un punto de vista diferente manifiesta el estudio de Colliers que estipula –para su clasificación específica– que el precio promedio de arriendo aumentó levemente respecto del semestre anterior, alcanzando los 0,127 UF/m². “El sector Centro (clase B) nuevamente se mantuvo como el sector con precios promedio más altos con 0,171 UF/m², seguido del sector Norte (clase A) con 0,15 UF/m² y sector Poniente (clase A) con 0,138 UF/m². Por otro lado, las bodegas clase B del 0,116 UF/m² respectivamente”, especificó el estudio.

Así, durante el 2017 se vislumbra un mercado de bodegaje activo sobre todo en el formato pequeño para la venta, un nicho de negocio que se presenta como “muy interesante”. Las bajas tasas de interés y sus proyecciones para el año, vaticinan un mercado en crecimiento, reflejado en el futuro ingreso de 7 centros, con un total aproximado de 120.000 m² de bodegas más oficinas, que se sumarían a 6 centros que se encuentran actualmente en proceso de comercialización.

Al cierre del año 2016, GPS Property observó como la baja disponibilidad de suelo con uso industrial, obliga al inversionista a

buscar nuevas alternativas, apreciando un mercado en crecimiento en las zonas de El Taqueral y Noviciado, sectores que crecen apoyadas por su normativa específica y por distintos proyectos de mejoramiento de infraestructura vial.

Siendo así, se registra como único ingreso del año, el Parque Industrial Santa Rafaela en la comuna de Lampa, con una superficie útil vendible de 146.620 m² de carácter industrial inofensivo, distribuidos en 47 lotes desde 3.000 m². Con dicho ingreso, el año 2016 registra la menor producción de los últimos años, significando una baja de un 83% en relación a la superficie ingresada en el año 2015.

Así, el stock total del período en estudio suma 20.454.392 m² útiles, que se distribuyen en 57 parques industriales. Dicho stock se concentra en el corredor Norte con 22 desarrollos, que suman una superficie de 9.288.460 m² equivalentes a un 45% del total, seguido por el corredor Poniente con una participación del 25% correspondientes a 5.152.099 m².

La oferta del período se concentró en el tramo de superficie de 4.000-7.000 m² con 25 lotes, seguido por el tramo 2.000-4.000 m² con 22 lotes. Por otro lado, observamos al tramo 0-2.000 m² como el de menor participación en la oferta del período, con un lote en el parque Industrial ENEA.

18

DISPONIBILIDAD, ABSORCIÓN Y VACANCIA

En tanto, al cierre del período en estudio, la tasa de vacancia se observó al alza en relación al semestre anterior, con un total de 1.465.469 m² disponibles, equivalentes a un 7,61% del stock total. Si se compara el indicador con igual período del 2015, no se observan variaciones significativas, factor que sumado a una absorción negativa de 30.688 m² en el semestre en estudio, reflejan cierta paralización de este mercado y pasividad de la demanda

por los productos ofertados. La vacancia del período se ubicó principalmente en la zona Poniente con un total de 739.275 m² distribuidos en 40 lotes, seguido por la zona Norte con 555.354 m² disponibles en 76 lotes. Si se analiza la disponibilidad de unidades por tramo de superficie, el Estudio observa el tramo 2.000-4.000 m² como el de mayor participación con un total de 40 lotes disponibles, seguido por el tramo 4.000-7.000 m² con 27 lotes disponibles. En tercer lugar, el Estudio ubicó al tramo 7.000-10.000 m² con 24 lotes disponibles.

PRECIO DE VENTA

Finalmente, según el reporte de GPS, los precios de oferta del segundo semestre del año se observaron levemente a la baja, influenciados por el ingreso de superficie en el corredor Norte.

Así, el valor promedio ponderado fue de 3,75 Uf/m² para los corredores en estudio, encontrando valores desde 3 Uf/m² en la zona de El Taqueral, comuna de Lampa, hasta 8 Uf/m² en zonas dentro del anillo Américo Vespucio.

Al revisar los precios por tramo de superficie, se observaron variaciones importantes en el tramo 0-2.000 m², producto del ingreso de lotes en el sector de El Taqueral en la comuna de Lampa, registrando una baja de un 46% en relación al período anterior, con un precio promedio ponderado de 3,42 Uf/m².

Por su parte, el tramo de 2.000-4.000 m², que representa el de mayor disponibilidad para venta, también se ve influenciado por dicho ingreso, cerrando el semestre con un valor de 3,81 Uf/m² y una disminución de un 29% al compararlo con el pasado semestre.

Por otra parte, si se analizan los precios por localización, GPS ubicó los mayores precios de venta en lotes al interior del anillo Américo Vespucio con un valor promedio ponderado de 6,07 Uf/m², lotes

ubicados en las comunas de Renca, Quilicura, Pudahuel y Cerrillos. Por otro lado, la oferta disponible fuera del anillo, cerró el año con un valor de 3,49 Uf/m² en lotes ubicados principalmente en la zona periférica de la comuna de Pudahuel y sectores en desarrollo de la comuna de Lampa.

LGT

CLASIFICACIONES

> GLOBAL PROPERTY SOLUTIONS (GPS)

Bodegas Clase I:

- Subdivisión mínima bodega 800 m² • Subdivisión máxima bodega: Sin límite • Superficie mínima centro 6.500 m² • Altura Mínima 8m

Bodegas Clase II:

- Subdivisión mínima bodega: 200 m² • Subdivisión máxima bodega: 1.800 m² • Debe contar con oficinas
- Superficie mínima centro 6.500 m² • 50% del centro debe corresponder a bodegas de este formato.

> COLLIERS INTERNATIONAL

Bodegas Clase A:

- Bodegas con un tiempo de construcción inferior a 15 años • Ubicadas cerca de vías de acceso principales y de zonas o Parques Industriales • Altura mínima de 10 metros • Claros entre 10 y 15 metros • Andenes y rampas • Superficie mínima de tamaño de bodega de 2.500 m² • Sistema contra incendio de red húmeda, servicios adicionales de seguridad y de oficinas, entre otras características.

Bodegas Clase B:

- Bodegas con un tiempo de construcción mayor a 15 años. • Ubicadas cerca de vías de acceso secundarias y de zonas o Parques Industriales • Altura mínima de más o menos 8 metros • Claros de aproximadamente 10 metros • Andenes y/o rampas • Con una superficie de tamaño de bodega menor a 2.500 m². • Sistema contra incendio de red húmeda, servicios adicionales de seguridad y de oficinas, entre otras características.

LLEGÓ LA HORA DE LA NUEVA GENERACIÓN

Renueve los equipos de Captura de Datos con teclado por la nueva generación de equipos TC800 Zebra touch.



Acceda al mejor precio de promoción del nuevo TC8000 con garantía extendida por 3 años dando en parte de pago, sus equipos antiguos de captura de datos de cualquier marca.



 **ZEBRA**

Promoción válida en STG CHILE y STG PERÚ / Los equipos en parte de pago deben ser entregados con sus accesorios / Promoción válida hasta el 30 de Noviembre de 2016



stgo  **PERÚ**
Southern Technology Group

22392 5000
contacto@stgchile.cl
www.stgchile.cl

stgo  **CHILE**
Southern Technology Group



CENTRAL BODEGAS CONCRETA LA TERCERA ETAPA DE 'MILAGRO DE NOS'

A punto de finalizar la construcción de su tercera etapa, el Centro de Bodegaje Milagro de Nos, desarrollado por Central Bodegas se alza como uno de los proyectos más esperados para 2017. Y es que la Compañía sigue creciendo y centrando su negocio en soluciones flexibles para cada cliente.



20

MÁS ALMACENAMIENTO

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO, CENTROS LOGÍSTICOS CON TECNOLOGÍAS AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE Y NUEVOS CONCEPTOS EN SEGURIDAD PERIMETRAL E INTERNA SON SÓLO ALGUNAS DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE INTEGRAN LOS NUEVOS PROYECTOS INMOBILIARIOS DE BODEGAJE QUE ESTARÁN DISPONIBLES EN LA TEMPORADA 2017. A CONTINUACIÓN LES PRESENTAMOS LAS PRINCIPALES NOVEDADES QUE EL MERCADO NACIONAL PONDRÁ A DISPOSICIÓN EN LOS PRÓXIMOS MESES.

¡LO QUE SE VIENE PARA EL 2017!

Todos coinciden en que 2017 será un mejor año para el negocio del bodegaje, con nuevos e interesantes proyectos que verán la luz durante los próximos meses, y la consolidación de nuevos sectores industriales, gracias a proyectos de alta envergadura que vienen a revolucionar el mercado.

Diversos son los proyectos que esperan 'cortar la cinta' esta temporada, no obstante, Revista Logistec les presenta los 3 más destacados para este 2017, considerando no sólo la novedosa oferta de metros cuadrados para el almacenamiento logístico, sino también, por los nuevos modelos de negocio que brindan a un mercado cada vez más competitivo.

Ubicado en Camino Internacional 1515, San Bernardo, el Centro ya tiene operativas y arrendadas en su totalidad las dos primeras etapas del proyecto que constará, en su etapa final, con 4 galpones y alcanzando una superficie total de 36.300 m² en un predio de 7 has. Así, la compañía estima que la tercera etapa estará disponible en el mercado el segundo semestre del presente año y el centro en su totalidad en marzo de 2018.

En torno a las ventajas comparativas que ostenta este CD, sin duda destaca su excelente conectividad y ubicación privilegiada, ya que se encuentra emplazado a pocos metros de la Ruta 5 Sur. Además, a diferencia de otros proyectos desarrollados por Central Bodegas, el complejo Milagro de Nos, contará con tecnología led, lo que ayuda al ahorro de energía y a colaborar con el cuidado del medioambiente, un aspecto en el cual la compañía ha

venido incursionando en el último tiempo. Si bien los nuevos galpones en construcción poseen las mismas características en construcción e infraestructura que los proyectos anteriores de Central Bodegas, esta vez la compañía ha innovado en la optimización de los espacios comunes, mejorando la estética a partir de la construcción de jardines y sectores de esparcimiento. En esta línea, además de continuar en el camino de la mejora constante, Milagro de Nos incorpora la nueva normativa Iso 9001-2015. Les invitamos a conocer más acerca de este y otros proyectos de Central Bodegas en www.centralbodegas.cl.

DANCO PREPARA NUEVO CENTRO EN SECTOR DE NOVICIADO

Con una inversión cercana a los 30 millones de dólares, Danco inició en 2016 la construcción de su nuevo centro "Danco Noviciado", instalación que permitirá a la empresa ampliar su tamaño, llegando a los 180 mil m² arrendables de bodegas. Este proyecto viene a ratificar a Danco como uno de los actores más importantes de la industria de bodegas; al tiempo que se estima que la primera etapa del proyecto, que integra 24 mil m², estará disponible a partir de agosto 2017.



"Danco Noviciado" es un proyecto de bodegas para arriendo tipo A que contempla una superficie total arrendable de 80 mil m². El centro está ubicado al interior del

nuevo Centro Industrial Parque Capital, del Grupo Patio, en la zona de Noviciado, comuna de Lampa y está orientado, en un principio, para operadores logísticos o grandes empresas para manejo de carga general.

Adicionalmente, la Compañía tiene la posibilidad de construir proyectos a la medida tanto para carga general como para productos peligrosos ya que el terreno se adhiere a la norma de uso de suelo ISAM 6.

Cabe destacar que Danco se caracteriza por ofrecer bodegas de estándar internacional tipo A, con altura al hombro de 11 mt, andenes de acuatamiento, amplios patios de maniobra, casinos, etc. También, son capaces de habilitar oficinas a pedido, sistema de protección contra incendio y cualquier requerimiento que el cliente tenga.

Además, a contar del año pasado la Compañía ha puesto especial énfasis en la calidad de la seguridad de sus centros; contando para estos efectos con una empresa de seguridad externa certificada, y una jefatura de seguridad interna con vasta experiencia. De hecho, según la Compañía, "la seguridad dejó de ser un servicio más, y pasó a ser una prioridad". Para informarse más acerca de éste y otros proyectos de la compañía visite www.danco.cl.

REZEPKA EL NUEVO CONCEPTO DE CONDOMINIO EMPRESARIAL

La innovación es una de las claves del éxito de cualquier empresa. Esto bien lo saben en Rezepka, compañía inmobiliaria con más de 60 años en el mercado, quienes nuevamente dan un giro, desarrollando en Chile un nuevo concepto inmobiliario para el segmento empresarial.

Como forma de responder a las diversas necesidades de las empresas, Rezepka

presenta para este 2017 un nuevo concepto de Condominio Empresarial denominado: Back + Office Business Park, modelo que actualmente se desarrolla en Estados Unidos con mucho éxito, cuyas principales características es permitir a las empresas contar en un solo lugar con sus áreas comerciales, administrativas y operacionales.



Bajo el concepto Back+Office Business Park, Rezepka lanzó el Parque Industrial El Montijo, ubicado en la comuna de Renca, que cuenta con 20 mil m² proyectados. Este exclusivo Parque está disponible para venta y arriendo, con formatos de bodegas que van desde los 200 m² a 500 m², altura libre y tablero trifásico, que integra un ambiente inmejorable con oficinas con bodegas para los distintos clientes.

"La posibilidad de contar con Bodegas y Oficinas, permite a las empresas facilitar y agilizar la gestión y supervisión completa del negocio en un solo lugar", destacó Andrés Córdova, gerente general de la empresa.

El innovador look del recinto y el equipamiento y servicios con el que cuenta son, sin duda, un sello diferenciador del proyecto. Salas de reuniones y capacitaciones, zona de casino, esparcimiento y espacios para full trucks son algunos de los complementos que hacen de este lugar un espacio único para las empresas. **LGI**

¿OPTIMIZAS EL ESPACIO DE TU BODEGA?

EL ALMACENAMIENTO ES UNO DE LOS PILARES CENTRALES DE UNA OPERACIÓN LOGÍSTICA EXITOSA. ESTE FACTOR NO SÓLO ESTÁ DADO POR EL CORRECTO MOVIMIENTO DE MERCADERÍAS SINO TAMBIÉN POR LA OPTIMIZACIÓN DE LOS ESPACIOS DESTINADOS A BODEGAJE; AMBOS ASPECTOS COMO SINÓNIMOS DE UNA BUENA GESTIÓN Y TAMBIÉN, DE AHORRO DE COSTO. ¿SACAS PROVECHO A TUS INSTALACIONES?



22

Crece nuestra operación en fechas específicas? ¿Quedó chico el espacio para la operación? Estas son algunas de las interrogantes que se plantean las organizaciones cuando se enfrentan a la decisión de tener que “arrendar o construir” nuevos espacios para el almacenamiento logístico.

Sin embargo, antes de tomar una decisión siempre es necesario “aprovechar al máximo” las distintas posibilidad que tiene

una empresa para optimizar sus procesos en las propias instalaciones; más aún en momentos donde las inversiones son tremendamente pensadas y analizadas en aras de mantener la estabilidad económica de las compañías, que a nivel general hoy se mueven en un escenario financiero mundial contraído.

Para una empresa logística, el almacenamiento de la mercadería es un proceso fundamental y es ahí la importancia de optimizar y agilizar los procesos. En una

primera instancia, para lograr este objetivo, está la tecnología, sin embargo, no siempre las compañías están dispuestas a realizar esa inversión.

Entonces, ¿existen modos de optimizar el espacio? ¡Por supuesto que existen formas de optimizar en base al espacio que ya tenemos disponible! y la clave de todo eso está en la INFORMACIÓN. En la medida de que una empresa conozca a cabalidad su operación, a nivel administrativo, de RR.HH.; a nivel cotidiano y, por supuesto, a nivel empírico y logístico, podrá tomar las decisiones oportunas para lograr eficiencia en todos los ámbitos de su desempeño.

¿Cuántos productos almacenas? ¿Cuál es la rotación de tu inventario? ¿Qué equipamiento y tecnologías tienes a disposición de la operación? ¿Está bien diseñado tu layout? Estos son sólo algunas de las preguntas que deberá responder para incorporar nuevas técnicas de optimización de espacio, de sus respuestas dependerá el nivel de mejora que pueda incorporar.

¿CÓMO SE HACE?... ASPECTOS A CONSIDERAR

Cuando los ejecutivos salen en busca de la bodega o Centro de Distribución adecuado para su operación uno de los factores más considerado son las medidas de las instalaciones. Ancho y Altura asoman como elementos decisivos a la hora de escoger el lugar indicado.

Pero, ¿sabemos sacar provecho a las dimensiones de la bodega? Muchos preguntan por estas medidas, pero pocas son las compañías que aprovechan las dimensiones. Hemos sido testigos de cómo las empresas diseñan erradamente sus layout, impidiendo la posibilidad de crecer en posiciones sin realizar una gran inversión.

No cabe duda, que dichas dimensiones ayudan a optimizar el espacio, sin embar-



TW CRECE CON NUEVO CENTRO EN LAMPA



20 años
EXPERIENCIA

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

4PL LOGÍSTICA



TRANSPORTE



ALMACENAJE



VALOR AGREGADO



go a la hora de hacer algún cambio, siempre es necesario tener en consideración aspectos como: El tipo de Rack y el tipo de Grúas que se utilizan en la operación. Estos factores están relacionados estrechamente, ya que al aumentar o disminuir el ancho de los pasillos, entre los racks, es fundamental tener en consideración el tamaño y alcance de las grúas, como también sus márgenes de movimiento.

Otro factor que asoma como fundamental para la optimización de la bodega es la correcta selección de Implementos. Dentro de las herramientas que pueden ayudar a mejorar el uso del espacio están: Rack Selectivo, Drive In, Rack de Doble profundidad o Rack móvil.

Finalmente, otra vía para alcanzar mayor optimización del espacio es la incorporación de equipos automatizados en las operaciones en bodega.

El boom de la tecnología también llegó a la industria logística, donde muchos de los actores realizaron grandes inversiones en aras de "modernizar" su operación. Sin embargo, muchos de ellos no realizaron los estudios necesarios y obviaron en algunos casos datos específicos, generando que las inversiones no resultaran, convirtiéndose sólo en un gasto operacional.

La implementación tecnología, y la automatización como reflejo de ella, requieren de implementaciones certeras, basada en correctos análisis de la operación. La tecnología muchas veces no sirve para todos. Lo que para algunos genera optimización y disminución de costos operacionales, para otros no es más que un gasto.

Es así como desde el aspecto físico o estructural de las bodegas, la forma de optimizar los espacio en almacenamiento está dado por el correcto juego entre el ancho y la altura de las instalaciones para de esta forma aprovechar las dimensiones de la bodega y de la toma de decisiones correcta –basada en la información- al momento de incorporar nuevas herramientas a la operación.

EL PODER DE LA CREATIVIDAD

Si hoy están enfrentando la dificultad de espacio para su operación no necesariamente están en la obligación de moverse a un CD más grande o construir uno. También existen creativas formas para ganar espacio adicional.

Aquí algunas ideas para obtener mayor espacio en su actual Centro de Distribución y que pueden ser incorporadas en instalaciones de distintas industrias.

CONSIDERAR EL ALMACENAMIENTO AUTOMATIZADO. Los equipos automatizados, tales como sistemas automatizados de almacenamiento y recuperación (AS/RS), carruseles, módulos de almacenamiento vertical pueden ser una buena solución para contener volumen de productos en un espacio reducido.

AÑADIR UN ALTILLO. Construir un entresuelo puede proporcionar espacio de trabajo adicional para la preparación de pedidos, el embalaje y las áreas de servicio de valor añadido; despejando así otras zonas y redestinarlas al almacenamiento propiamente tal.

UTILICE EL ESPACIO SOBRE LAS PUERTAS DEL MUELLE. Existe un espacio que no ha sido utilizado frecuentemente que es aquel que se genera sobre las puertas de los distintos muelles. Estos espacios –con creatividad y el equipamiento adecuado- pueden servir para el almacenamiento de materiales de embalaje, artículos de limpieza y otros artículos que no requieran un movimiento diario.

OPTIMICE SU INVENTARIO. Eliminar productos obsoletos y que se encuentren en exceso es una de las principales modalidades para liberar espacio y así poder sumar nuevas SKU's.

OPTAR POR UN ALMACÉN DE PASILLO ESTRECHO. Los pasillos estrechos dentro de las áreas de almacenamiento permiten incorporar –en muchas ocasio-

nes- nuevas estanterías. Esto es cada vez más frecuente gracias al desarrollo de los equipos de movimiento de carga que han ido a la par de las necesidades de la industria para acceder a productos con operaciones en pasillos más pequeños.

¡LEVANTAR EL TECHO! Si su instalación tiene un techo de baja altura, considere expandir hacia arriba. Esto que puede sonar extraño y dificultoso es hoy en día una realidad, gracias a que existen empresas de construcción que se especializan en la elevación de la techumbre, permitiendo así incorporar rack de mayor altura.

MONTAJE DE LOS TRANSPORTADORES. Otras de las técnicas utilizadas es la liberación de espacio en el suelo mediante la incorporación de transportadores colgantes del techo gracias a soportes. Esto genera un espacio que puede ser utilizado y no afectará el flujo de la operación.

Y ustedes, ¿conocen otra forma para optimizar el espacio de la bodega? **LGT**

PROBLEMAS QUE PUEDEN SURGIR EN UN ALMACÉN

Antiguamente los problemas surgidos en el almacén no eran de mucha importancia pero actualmente se convierten un problema grave que puede incluso afectar a los consumidores. Desorden del Inventario. Pérdida de posiciones, productos obsoletos • Pérdida de la trazabilidad de los productos • Repetición de movimientos y acciones a la hora de preparar el picking • Fallos y errores al identificar algunos productos.

¿Cuál es la solución al problema? Mejorar la gestión en todo el almacén. Hay puntos muy importantes como saber cuál es la mejor ubicación para determinados pallets según desde donde lleguen, el peso, el nivel de rotación, el volumen o el nivel de peligrosidad. O cuál sería el orden de las tareas en la preparación de un pedido, minimizando los movimientos del operador, o cómo garantizar el control de caducidad del producto en las devoluciones de los clientes.



Soluciones de almacenamiento que mejoran la rentabilidad de su bodega

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



**Especialistas
en ingeniería
antisísmica**

Una solución para cada necesidad de almacenamiento

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

Stock disponible - Entrega rápida

Calidad garantizada por
los certificados internacionales
más reconocidos

ISO 9001
ISO 14001
OHSAS 18001
BUREAU VERITAS
Certification



DÍA EN LIPIGAS: INNOVACIÓN LOGÍSTICA Y ATENCIÓN CON CALOR HUMANO DE CARA AL CLIENTE

UN NUEVO MODELO DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN, LA CONSOLIDACIÓN DE UN MODELO DE ATENCIÓN 100% PENSADA EN EL CLIENTE Y UNA OPERACIÓN QUE CONJUGA EXPERIENCIA Y RESGUARDO DE LA SEGURIDAD SON ALGUNOS DE LOS PUNTOS FUERTES DEL PROCESO LOGÍSTICO DE LIPIGAS, DE LA CUAL FUIMOS TESTIGOS EN SU PRINCIPAL PLANTA DE PRODUCCIÓN Y DESPACHO UBICADA EN LA COMUNA DE MAIPÚ

Se acabó el verano! y con él se va no sólo la temporada de vacaciones, sino también las cálidas temperaturas propias de esta estación. Paulatinamente, las tardes y noches se tornan más frías y en un par de meses el otoño dará paso al invierno; las lluvias y la –ya esperada– baja de los termómetros en el hemisferio sur.

Como de costumbre, el cambio de temporada a nivel comercial impulsa la oferta de toda una nueva batería de productos ‘invernales’. Ya en marzo, asistimos a la considerable baja de precios en los artículos ‘estivales’, mientras que las salas de venta comienzan a exhibir ropa de abrigo, estufas, calefontos y otros artículos de primer orden para la hacer frente a la temporada invernal.

Como es lógico, el cambio de estación también genera alza en las ventas del sector “combustibles”, elevando los márgenes de productos como la parafina y el gas licuado de petróleo (GLP), ampliamente usados en este periodo, principalmente, para efectos de calefacción. No obstante, si bien esta temporada sigue representando el periodo más alto de ventas para

este mercado, en los últimos años el alza del consumo de este tipo de combustibles se ha visto limitada debido a las templadas temperaturas invernales derivadas del denominado cambio climático, un factor que, aunado a otras variables, afecta a los actores del sector que han debido reinventarse para ser más competitivos.

En esta fórmula, una de las compañías pioneras en innovación a nivel operativo y de producto es Lipigas, destacado actor a nivel nacional en el envasado, comercialización y distribución de gas licuado de petróleo, gas natural y gas natural licuado para clientes residenciales, comerciales, industriales y de transporte, con una participación de mercado del 36,5% (dic.2015) y más de 60 años de trayectoria en el país. Instalada en el imaginario colectivo gracias al característico color amarillo de sus cilindros y a la ya mítica figura de “Spike”, un entrañable quiltro chileno; “rostro oficial” de la empresa en cada una de sus campañas comerciales, hasta su deceso en marzo de 2016; en los últimos 5 años,

Lipigas ha venido concretando diferentes desafíos operativos y logísticos que – a la fecha– le han permitido instalarse como líder en las ventas de GLP envasado y gra-

nel. En 2016 comercializó más de 445 mil toneladas de este producto, de las cuales 259 mil toneladas corresponden a producto envasado. A partir de estas y otras cifras en ascenso, Revista Logistec visitó la principal Planta de Producción y Centro de Distribución que la compañía opera a nivel nacional, en la comuna de Maipú, con el objetivo de conocer en terreno los puntos claves de la operación logística de Lipigas; un recorrido que nos sorprendió no sólo por los altos niveles de seguridad de la operación, sino también por el alto compromiso exhibido por sus colaboradores y distribuidores, un espíritu de ‘trabajo en equipo’ gracias al cual han logrado desarrollar altísimos niveles de fidelidad por parte de sus clientes.

09:00 Horas. Llegamos a las instalaciones de Lipigas, ubicada en la comuna de Maipú, en las cercanías del Camino a Melipilla. A nuestro arribo nos recibe Sergio Fontecilla, Jefe Nacional de Logística de Lipigas y nuestro anfitrión durante la visita.

Tras el saludo inicial, Fontecilla nos comenta que debemos asistir a charla de seguridad obligatoria para todas las personas que ingresarán al recinto, la que se extiende por aproximadamente 45 minutos y que integra –entre otras temáticas– aquellas acciones que deberemos tener en cuenta para hacer el recorrido pactado, resguardando todos las medidas de seguridad, a cargo de un prevencionista.

09:50 Horas. Concluida la inducción, nos reencontramos con Fontecilla quién

nos explica los parámetros operativos que rigen la producción y despacho de Lipigas en la Planta de Maipú, la más importante a nivel nacional para la línea de negocio de GLP envasado, ya que desde ella se maneja el 85% del volumen total de la producción a nivel país.

Según explica Fontecilla, en materia de GLP envasado, la producción y despacho se divide en 4 zonas a nivel nacional: Norte 1 y 2; Zona Centro y Zona Sur, con 14 plantas envasadoras en todo el territorio. Es misión de la Gerencia de Operaciones y Logística “cumplir con las necesidades de producción y distribución definidas por la empresa en términos de oportunidad, utilizando de manera óptima los recursos, velando siempre por la seguridad, que en nuestra operación diaria es un pilar fundamental”, explicó el ejecutivo.

Y es que, todos y cada una de las operaciones desarrolladas por la compañía en su quehacer diario están delimitadas por el factor: seguridad, sostiene Fontecilla, “lo que es bastante lógico si se considera que, después de todo, nosotros manejamos gas, un producto que tiene riesgos, al ser inflamable”, sostiene.

Junto a la Seguridad, otro factor que rige la operación es el nivel de servicio, es decir, cómo se entrega el producto al cliente final. En este punto, Fontecilla sostuvo que “nuestro objetivo es buscar la eficiencia de costos, de manera que seamos más competitivos en el mercado a nivel de precio y calidad, lo que repercute en la satisfacción de nuestros clientes finales”.

Interiorizándonos respecto a los modelos de negocio que hoy en día práctica Lipigas a nivel nacional, cabe destacar que históricamente en Chile la principal línea de negocio de la compañía es la comercialización es el Gas Licuado del Petróleo (GLP) a granel y envasado, incursionando a partir de 2004 en el suministro de Gas Natural en la comuna de Calama y desde 2014, al suministro de Gas Natural Licuado (GNL) mediante el uso de camiones para clientes industriales ubicados en zonas alejadas de



ES MISIÓN DE LA GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA “CUMPLIR CON LAS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEFINIDAS POR LA EMPRESA EN TÉRMINOS DE OPORTUNIDAD, UTILIZANDO DE MANERA ÓPTIMA LOS RECURSOS, VELANDO SIEMPRE POR LA SEGURIDAD, QUE EN NUESTRA OPERACIÓN DIARIA ES UN PILAR FUNDAMENTAL”

redes y gasoductos. Para su producto más emblemático: el GLP, Lipigas posee tres formatos de distribución y comercialización de GLP, explica Fontecilla. “Primero tenemos el formato de “Envasado en Cilindros”, la forma más popular de distribución, que integra diversos tamaños de envases (5,11, 15 y 45 kilos) según lo requiera el cliente. El segundo formato es el “Granel”, transportado en camiones para ser almacenado en tanques ubicados en el domicilio de los clientes residenciales o en las instalaciones de comercios e industrias; y por último el “Gas de Medidor”, formato que permite a los clientes cubrir sus necesidades de GLP mediante estanques comunes que son reabastecidos en forma regular”.

En torno al proceso de compra y abastecimiento del GLP, Fontecilla explicó que gran parte de la materia prima es importada desde distintos mercados, y en el caso de Lipigas de manera marítima a través de su terminal de uso exclusivo ubicado en

la Bahía de Quintero. “Al ser considerado un commodity, lo importante a nivel transaccional será adquirir el elemento al mejor precio en estos mercados”, sostuvo el Ejecutivo.

Ahora bien, en torno a las modalidades de abastecimiento de GLP para alimentar las líneas de negocio descritas, Fontecilla explicó que son 3, siendo la primera y más importante el transporte marítimo que concentra más del 70% del volumen total de importación. “Lipigas cuenta con sus instalaciones de uso exclusivo en el terminal de Oxiquim en Quintero desde donde el gas es llevado a Concón y de ahí vía un ducto subterráneo a Maipú. Este ducto, de propiedad privada, es arrendado por nuestra compañía y por otras del rubro energético para el abastecimiento de productos como gas, petróleo y gasolina, por ello no es casual que nuestra competencia y otras empresas del sector estén emplazadas en este lugar, que tiene un valor logístico y estratégico importante, ya que

representa un elevado ahorro en los costos de transporte y a mínimos niveles de riesgo”, sostuvo el Jefe Nacional de Logística. En tanto, más del 20% del GLP que comercializa Lipigas llega por vía terrestre desde Argentina principalmente, completando así un diversificado mix de abastecimiento’, explica Fontecilla. Finalmente, la tercera modalidad de abastecimiento es la transferencia entre plantas, realizada también por vía terrestre.

DESDE LA PLANTA A SU HOGAR

10:30 Horas. Tras la entrevista preliminar, nos dirigimos al sector de producción donde nos recibe Cristian Carrasco, Jefe de Planta Zona Centro. En torno al proceso productivo de envasado, concretamente, Cristian Carrasco explica que el recinto integra operaciones automatizadas con mínima intervención humana, específicamente orientada a procedimientos de control, sellado y paletizado. “En este recinto trabajan 25 personas, que van monitoreando cada uno de los procesos de la línea”. Ingresamos así al recinto por la puerta norte, que enfrenta la línea de transporte de los cilindros que entrarán al proceso de ‘envasado’, sostuvo Carrasco.

Mientras avanzamos por un pasillo en altura, gracias al cual tenemos una excelente panorámica del recinto, Cristian Carrasco explica que el proceso inicia con el ingreso de los cilindros vacíos a la línea de envasado. “Según los parámetros de demanda que tenemos vamos generando los productos (cilindros) en los tamaños más requeridos”, explicó agregando que “en cada ciclo se

envasa un formato de tamaño específico”. A través del recinto, que integra 25.000 mt², corre una línea transportadora que alimenta los diferentes carruseles que representan cada instancia del proceso. Según lo descrito por Fontecilla, por los andenes de ingreso/salida, ubicados con en el frontis oriente del edificio, entran a la línea de producción los cilindros vacíos. “Inicialmente existen 2 importantes controles: el de inspección del cilindro para comprobar que venga en perfecto estado estructural y la fase de “detección de la goma”, proceso por el cual se revisa la válvula del cilindro y sus componentes. Si cualquiera de estos factores existiera esos cilindros son rechazados por el sistema y salen de la línea. Luego de que se ha comprobado la integridad del cilindro, se verifica que el recipiente no contenga residuos de gas en su interior, porque si ingresa al carrusel de llenado el riesgo de sobre - llenarlo es alto. Esta maniobra de verificación se llama despichado”, explicó Fontecilla.

Posteriormente, el cilindro ingresa a una ‘romana’ de llenado y mientras va girando en este carrusel se llena en la medida correspondiente a su capacidad. Finalmente, el cilindro pasa por un proceso de control de peso, sellado y para luego ser paletizado y ubicado en uno de los 3 patios de acopio frontales o traseros.

11:00 Horas. Descendemos del pasillo en altura hacia la salida trasera que da al patio de acopio trasero, donde se ubican los pallets de metal que contienen los distintos formatos de envasado. Este patio tiene la extensión de 40000 mt² y en él también se consolidan los camiones que saldrán a despacho, los que diariamente alcanzan las 300 toneladas.

En torno a esta actividad, Lipigas ha desplegado una innovadora modalidad de despacho directo, “que nos permite llegar de manera más eficiente a nuestros clientes, que se agrega a los más de 800 distribuidores que conforman nuestra red externa a nivel nacional que nos permite cumplir con nuestro compromiso de estar más cerca y de satisfacer las necesidades de quienes nos requieran”, explicó Fontecilla

DE LA VENTA DIRECTA

El modelo de venta directa opera mediante un Centro Logístico que monitorea los pedidos particulares y el despacho de camiones en ciertos sectores de la



Región Metropolitana. “Tenemos 8 centrales de distribución en la zona centro para el despacho directo a 13 comunas de la Región Metropolitana, eliminando intermediarios en estas zonas y en los sectores restantes mantuvimos a los distribuidores que son un aporte para nuestra empresa. Con esto se logra romper un paradigma del mercado”, sostuvo el Jefe Nacional de Logística. Respecto a la implementación del Modelo de Venta Directa, Fontecilla sostuvo que “dado que el gas es un commodity, debemos buscar diversas maneras de diferenciarnos en el mercado, cambiando el perfil de nuestros transportistas, elevando el nivel de servicio y la experiencia del cliente”.

A partir de ello, agregó el ejecutivo, “hemos obtenido informa-



ción muy relevante para nuestro negocio, data que cuando operábamos con distribuidores no teníamos. Hoy, sabemos a quién le vendemos, cuánto, dónde y cómo, con lo cual podemos realizar una planificación más eficiente de nuestro inventario.

Sergio Fontecilla
Jefe Nacional de Logística
Lipigas



Gracias al reparto directo tenemos pleno conocimiento del cliente, pudiendo elaborar planes

de negocio o de inteligencia de negocio mucho más personalizados y eso hace la gran diferencia entre nuestro servicio y el de nuestra competencia”.

Además tenemos un sistema de ruteo dinámico, que nos permite cumplir nuestro compromiso de entrega antes de 60 minutos, este sistema una vez tomado el pedido desde el call center georeferencia al cliente e identifica al camión más cercano al domicilio, considerando variables importantes para que la entrega sea exitosa, primero que el camión tenga el stock solicitado por el cliente, segundo considera el camión idóneo para dar cumplimiento de entrega dentro de la promesa de entrega y por último el sistema por medio de un dispositivo inteligente “Tablets” le indicamos la ruta sugerida al transportista para llegar en el menor tiempo posible al domicilio, evitando tacsos y eficientando el proceso logístico (muy parecido a como lo hace UBER), de esta manera logramos entregar una mayor cantidad de pedidos en el menor tiempo posible rentabilizando al máximo los activos.

Por último ubicados en el patio de acopio frontal, donde se ubica parte del inventario y la flota propia

de la compañía para el reparto urbano, Fontecilla destaca, otro aspecto revelador de la compañía: su visión de resguardo del medio ambiente.

“Toda nuestra flota de reparto está convertida a gas, con lo cual nos movemos dentro de la ciudad con energía limpia. Sólo con esta medida, nuestra huella de carbono operativa a disminuido a un 5% versus el uso de una camioneta bencinera, lo que confirma nuestros compromiso con nuestros entorno y las personas que nos rodean”. Explicó el Jefe Nacional de Logística.

La Satisfacción del Cliente Final. Estrategias que, en palabras de Fontecilla, apuntan a “conquistarlo a partir de un servicio de calidad con el mejor precio del mercado”. **LGT**

ANÁLISIS SÍSMICO

ES INNEGABLE LA IMPORTANCIA Y LA CONTRIBUCIÓN QUE ENTREGA UNA EFICAZ Y EFICIENTE GESTIÓN DE RIESGOS OPERACIONALES Y LOGÍSTICOS A LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES, TANTO A NIVEL OPERATIVO, TÁCTICO Y ESTRATÉGICO QUE SE LLEVAN A CABO EN LAS GERENCIAS DE ALMACENAMIENTO Y OPERACIONES DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN.

PARA EL ALMACENAMIENTO DE CARGA PALETIZADA EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



30

Reconociendo que Chile es uno de los países con alto riesgo y frecuencia sísmica, un estudio y análisis sísmico para un centro de almacenamiento permitirá, a la gerencia, contar con indicadores de riesgo de colapso que

facilitará la identificación e intervención de zonas de almacenamiento de carga paletizada a nivel estructural y/o logístico contribuyendo a una gestión y operación más segura y confiable. En ese contexto, un estudio en tal sentido se constituye en una herramienta de apoyo a la ges-

tión de riesgos operacionales y logísticos para los procesos de toma de decisiones en las funciones de diseño, planificación, gestión, control y evolución (re-diseño y mejoramiento), precisamente del almacenamiento de carga paletizada que visualiza y evalúa cuantitativamente las zonas de almacenamiento del centro de distribución con riesgo de colapso.

Con la incorporación de esta nueva restricción logística a la actual gestión de carga y diseño de racks, se calculan los nuevos rendimientos logísticos de almacenamiento de carga paletizada que permitirán asegurar una continuidad operacional y logística más segura y confiable.



Luis Solar Wilson
Ingeniero Matemático,
Académico Escuela de
Ingeniería U. Central



Javier Solar Estefane
Ingeniero Civil Estructural,
Universidad Técnica Federico
Santa María

El análisis respectivo en estas materias, es fundamental para empresas dedicadas al diseño de soluciones de sistemas de almacenamiento de racks para carga paletizada, empresas dedicadas a servicios de valor agregado en ingeniería logística y, finalmente, las Gerencias de Almacenamiento y Operaciones que requieran fortalecer su gestión y política de riesgos operacionales y logísticos a través de planes de mitigación, mejoramiento o rediseño de las variables estructurales, logísticas y de control de pérdidas operacionales.

¿CÓMO SE APLICA?

Llevar cabo un estudio y análisis sísmico de almacenamiento de carga paletizada implica la ejecución de cinco etapas:

Optimice y Automatice sus Procesos



 **mindugar**
DIVISIÓN AUTOMATIZACIÓN

DISEÑO · MONTAJE · POST VENTA · REPUESTOS

Llámenos al 22870 7400
o solicite a ventas@mindugar.com
una asesoría de nuestros
ejecutivos sin costo



 Domingo Arteaga 291, Macul Santiago, Chile.



Integradores Oficiales en Chile

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

Macroflujo del algoritmo para la planificación de almacenamiento (ISPS)



Levantamiento de información. Contempla tres vectores, dentro de los cuales están los sísmicos, los estructurales y los logísticos.

Los sísmicos implican remitirse a la norma NCh2369 (zona sísmica, tipo de suelo); los estructurales tienen que ver con factores como la calidad de radier, tipos de anclaje, acero y conexiones, perfilería utilizada; y los logísticos se refieren a la gestión de carga y especificaciones del paletizado.

Cálculo estructural sísmico y rendimientos del almacenamiento. A través de las aplicaciones especializadas de planificación de almacenamiento Inbound Storage Planning System (ISPS) y Finite Elements For Estructural Calculation (FESC), se identifican las zonas, almacenes, bodegas y posiciones del centro de distribución con riesgo de colapso y los niveles de ineficiencia de almacenamiento con las actuales reglas logísticas, infraestructura e instalaciones.

De esta manera, y cuando corresponda, la gerencia contará con procesos de control para asegurar el cumplimiento de sus políticas de gestión de riesgo operacional y logístico.

Propuestas de Mitigación. Con el objetivo de asegurar la continuidad operacional y logística de la capacidad y la reducción de las pérdidas en caso de interrupción de actividad, la gerencia contará

con planes de contingencia y continuidad de la actividad, acordes con el tamaño y complejidad de las operaciones.

Propuestas de Rediseño. Con el objetivo de alcanzar altos niveles de eficacia y eficiencia de almacenamiento, se elaboran y evalúan propuestas de rediseño en las variables estructurales y logísticas para el corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a requerimientos de la gerencia.

Seguimiento y Control. Acompañamiento in situ para la implantación de las propuestas aprobadas.

BASE TECNOLÓGICA

El estudio y análisis sísmico tiene base tecnológica en tres importantes elementos:

Norma NCh 2369. La Norma NCh 2369 rige para obras apoyadas en tierra firme y pretende proteger la producción industrial ante la ocurrencia de sismos severos. Es una adaptación de criterios que se han ido usando en Chile desde la década del 60 y que se han ido revisando después de cada sismo importante.

Aplicación ISPS. Es un software que permite planificar el almacenamiento de carga paletizada, clasificada por familias, categorías y SKU, para una red de almacenamiento (centros de distribución y bodegas satélites tanto locales como

regionales) hasta un horizonte de cinco años respetando las estrategias, políticas y reglas logísticas vigentes. La aplicación de este software le permite a la gerencia de Almacenamiento y Operaciones elaborar un único plan estratégico de almacenamiento y de operaciones en equilibrio, principalmente, con las áreas de forecast, distribución y finanzas y, de esta manera, lograr una sincronía entre el forecast de stocks y la capacidad de la red global de almacenamiento.

Aplicación FESC. Es un software de elementos finitos para el análisis y evaluación sísmica que se utiliza para el análisis de estructuras paletizadas tanto a esfuerzos estáticos como sísmicos y se basa en las leyes físicas y de resistencia de materiales de los elementos estructurales que forman parte del sistema resistente.



Considera los efectos de rigideces locales de los elementos y sus tipos de conexiones, además de las rigideces globales de la estructura, que son las que finalmente entregan directrices de cómo se comportan este tipo de estructuras en su globalidad.

Es de suma importancia establecer que la experiencia del diseñador hace que esta sea una herramienta potente a la hora de verificar y diseñar este tipo de estructuras, ya que cada una de ellas tiene sus particularidades que deben ser consideradas a la hora de modelar y de analizar los datos obtenidos.

LOS BENEFICIOS

Al aplicar un estudio y análisis sísmico al diseño de sistemas de almacenamiento de carga paletizada, se alcanzan múltiples beneficios, dentro de los cuales se pueden mencionar, entre los más importantes, los siguientes:

1. Identificar las zonas con riesgos de colapso del sistema de almacenamiento. **2.** Cuantificar los nuevos rendimientos logísticos al incorporar y respetar la nueva variable-restricción logística "peso de pallets" a las ya conocidas, tales como estiba y altura, entre otras. **3.** Cuantificar los impactos materiales y financieros en la gestión de activos por deformaciones y colapso de la estructura de almacenamiento. **4.** Cuantificar los impactos materiales y financieros en pérdidas y mermas por incendios y/o explosiones. **5.** Cuantificar los impactos por interrupción de la actividad a nivel de cadena de suministro y servicio al cliente. **6.** Redefinir políticas y

estrategias de prevención de riesgos. **7.** Apoyar la gestión de pólizas por desastres naturales. **8.** Fortalecer la gestión y operación de centros de distribución a través de la incorporación de nuevas variables logísticas y de operación.

En síntesis, estudio y análisis sísmico para carga paletizada presenta resultados con altos niveles de **CONFIABILIDAD, OPORTUNIDAD Y VISIBILIDAD.**

Respecto de la confiabilidad, esta se alcanza debido, fundamentalmente, a que los algoritmos de los softwares utilizados respetan completamente tanto las teorías estructurales como los micro procesos logísticos junto a sus reglas, estrategias y políticas que gobiernan la operación de almacenamiento.

En cuanto a la oportunidad, precisamente el estudio permite a la gerencia y equipo de analistas contar con información oportuna para analizar la gestión de carga en

las zonas de almacenamiento con riesgo de colapso para fortalecer y respetar las políticas de riesgos operacionales y logísticos.

Finalmente, en relación con la visibilidad, los resultados del estudio y análisis de riesgo sísmico junto la explotación de la infraestructura de almacenamiento, son presentados a través de herramientas gráficas permitiendo, de esta manera, facilitar el proceso de toma de decisiones del equipo de analistas y ejecutivos.

Autores: Luis Solar Wilson, Ingeniero Matemático. Profesor Titular, Escuela de Ingeniería en Agronegocios, Universidad Central. Director, Oficina Técnica de Transferencia Tecnológica y Vigilancia Estratégica. www.erm-edu.cl.

Javier I. Solar Estefane, Ingeniero Civil Estructural, Universidad Técnica Federico Santa María. **LGT**

DERCO maq **RENTAL**

SABEMOS QUE CADA MINUTO ES VALIOSO

- La más amplia gama de equipos y maquinaria disponibles
- Respondemos tu solicitud en un plazo máximo de 24 horas
- Precios especiales a clientes frecuentes
- Posibilidad de reservar tu equipo con meses de anticipación
- Retiro y entrega en nuestra red de sucursales DercoMaq a lo largo de Chile
- Asegura tu continuidad operacional

EL RENTAL DE DERCOMAQ

LOGÍSTICA | INDUSTRIAL | CONSTRUCCIÓN | MINERÍA | TRANSPORTE | GENERACIÓN

CONTÁCTANOS AHORA EN: 600 786 1000 - clientes@dercomaq.cl - www.dercomaqrental.cl - www.dercomaq.cl

DERCO
RESPALDA Y GARANTIZA

TÉNGALO EN CUENTA

EL CONSUMIDOR ACTUAL EXIGE MUCHO MÁS QUE UN PRODUCTO DE CALIDAD, PRECIOS CONVENIENTES Y UN NIVEL DE ENTREGA Y DESPACHO DE ALTO ESTÁNDAR. EL CONSUMIDOR ACTUAL TAMBIÉN EXIGE: PROBIIDAD Y RESPONSABILIDAD A LA HORA DE INTERACTUAR EN EL MERCADO. CUANDO LAS COMPAÑÍAS SE VEN INVOLUCRADAS EN SITUACIONES DE CONFLICTO, EL CONSUMIDOR NO OLVIDA... UN HECHO QUE EL SECTOR EMPRESARIAL DEBE TOMAR EN CUENTA.

¡EL CONSUMIDOR NO OLVIDA!



34

Uno de los factores que ha tomado más relevancia en los últimos 5 años, sobre todo con el advenimiento del comercio electrónico y la globalización, es la fidelización de los clientes, fidelidad que en la actualidad resulta difícil —e incluso casi imposible— de sostener, considerando el nivel de competitividad que enfrentan los actores del

mercado, que no sólo compiten a nivel local, sino y también a nivel global.

Si la fidelización del cliente es un factor que permanece en el foco de las compañías, las batallas comerciales para seducirlo hasta atraerlos a sus tiendas virtuales o físicas son encarnizadas. Y en este foco, la pelea no sólo se remite a la oferta de productos, a los precios, o los compromi-

dos de entrega o distribución (básicamente el valor logístico); sino también, a presentarse frente al consumidor como una empresa seria, responsable, amigable con el medio ambiente y, sobre todo, honesta.

De hecho, conseguir posicionarse en el ‘imaginario colectivo como una compañía honesta, con una marca a honorable, implica —en muchos casos— un valor mucho más importante que la calidad del producto e incluso su valor. Por cierto el consumidor espera un producto de calidad a un precio razonable y accesible. No obstante, entre una gran cantidad de ‘ofertantes’ que tienen éstas condiciones, la lógica indica que el consumidor preferirá al más probo.

Y es que toda vez que una compañía es relacionada a un acto impropio, la sanción social suele acompañar estos eventos con pérdidas del capital intangible de las firmas involucradas, como es su prestigio. El respeto a la comunidad y al entorno y la valoración a la sustentabilidad son todos atributos de marcas que las empresas valoran en la búsqueda de ganarse el favor de consumidores que las premian con su preferencia.

Por ello, el daño que los propios infractores se auto-inflingen es muy alto. Esto debiera llamar a la responsabilidad de las empresas, cuyo riesgo de ser detectadas en actos indebidos involucra no sólo el costo de las multas y sanciones legales, sino que además el costo del castigo social. En la medida que existan opciones de consumo, lo anterior puede eventualmente traducirse también en un costo económico al perder la preferencia de los consumidores.

En este punto, muy relevantes resultan los datos brindados por GfK Adimark, a partir de su estudio “Marcas en Crisis”, encuesta que reúne las opiniones de consumidores hombres y mujeres mayores de 15 años, respecto a la valoración que las personas hacen de las compañías involucradas en situaciones de conflicto. En este punto, cabe mencionar que el estudio establece

que el 80% de los encuestados recuerda a empresas vinculadas con hechos negativos.

¿Cuán enterados estamos los chilenos del accionar de las empresas con las que nos relacionamos?, además del ámbito comercial o transaccional ¿cuáles son los aspectos que consideramos más importantes en el quehacer de una empresa? Estas son sólo algunas de las interrogantes mediante las cuales el estudio esperaba entender cómo el consumidor mira a las marcas y compañías y qué es lo que –al fin de cuentas– inclina la balanza entre una y otra.

LA MEMORIA DEL CONSUMIDOR

En un desglose las preguntas que hicieron parte del estudio de marcas, esperaban dimensionar el impacto que han tenido en los consumidores los escándalos públicos que diversas marcas han vivido en

el último tiempo. En torno al quehacer de las empresas, frente a la pregunta ¿cuáles son los aspectos más importantes?, la opción que más respuestas se adjudicó fue: ‘Dar un buen trato a sus clientes’, con un 61% de las preferencias, mientras que en

LAS MARCAS VINCULADAS AL “CARTEL DEL TISÚES” OCUPARON EL PRIMER LUGAR EN LA MEMORIA DE LOS CONSUMIDORES CON UN 39% DE LAS MENCIONES. MÁS ABAJO, EN TANTO, APARECEN LOS PAÑALES (16%), SODIMAC (12%) Y LAS FARMACIAS (8%).

el segundo y tercer lugar se consideraron las opciones: ‘Dar Bienestar a sus trabajadores’ (57%) y ‘Ofrecer un Precio Justo’ (53%). Mención especial merece el cuarto lugar de la muestra ‘Respeto el Medio Ambiente’ con un 33%.

Al consultarles si conocen alguna empresa o marca que haya hecho noticia en el

último tiempo por una noticia negativa, el 82% de los chilenos responde afirmativamente. Así, las marcas vinculadas al “Cartel del Tisúes” ocuparon el primer lugar en la memoria de los consumidores con un 39% de las menciones. Más abajo, en

tanto, aparecen los pañales (16%), Sodimac (12%) y las farmacias (8%).

Al momento de detallar cuáles son estos hechos negativos por los cuales han hecho noticia los conglomerados de empresas, las asociaciones van en torno a la “colusión” (72%), “malas prácticas empresariales” (61%), “fraudes” (33%),

VER HOY

Donde quieres estar mañana

L Diplomados en Gestión Logística

- Abastecimiento y Adquisiciones
- Producción y Distribución

Otros diplomados

R Recursos Humanos
F Finanzas
G Gestión
M Marketing

diplomadosusach.cl



DIPLOMADOS

2017

U. Santiago de Chile

diplomas@usach.cl
diplomados@usach.cl

2718 0824
2718 0812

“problemas en el trato a los trabajadores” (23%) y “financiamiento ilegal de la política” (16%). El último lugar lo ocupa “daño al medio ambiente”, con tan sólo 10%.

¿Y cómo reaccionan los consumidores cuando se enteran de que alguna de las empresas o marcas con las que se vinculan ha estado involucrada en algún escándalo de este tipo? Según el sondeo, uno de cada dos tiende a restringir el consumo de la empresa afectada, es decir el 50%; mientras que el 24% dice que deja de consumirla para siempre. El 6%, en tanto, asegura que no le importa mientras que el 4% afirma que “sigue comprándola de la misma forma”. Ante una situación como

ésta, los consumidores no sólo castigan con su preferencia, sino que además esperan actos reparatorios. Entre estos destacan el “compensar económicamente a las personas afectadas” (29%) y “hacer una inversión económica para un bien comunitario proporcional al daño producido” (24%). El 22% cree que se debe “castigar a los miembros involucrados con despidos o multas” mientras que el 9% espera que se retire la marca del mercado.

En tanto, es importante destacar que el efecto de los eventos ‘reparatorios’, tales como pago de multas, reembolsos a los consumidores (inédita compensación impulsada por CMPC, tras el denominado

caso del ‘Cartel del Tissue’) y otros tipos de penas; si bien son percibidos positivamente por la población como actos de justicia o relativa reparación, no necesariamente tienen un efecto positivo en la percepción de la marca por parte del consumidor. Aquí el hecho concreto es que: el daño causado a la imagen de las marcas y/o compañías a raíz de estar involucradas en eventos negativos o ilegales es en la mayoría de las ocasiones irreparable; un efecto de gran importancia que las compañías no deben menospreciar... ¡Téngalo en cuenta!, pues el consumidor no olvida.

LGT

HISTORIA DE LA COLUSIÓN EN CHILE

El primer caso de colusión registrado en el país data de 1962, esa vez se ordenó la disolución de una asociación de panaderos y se sancionó a esta industria por acordar un precio con el objetivo de beneficiar a 261 panaderías de las 321 que operaban en Santiago. A partir de este caso, el historiador Patricio Bernedo, ha explicado que “la idea de ponerse de acuerdo estuvo presente permanentemente en distintas industrias, aunque los sectores que más se coludieron en los inicios fueron los vinculados al rubro alimenticio: asociaciones de panaderos, carniceros, donde se repartieron cuotas de producción para así subir los precios tanto en Santiago como en Concepción y los molineros”.

Sin embargo, entender la colusión como un delito pasa a tomar fuerza a fines de 1973, cuando se promulgó el Decreto Ley 211 de Defensa de la Libre Competencia, que creó la Fiscalía Nacional Económica y las

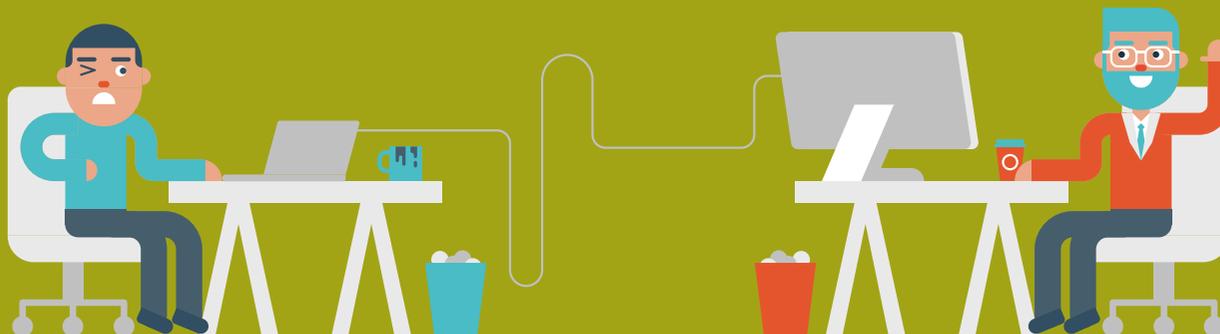
Comisiones Antimonopolios. En ese contexto se comenzó a enseñar a los empresarios que el ponerse de acuerdo en los precios era ilegal y que incluso podían ir a la cárcel.

Fue en 2003 bajo el gobierno de Ricardo Lagos, en plena reforma procesal penal y recién conocido el caso Coimas que derivó en el caso MOP-Gate, cuando el delito de colusión fue derogado. Algo que años después abriría una caja de pandora para que ciertas empresas actuaran de manera monopólica y concentraran el dominio del mercado. Así pasó con el bullado caso Farmacias, en el que las cadenas Cruz Verde, Salcobrand y Ahumada -que controlan el 90% del mercado- fueron acusadas de subir los precios de sus medicamentos.

Los casos más importantes que han debido enfrentar nuestra legislación Chilena en los últimos años, tanto por su complejidad económica, jurídica y por su importancia

mediática son, caso de “Colusión de Farmacias”, que involucró a las cadenas Ahumada(Fasa), Cruz Verde y Salcobrand (2008).

“Caso Pollos”, donde se acusó a Ariztia, Agrosuper y Don pollo (2011) de organizar su producción en base a cuotas de mercado previamente asignadas; “Caso Navieras” (2012), en que la compañía Sudamericana de Valores (CSAV) y la compañía Chilena de Navegación Interoceánica (CCNI) fueron investigados por los gobiernos de EEUU y Canadá, por fijar precios y tarifas en transporte de vehículos; “Caso Cartel de papel Confort” (2015) en que CMPC Tissue y SCA son denunciados por la Fiscalía Nacional Económica (FNE), por la colusión de más de 10 años, en la fijación de precios y cuoteos de mercado en la venta del papel Tissue y “Caso Supermercado” (2016) en que las empresas Cencosud, SMU y Walmart, fueron denunciados por la colusión en la fijación de precios y venta de pollos.



CONDOMINIO EMPRESARIAL



VENTA Y ARRIENDO OFICINAS CON BODEGAS

▶ Tipo 1

Bodega: 169 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 41 m²
Total desde: 241 m²

▶ Tipo 2

Bodega: 269 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 41 m²
Total desde: 341 m²

▶ Tipo 3

Bodega: 369 m²
Oficina desde: 31 m²
Uso y goce desde: 105 m²
Total desde: 505 m²



- Conectividad y ubicación estratégica
- Innovador centro de servicios
- Moderna arquitectura y paisajismo
- Seguridad 24/7

Av. El Ventisquero 1111
Parque Industrial El Montijo, Renca.
Ventas: +56 9 4447 7460 / backoffice.cl

REZEPKA
INMOBILIARIA

DOBLE ACCESO POR:

- A. VESPUCCIO
- COSTANERA NORTE





ARRIMAQ SUMA NUEVOS EQUIPOS PARA AYUDAR EN LA OPERACIÓN LOGÍSTICA

38

En su firme propósito de atender las necesidades de sus clientes con servicio integral, Arrimaq amplió su oferta, al presentar, desde este año, las nuevas plataformas de elevación Bravi Sprint, equipo que será una ayuda para las empresas, con un claro enfoque en la seguridad de la operación y del trabajador, con tecnología avanzada y bajos costos.

Movimiento de materiales de un punto a otro" es la premisa clave que inspira el concepto de logística. Mover cargas en pequeña, mediana y grandes cantida-

des es el fin último; por cierto, para lograr este objetivo, en 'tiempo y forma', es imprescindible contar con equipamientos y tecnologías adecuadas y aliados estratégicos de calidad. Donde se refleja de modo más vívida la idea anterior, es al interior

de las bodegas o centros de distribución, donde el proceso logístico cobra vida gracias a estas tecnologías, siendo una de las más representativas aquellas destinadas al manejo y movimiento de mercancías.

En el mercado chileno, múltiples son los actores en la industria del Material Handling, siendo Arrimaq una de las compañías más tradicionales y con mayor participación de mercado a nivel nacional, que entrega servicio de arriendo y venta de maquinarias para bodegas como grúas eléctricas, apiladores, transpaletas, entre otros equipos utilizados para la manipulación de carga sobre pallets.

En su historia, Arrimaq ha comercializado más de 5 mil equipos logísticos, penetrando mercados como el retail, manufactura y servicio, marcando presencia en las más importantes bodegas y CD del país. El constante compromiso de la empresa con la calidad de servicio y la innovación —que le ha permitido mantener liderazgo en el competitivo mercado del Material



Handling- se refleja en su política comercial, que busca poner a disposición de sus clientes los mejores equipos del mercado, oferta que destaca por su versatilidad, eficiencia y seguridad. En esta misma dirección, Arrimaq presenta su nueva línea de plataformas de elevación Bravi Platforms. Con la comercialización de Bravi Sprint, Arrimaq busca dar respuesta a las necesidades de sus clientes en cuanto al trabajo seguro en altura, de la mano de esta arista de equipos de primera línea.

EQUIPOS TOP DE LÍNEA

Con una altura máxima de trabajo de 5,3 metros, la Bravi Sprint es de fácil desplazamiento y circula con seguridad por pasillos pequeños donde los espacios son primordiales, gracias a su maniobrabilidad, factor que permite optimizar el trabajo diario.

Las cualidades operaciones de este equipo, lo han transformado en un aliado perfecto para optimizar tiempos operativos, aumentando la velocidad operacional al eliminar el manejo de objetos manualmente y el uso de escaleras u otros elementos. Las características de estas nuevas plataformas de elevación han llevado a Arrimaq a incorporarlas a su portafolio de equipos para dar respuesta a diferentes necesidades al interior de la bodega con una capacidad de bandeja de materiales de 90 kilos y una velocidad tracción elevada 1.3 km/h y neumáticos gaucho sólido sin dibujos.

El revolucionario sistema de levantamiento que plataformas Bravi creó para sus modelos de plataformas móviles es un cambio radical para este segmento de negocios. La columna, especialmente extruida de una aleación de aluminio, no necesita ningún tipo de mantenimiento: No más cadenas que inspeccionar cada año, no más grasa en el mástil y no requiere mantenimiento. Sus cubiertas son ergonómicamente diseñadas y selladas completamente para mejorar la protección contra golpes y daños causados por objetos que

puedan caer desde arriba. Por otra parte, el movimiento de avance/retroceso de la Bravi Sprint, es proporcional y el control está cerca del botón de levante y de la plataforma del operador para permitir que se mueva mientras avanza.

SEGURIDAD DEL TRABAJADOR = BENEFICIOS PARA LA EMPRESA

No cabe duda que los accidentes y las enfermedades laborales son costosos. Existe el costo humano para los trabajadores y sus familias y también existe el costo para las organizaciones cuando las cosas van mal, incluyendo el costo de la productividad reducida.

Por lo anterior, crear condiciones de trabajo seguras es primordial y así lo comprenden en Arrimaq. En esta línea, la nueva Plataforma de Elevación Bravi Sprint simplifica enormemente las operaciones que son un potencial peligro para el operario, principalmente por la altura y la manipulación manual de cargas cuando no se utilizan equipos adecuados.

Está demostrado que el uso de la Sprint en la operación diaria elimina el potencial riesgo de lesiones causadas por la manipulación manual de mercaderías; la flexión y torsión frecuentes del tronco, trabajo físico pesado, mala postura, dolorosa o cansadora para llegar a artículos difíciles de alcanzar y, a menudo, demasiado pesados y pérdidas de equilibrio, resbalones, caída de objetos. Las enfermedades óseo-musculares son la principal causa de ausencia laboral. El dolor de espalda afecta a uno de cada cuatro trabajadores. En algunos países europeos, el 40% de la indemnización de los trabajadores están relacionados con tales desórdenes, los que pueden llegar a representar el 1,6% del Producto Interno Bruto del país.

Tras conocer estos datos, toda adquisición de un equipamiento de movimiento de carga con las características que poseen

las Plataformas de Elevación, Sprint, de Bravi Platforms es considerado una inversión en seguridad y no un costo operativo. Eliminar o disminuir el peligro para los operarios que trabajan día adía en la manipulación de mercancías es el objetivo de estos equipos además reduce las posibilidades de que los productos se dañen por la mala manipulación. Por eso, incorporar la Plataforma Bravi Sprint a la operación, es considerado un Win-Win para todos; trabajadores y empresa pueden ver traducidas las ventajas y características de estos equipos en ganancias y beneficios. **LGT**



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS PLATAFORMAS BRAVI	
Altura máxima de trabajo	5300 mm
Altura máxima Plataforma (columna totalmente extendida)	3350 mm
Alto	1441 mm
Ancho	808 mm
Altura Entrada Plataforma	356 mm
Ocupantes	1
Peso Bruto Unitario	660 KG
Veloc. Tracción Elevada	1.3 KM/h
Veloc. Levante/Bajada	29/19 Sec.
Radio Giro Exterior	1440 mm
Capacidad Plataforma Operador	130 KG
Capacidad Bandeja Transporte	113 KG
Capacidad Bandeja de Materiales	90 KG
Baterías	N04, 6V 245 ah 20-hr Rate
Potencia	24 V c.c.
Autonomía (con una carga)	30 KM



AGUNSA

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE SANTIAGO REFLEJA LA LOGÍSTICA EN SU MÁS AMPLIO CONCEPTO

El compromiso, en sus más de 50 años de trayectoria, con la innovación y la tecnología ha permitido a AGUNSA ampliar sus servicios y mejorar su participación en el mercado con calidad, imprimiendo diferencia operativa. Así, su filosofía contribuye a desarrollar el potencial de cada cliente, captando oportunidades de servicios más allá de fronteras aéreas, marítimas y continentales.

40

AGUNSA es una compañía con una cobertura global que presta servicios logísticos al comercio internacional en transporte marítimo, aéreo y terrestre, tanto a cargas, naves y pasajeros, como también a la administra-

ción y operación en terminales de cargas y pasajeros.

No cabe duda que la empresa se ha posicionado como una de las compañías importantes de su rubro, contando con oficinas en Latinoamérica, Estados Unidos,



Europa y Asia. La diversificación de sus actividades y la especialización en servicios de logística, le ha permitido tener un desarrollo y reconocimiento importante, tanto en Chile como en otros países de Latinoamérica tales como Perú, Ecuador y Colombia.

Con más de 50 años de experiencia en los campos de logística, distribución y agenciamiento, los servicios ofrecidos por AGUNSA imprimen diferencia y definen identidad. Siguiendo principios basados en el liderazgo, la integridad y el trabajo en equipo la empresa asegura excelencia en cada aspecto de su trabajo.



ÍCONO DE EXCELENCIA

Su Centro de Distribución, ubicado en la comuna de Lampa-Santiago es el icono más representativo de cómo se integran los distintos modos de transporte en una operación a gran escala.

AGUNSA en Lampa – Santiago, dispone de un área común de 330.000 m² de terreno que alberga una operación de excelencia y que se ha transformado en un aliado de primer nivel para la operación logística de la mano de la tecnología y la seguridad.

Esta instalación de AGUNSA cuenta con 80.000 m² construidos de bodegas, donde se almacenan principalmente productos de alto valor, provenientes de la electrónica y línea blanca, insumos a la minería, materias primas, cargas del sector industrial, peligrosas y otras.

Como es la lógica de la compañía, AGUNSA busca cumplir con altos estándares en todas sus áreas, entre las que destacan el almacenamiento, donde cuenta con sistemas tecnológicos de primer nivel, los cuales permiten a sus clientes la visibilidad necesaria para conocer el status de su carga; factor tremendamente valorado en la cadena logística. En aras de mejorar la operación, la compañía también incorporó sistemas de seguridad de alto estándar, que en su conjunto entregan la tranquilidad necesaria a los clientes de que sus inventarios están a buen resguardo.

En la línea de la innovación y enfocados en marcar diferencias en un competitivo mercado logístico, el Centro Lampa-Santiago cuenta con un desvío ferroviario con acceso exclusivo al Centro de Distribución; factor que lo posiciona como una excelente alternativa operacional. Dicho desvío ha permitido recibir carga en contenedores para posteriormente ser distribuida a sus destinos finales.

Adicionalmente AGUNSA desarrolló una asociación estratégica cuyo nombre se conoce como CFX (Corredor Ferroviario

Express), alianza que permite ofrecer el servicio de transporte ferroviario regular diario desde y hacia el Puerto de San Antonio, con las ventajas propias de este modo de transporte en materia de seguridad y al cuidado del medio ambiente.

Finalmente, todo el “Know how” y tecnología desarrollado en estas instalaciones ha permitido que AGUNSA entregue sus servicios fuera de las fronteras de su Centro de Distribución, pasando a ser un actor relevante en el mejoramiento de los procesos y la productividad logística que llevan los clientes en sus propias instalaciones, en lo que se conoce como la “Logística in House”.

EL SABER HACER

AGUNSA alinea palabra y acción, cumpliendo y potenciando los compromisos adquiridos y acercando productos con consumidores. Su filosofía contribuye a desarrollar el potencial de cada cliente, captando oportunidades de servicios más allá de fronteras aéreas, marítimas y continentales.

Es así como la innovación y la tecnología han permitido a AGUNSA ampliar sus servicios y mejorar su participación en el mercado. La experiencia y creatividad de sus equipos multidisciplinarios han contribuido a generar herramientas de gran valor por medio de la gestión de información y conocimiento, apoyando el posicionamiento de la compañía como empresa líder de la industria.

Esta filosofía se ve reflejada en distintas áreas, donde la “forma de hacer las cosas” de AGUNSA destaca, en cuanto a calidad y servicio, transformándose en un aliado inigualable para sus clientes.

El CD de Lampa no es la excepción de esta política de calidad. Es así como en su diseño existen áreas de “Cross Docking” y almacenamiento con altos estándares de seguridad para contenedores llenos.

Estas áreas permiten complementar servicios de transporte ferroviario y rodoviario,

de forma tal de ofrecer un abastecimiento o entrega de las cargas a los clientes de acuerdo a sus necesidades, sin que deban contar con una infraestructura o terrenos para almacenar con los costos que esto conlleva.

Además, la empresa pone a disposición el servicio de Venta y Arriendo de contenedores. Para eso, AGUNSA dispone de áreas con un stock permanente de contenedores nuevos y usados para la venta y arriendo, donde los clientes pueden elegir las unidades que van a comprar o arrendar o verificar su condición.

Un servicio que suma a la operación de los clientes son las áreas de depósito de contenedores vacíos. Los clientes ven una importante alternativa de ahorro de costos al no tener que devolver las unidades vacías en otros depósitos lejanos a sus áreas de almacenamiento, como también la posibilidad de que cualquier reparación se realice a menores costos antes de devolver las unidades en otros depósitos.

Además, cuenta con estaciones de monitoreo de camiones en ruta con altos estándares de tecnología y planes de contingencia y prevención de robos. Y en esta lógica de servicio, también se suma el servicio de minibodegas, donde el servicio de almacenamiento está enfocado en el almacenaje de bienes materiales de particulares y pequeñas empresas.

Este modelo más amplio de la logística, es en lo que AGUNSA, con su equipo de profesionales, está replicando según sean los requerimientos de sus clientes, tanto en Chile como en los otros países donde participa.

Así responde AGUNSA a los desafíos que las nuevas tendencias del consumo, las demandas de la globalización y los requerimientos por simplificar los procesos logísticos han impuesto en la cadena de suministro. Basado en la velocidad, efectividad, seguridad de la plataforma implementada y en el profesionalismo y excelencia de los servicios entregados. **LGT**



Líder:
Juan Carlo Muñoz
Especialista
en Logística
Internacional y
Docente de la
Universidad Privada
del Norte

CARGA INTERNACIONAL

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS HA HABIDO UN INCREMENTO IMPORTANTE DE AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL O INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDERS EN EL PERÚ, COMO SABEMOS UNA AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL ES UN OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR QUE DEBE ESTAR DEBIDAMENTE ACREDITADO POR SUNAT ADEMÁS DE CONTAR CON LA AUTORIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO ANTE EL MTC (MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES).

El agente de carga internacional tiene como principal función el transporte de carga desde hacia cualquier parte del mundo, habitualmente cuentan con un red de oficinas a nivel internacional propias o asociadas para el embarque o recepción de la carga, tercerizan los servicios de las compañías navieras o aerolíneas, aunque también pueden brindar otros servicios si el cliente lo requiere. Pero, ¿Cómo es el día a día en este operador y qué funciones realizan desde el punto de vista comercial, administrativo y operativo?

full container o carga consolidada, cuentan con un staff de ejecutivos y cartera de clientes, realizan visitas ofreciendo las bondades de sus servicios y cotizan según el requerimiento del cliente, luchando por cerrar el negocio u operación con tarifas competitivas. Como toda área comercial se establece metas a vender sobre la cantidad de TEUS (Twenty-foot Equivalent Unit) o volumen, también se puede considerar kilogramos si se trata de carga aérea, tienen reuniones 1 o 2 veces a la semana para conocer la tendencia del mercado

tener dominio del idioma inglés, debido a la comunicación constante con los agentes del exterior, pudiendo ser de manera escrita o verbal, una vez que tiene toda la información del embarque coordinará con el área de operaciones.

El área de operaciones, esta área realizan la transmisión electrónica del manifiesto de carga consolidada dentro del plazo establecido por SUNAT, envía el aviso de llegada a los importadores, tienen continua comunicación con otros operadores logísticos como con las navieras coordinando la emisión del bill of lading u otra instrucción, también con el agente de aduana para la entrega y endose del bill of lading o air way bill (documentos de transporte), con los agentes marítimos o portuarios para el direccionamiento de la carga al depósito temporal solicitado por del cliente u otro y entrega el desglose de la carga para los vistos buenos, también coordina con el depósito temporal para el posicionamiento del contenedor consolidado y su apertura, adicionalmente pueden preparar los expedientes de rectificación para ser presentados ante la SUNAT en caso de corrección de bultos, descripción y otros.

COMO TODA ÁREA COMERCIAL SE ESTABLECE METAS A VENDER SOBRE LA CANTIDAD DE TEUS (TWENTY-FOOT EQUIVALENT UNIT) O VOLUMEN, TAMBIEN SE PUEDE CONSIDERAR KILOGRAMOS SI SE TRATA DE CARGA AEREA, TIENEN REUNIONES 1 O 2 VECES A LA SEMANA PARA CONOCER LA TENDENCIA DEL MERCADO Y SUGERIR ALGUNOS CAMBIOS.

En el siguiente artículo nos focalizaremos en tres áreas claves de este operador en un proceso de importación: El área de comercial, customer services y operaciones.

El área comercial, "sin ventas no hay negocio" los ejecutivos que laboran en el área comercial buscan clientes para brindarles el servicio de transporte de carga vía marítima o aérea, pudiendo ser carga

y sugerir algunos cambios o estrategias.

El customer service (servicio al cliente), son las personas encargadas de realizar las coordinaciones con los agentes del exterior, una vez que el cliente confirme el embarque, emiten el shipping instructions, considerando el costo y la venta del servicio, las personas que laboran en esta área deben

Es importante mencionar que las personas que laboran en estas áreas sean proactivos, cuenten con alta vocación de servicio y tengan la capacidad para buscar soluciones inmediatas ante los inconvenientes relacionados a la carga; la comunicación y seguimiento de los embarques es importante para la plena satisfacción de los clientes y mantener su fidelización. **LGT**



¿Cumple
su empresa
con el Decreto
Supremo 43?

SOLUCIÓN LOGÍSTICA TOTAL PARA SUS SUSTANCIAS PELIGROSAS



JUNTOS PARA BRINDARLE EL MEJOR SERVICIO

- Almacenamiento, transporte y distribución
- Cobertura a nivel nacional
- Servicio de valor agregado DS 43
- Personalización, seguridad y calidad

- ISO 9001:2015
- ISO 14000:2015
- OHSAS 18001:2007

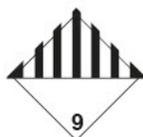
BUREAU VERITAS
CERTIFICATION



PREMIO
CONDUCTA RESPONSABLE

SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN
DEL TRANSPORTE CARRETERO

CUMPLIMOS CON EL DECRETO DS 43



www.warehousing.cl

2707 49 00

www.mastergroupsa.cl

2811 2553



Lider:
Osvaldo Canales
Gerente de
Administración y
Control de Gestión
Logística en
Cencosud S.A.

PLANIFICACIÓN, CONTROL Y GESTIÓN

EN LOGÍSTICA NO SE IMPROVISA. PERO CUANDO CADA DÍA DEBES GESTIONAR CIENTOS DE MILES DE BULTOS, QUE VAN A CIENTOS DE LOCALES DISTRIBUIDOS A LO LARGO DE MILES DE KILÓMETROS, LA PLANIFICACIÓN ES CLAVE.

Aun cuando cada día puede darte sorpresas y aunque los imprevistos siempre pueden hacerse presentes, los recursos y capacidades instalados en cada uno de los Centros de Distribución no pueden ser fruto de la casualidad.

Un detallado proceso de Planificación se ha hecho cargo de definir las necesidades de cada una de las salas de venta para cada sección comercial afecta al proceso de distribución centralizada. En este proceso se han determinado los bultos que se requiere circulen por cada tipo de operación, ya sea como picking sobre stock, cross docking o flujo continuo. Pudiendo estas modalidades ser llevadas en condiciones de temperatura ambiente, controlada o congelada.

Estas dimensiones definen una matriz de capacidades sobre las cuales se aplica el proceso de planificación, el cual, basado en un detallado modelo que considera productividades, drivers e inductores, es capaz de determinar los recursos que deben ser instalados en cada operación para cumplir con estos requerimientos, es decir, todo tipo de maquinarias, equipamiento tecnológico, insumos y por supuesto, el personal debidamente calificado.

El caso del personal requiere un tratamiento especial, pues debe contarse, con un adecuado nivel de precisión y anticipación, con las productividades individuales y grupales para los distintos tipos de operación. También deben ser consideradas otras variables, como

son el ausentismo, la rotación, y las variaciones en productividad cuando se incorporan dotaciones para cubrir periodos peak o de vacaciones.

Asimismo, la flota debe estar alineada y disponible en las distintas ventanas horarias de modo de ser cargada y partir hacia sus distintos destinos, debiendo presentarse en los horarios permitidos en cada lugar, enfrentando muchas veces restricciones de entrada o descarga.

que el progreso no se apegue a lo planificado. La medición de lo que realmente ocurre en las diversas operaciones se refleja en los diferentes KPI's con que se miden y controlan las operaciones. Estos KPI's, en sus valores mensuales y evolutivos serán los que posteriormente retroalimentarán los inductores del sistema de planificación de modo que los cálculos estén siempre conectados con la realidad de la performance alcanzada por cada operación.

Adicionalmente, se hace necesario saber cuál es el costo asociado a cada una de estas operaciones. Para esto, se debe ser muy estrictos en la separación e imputación de gastos, asimismo tener drivers muy afinados para el reparto de los costos compartidos. De este modo se puede llegar a obtener estados de resultado por operación que permitan definir cuál es el costo de transitar un bulto por cada una de ellas. Esto mismo, aplicado a la distribución, permite definir el costo de poner ese bulto en cualquier local del país. La composición de ambos valores permite definir el costo logístico para los productos que circulan por el sistema. Estos valores habilitarán la posibilidad de evaluar a priori el impacto que puede tener la centralización de un determinado proveedor o producto en la cadena logística.

La medición y el control son pilares fundamentales para los procesos de mejora continua que harán posible seguir optimizando este proceso que es clave para el abastecimiento de las salas. **LGT**

"LA FLOTA DEBE ESTAR ALINEADA Y DISPONIBLE EN LAS DISTINTAS VENTANAS HORARIAS DE MODO DE SER CARGADA Y PARTIR HACIA SUS DISTINTOS DESTINOS"

Por otra parte, en la gestión diaria se hace necesario el adecuado control durante el día. No es sustentable llegar al fin de la jornada y encontrar que no se podrá realizar la producción comprometida. Para esto se implementan cuadros de mando que permiten ir midiendo el nivel de avance para tomar medidas correctivas en caso de

ARRIMAQ®

Todas las soluciones en un solo lugar



RAYMOND

Fronius



BRAVI
PLATFORMS

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

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

ARRIENDO - VENTA NUEVOS Y USADOS - SERVICIO TÉCNICO - REPUESTOS - CURSOS DE OPERADORES



Líder:
Geral Cifuentes
Analista de Control
de Gestión.

KPI

A LO LARGO DE LOS AÑOS HE VIVIDO DIFERENTES EXPERIENCIAS EN MÚLTIPLES EMPRESAS, CADA UNA CON SUS PROPIAS CARACTERÍSTICAS.

MI PASO POR GRANDES EMPRESAS DE LOGÍSTICA ME HA PERMITIDO ENTENDER EL NEGOCIO CENTRADO SIEMPRE EN LA PRESTACIÓN DE SU SERVICIO Y EN LA CALIDAD DE SU RESULTADO. UNA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEBE SER EFICIENTE Y SI NO LO ES... PUES BIEN, LA HACEMOS EFICIENTE...

Para lograr la eficiencia en un proceso, debemos evaluar sus logros, medir el progreso, además de detectar sus fallas y desviaciones. Nuestras principales herramientas son los indicadores claves de desempeño, estos nos permiten conocer en profundidad el funcionamiento de nuestra operación, de esta manera podemos tomar decisiones asertivas y esenciales, encausando así los procesos logísticos hacia nuestros objetivos propuestos.

Un líder Logístico no basa su resultado en corazonadas o intuiciones, muy por el contrario trabaja con datos duros, específicos, obtenidos de mediciones periódicas”

Los KPI, del inglés Key Performance Indicators, son mediciones del nivel de desempeño de un proceso, nos dan la posibilidad de tener una visión objetiva de nuestro servicio. Sirven de guía para obtener instantáneas de su realidad, son una herramienta extremadamente útil, si se hace una buena selección de datos y además se tiene la capacidad de hacer una correcta interpretación de sus resultados.

Los KPI están estrechamente relacionados con la estrategia de una organización, son un importante medio de comunicación, involu-

cra directamente a todos sus colaboradores facilitando el cumplimiento de metas y objetivos.

Atendiendo a las características de los KPI's, tenemos que éstos deben ser:

- **Realistas:** que sea posible efectuar las mediciones en condiciones de coherencia de tiempo, recursos y presupuesto
- **Específicos:** debemos tener claro qué queremos medir y no mezclar conceptos al azar. Centrarse en los focos críticos, no en temas triviales
- **Relevantes:** que aporten datos significativos y útiles
- **Cuantificables:** deben poder ser expresados en números o porcentajes. Sin parámetros subjetivos
- **Periódicos:** deben mantener una frecuencia periódica en el tiempo para que se logre el cumplimiento de objetivos en los plazos establecidos
- **Atribuidos:** cada KPI debe tener uno o varios responsables tanto en su medición como en su resultado
- **Sujetos a formatos específicos:** deben tener las características adecuadas para responder a las necesidades básicas de cobertura
- **Consistentes:** Deben entregar datos objetivos, reales, libres de errores de medición. Asegúrese de que los datos sean válidos
- **Alcanzables:** nuestros indicadores están ahí para lograr objetivos, estas metas deben ser

realistas, coherentes y alcanzables

- **A tiempo:** Su presentación debe ser oportuna, de esta información depende la toma de acciones que permitan reorientar procesos hacia mejores resultados.

Ahora bien, cuando se elige alguien para liderar los KPI, se debe considerar si la persona tiene las competencias en cuanto a conocimiento y experiencia se refiere y si está facultada para hacer los cambios necesarios con el fin de impulsar mejoras en la Operación a través de los KPI. Este último factor a menudo se olvida.

Por último, por favor asegúrese de capacitar a sus empleados para trabajar en entorno a los KPI, asegúrese de que los informes sean bajados a la mayor cantidad de colaboradores posibles. Trabaje un plan de acción que permita traspasar al personal el conocimiento básico necesario, para que estos hagan una buena interpretación de sus resultados.

Una lectura apropiada permitirá corregir y tomar acciones individuales, las que en su conjunto terminan siendo aporte para el resultado global de su organización. **LGT**

SOLUCIONES A LA MEDIDA DE LAS
NECESIDADES DEL CLIENTE



RED MEGACENTRO
CENTRO LOGÍSTICO Y EMPRESARIAL

RED MEGACENTRO

Diseño logístico y
operacional de CD.

**Construcción y
arriendo** de CD.

Operación logística
de CD.

NUEVA UBICACIÓN EN PERÚ



LURIN

- Área total **230.000 m²**
- Área construcción **110.000 m²**
- Naves hasta **11 m** de altura
- Almacenes desde **250 m²**



FLEXIBILIDAD



INFRAESTRUCTURA
DE CALIDAD



CONECTIVIDAD



ACCESO 24 HORAS



ESTACIONAMIENTOS



ÁREAS VERDES



ANDENES COMUNES



PATIOS DE MANIOBRAS

Av. Américo Vespucio 1001
Quilicura, Santiago

contacto@redmegacentro.cl
www.megacentro.cl

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



Panamericana Sur km 29
Lurín, Perú

comercial@redmegacentro.pe
www.megacentro.pe

+51 955 330 330
+ 51 922 639 666



Juan Pablo Gutiérrez
Subgerente de Transportes y Operaciones
TW Logística



CLOUDTRACK UN ALIADO TECNOLÓGICO PARA LA INDUSTRIA LOGÍSTICA

48

Hoy CloudTrack busca colaborar con la gestión de la cadena de suministro global de una manera más eficiente, colaborativa y sincronizada.

EL desarrollo y crecimiento de la industria logística ha obligado a sus actores a salir en búsqueda de cualidades que los hagan diferentes, en un mercado cada vez más competitivo. En esta dinámica, la tecnología ha sido por siempre una herramienta que permite marcar diferencias a un servicio. CloudTrack, empresa enfocada en dar servicios logísticos, con de soluciones de trazabilidad, optimización de rutas y logis-

El éxito que ha alcanzado su servicio y sus herramientas se debe, en gran medida, a la flexibilidad de sus soluciones y la cercanía que logran con el cliente, quien ve estas implementaciones en eficiencia operacional y disminución de costos, tal como lo ha experimentado TW Logística.

tica inversa, es un ejemplo de la comunión perfecta entre logística e implementación tecnológica. "Queremos ser un solucionador de problemas que se adecua a la forma de operación de cada uno de los clientes. Nuestro enfoque apunta a entregar un buen servicio", recalcó Mario Oviedo, CEO / Fundador de CloudTrack. El ejecutivo agregó que "nuestro objetivo

y compromiso es solucionar las principales problemáticas que tienen los Centros de Distribución o empresas logísticas al momento en que sus mercaderías han sido despachadas. La clave de nuestro éxito está en entregar un servicio de primer nivel tanto para nuestros clientes como para el cliente de nuestros clientes".



EL VALOR DE LA FLEXIBILIDAD

La complejidad del engranaje logístico hace que muchas empresas tengan cierto temor al momento de iniciar la implementación de alguna tecnología. El miedo al cambio ha frenado a muchos. Sin embargo, expresó Oviedo, "Nos hemos posicionado como una alternativa de calidad y confianza principalmente por la flexibilidad que tenemos a la hora de adecuar nuestras herramientas al modelo de negocio o metodologías de trabajo de nuestros clientes. Sabemos que cada negocio es único en su logística y operación diaria".

En función a lo dicho, los clientes de CloudTrack han experimentado en su mínima expresión el rechazo al cambio que en toda nueva implementación afecta al personal de una operación, lo que les ha permitido estar siempre un paso adelante de la competencia. "Nuestra flexibilidad y las tecnologías de vanguardia han sido nuestro sello y nos han permitido integrarnos a cualquier sistema que el cliente utilice", dijo el CEO / Fundador de CloudTrack.

SERVICIOS TRANSVERSALES

Con el objetivo de colaborar en la gestión de la cadena de suministro global, de la mano de la próxima generación de Cloud Computing en aplicaciones, ventas y operaciones logística; CloudTrack ha implementado distintas soluciones que van en la línea de la colaboración con la logística, aprovechando la tecnología Cloud y los recursos existentes en Internet. Diversas y transversales son las soluciones con las que cuenta CloudTrack, y a continuación presentamos algunas de ellas.

CloudTrack Seguimiento: Herramienta de seguimiento de pedidos. Este módulo permite a los clientes tener información en tiempo real de la flota óptima que usará para un día de trabajo, identificar al personal involucrado para el despacho y trans-

porte de los productos o generar, hojas de ruta en enlace con Waze en caso de que el conductor no sepa cómo llegar al destino, entre otras aplicaciones. Este módulo se puede enlazar a cualquier WMS del mercado o cualquier proveedor de soluciones GPS.

CloudTrack Optimización: Permite optimizar la flota de vehículos de una empresa o centro de distribución en función a la carga de trabajo o números de pedidos, según una ventana de horario en específico, teniendo un balanceador de carga que permite optimizar el espacio de los camiones (peso y volumen) u optimizar rutas, entre otras aplicaciones.

CloudTrack GPS: Este módulo permite consolidar los servicios de seguimiento entregados por diversos clientes. Según Oviedo, "esta herramienta hace lo mismo que la mayoría de los GPS del mercado (control de temperatura, apertura de puerta, anti jamming, excesos de velocidad, entre otras cosas), pero tiene la flexibilidad de enlazarse con diferentes proveedores de GPS independiente de la empresa o bien, nosotros instalar estos equipos".

CloudTrack WMS: Es una solución para la gestión y control eficiente de bodegas y centros de distribución. CloudTrack WMS gestiona la trazabilidad de los productos almacenados y los pedidos para atender a los clientes, integrando las mejores prácticas de la industria y las tecnologías más eficientes. Además, incorpora la solución de Sorting con sistema Put To Light (Guiado por luces), entre otras novedades. De rápida implementación, flexible, escalable y bajos costos de inversión es la solución perfecta para negocios en crecimiento.

UNA ALIANZA DE CONFIANZA

Hace seis meses, CloudTrack y TW Logística, iniciaron un proyecto que, según Juan Pablo Gutiérrez, Subgerente de Transportes y Operaciones de TW Logística, "ha traído excelentes resultados operaciona-

les". "La solución que buscábamos era que nuestros clientes estuvieran informados del estado de sus entregas en línea y así tener completa trazabilidad de sus pedidos. CloudTrack nos dio una muy buena alternativa en tecnología y soporte para lograrlo", comentó Gutiérrez.



La solución adquirida por TW Logística es – según el ejecutivo- una aplicación "bien sencilla, en términos de peso. En un celular tenemos una gran herramienta para hacer trazabilidad de factura y esperamos a futuro llegar a tener una trazabilidad también a nivel de producto". Así, los clientes de TW Logística pueden ver en línea el estado de sus entregas, por lo tanto es una herramienta muy valorada. "Tenemos a nuestros clientes conformes y contentos con esta solución que se ha transformado en un elemento esencial del servicio. Además, nos ha permitido hacer gestión e informes; todo para ir mejorando constantemente nuestro servicio", agregó.

En cuanto a la relación con Cloudtrack, el subgerente de transporte y operaciones de TW Logística la calificó como "directa y cercana" con un trabajo en conjunto. "La voluntad del equipo a resolver algún inconveniente o requerimiento es destacable y eso nos ha hecho mirar a Cloudtrack como un socio estratégico con tremenda proyección futura para nuestros temas tecnológicos. La buena experiencia que hemos tenido nos permite seguir proyectándonos en el trabajo en conjunto", recaló Gutiérrez. **LGT**



WAREHOUSING VALLE GRANDE | TRANSPORTES MASTER TRANS

JUNTOS PARA ATENDER A LA INDUSTRIA QUÍMICA NACIONAL

El acuerdo alcanzado entre ambas compañías tiene como objetivo lograr la verticalización de servicios logísticos, enfocados a la industria química que son tremendamente valorados en el escenario actual.

50

Esta alianza viene a reforzar el trabajo que estos operadores logísticos han realizado por más de 15 años en el mercado de los productos peligrosos y que los posicionan como actores relevantes de una industria que demanda un servicio basado en la calidad y la seguridad. El ritmo actual de los negocios presenta un nivel de competitividad tal que exige contar con soluciones rápidas, especializadas, personalizadas y eficientes.

Esta realidad es conocida y asumida por Warehousing, operador logístico con especialización en el manejo de sustancias

peligrosas, quien está consciente que la verticalización en la entrega de servicios es un escenario sumamente deseable hoy en día para empresas que buscan la especialización interna y así poder poner foco en sus productos y servicios.

Ante este panorama la necesidad de prestadores que integren servicios especializados se hace fundamental.

Las empresas salen siempre en busca de especificidad en sus visiones de negocio, para lo cual existen prestadores de servicios que han buscado, mediante la especialización, entregar soluciones adecua-

das. Las alianzas entre empresas asoman como una alternativa que cobra alta relevancia para enfrentar en conjunto los desafíos que impone el mercado y entregar así soluciones completas a una industria cada vez más compleja y exigente.

UNA ALIANZA ENTRE GRANDES

En torno a este espíritu se consolida la alianza entre dos grandes: Transportes Master Trans y Warehousing Valle Grande, quienes unen sus servicios con miras a la industria química. Los números y las cifras hablan por sí mismo. Ambas em-



presas se han convertido en importantes actores de la industria logística.

Transportes Master Trans, ubicado en la comuna de Padre Hurtado, cuenta con 161 vehículos, 20 mil m² de estacionamiento y 10 mil m² de bodegas para Productos Químicos no Peligrosos que son reflejo del intenso trabajo que han desarrollado por 30 años.

Por su parte, Warehousing es una empresa líder en logística para la industria química. Su especialidad se centra en el bodegaje y distribución segura y responsable de productos químicos peligrosos (inflamables, tóxicos y corrosivos), ofreciendo bodegas especializadas que buscan resguardar la seguridad ambiental.

El crecimiento de este operador logístico ha sido explosivo y ha ido de la mano de los requerimientos de un mercado especializado. Hoy alcanza los 12 mil m² construidos, en un terreno de 37 mil m², con una disponibilidad de crecimiento de 5 mil m² de bodegas.

Actualmente, ambas empresas cumplen con todas las normativas vigentes para dar servicios logísticos para sustancias peligrosas entre los cuales se encuentran: Logística de Bodega con almacenamiento de productos inflamables, peligrosos y no peligrosos; carga spot; bodegaje estándar, desconsolidación de contenedores, picking en diversos formatos y el servicios de valor agregado; Transporte de carga peligrosa y no peligrosa, desde puertos o desde la unidad productora hasta las instalaciones de almacenaje; Distribución de productos químicos a nivel nacional.

UNA FILOSOFÍA DE CALIDAD

La filosofía de servicio de esta alianza está basada en la colaboración mutua, desde el inicio de la relación con los clientes,

con una estructura de personal enfocada al servicio, dando constante seguimiento a las preocupaciones habituales y emergentes de los clientes, acompañándoles en todo el proceso de levantamiento de servicios, determinación de necesidades, cotización y simulación de los costos finales que el servicio implicará.

La clave del éxito está en que se diseñan soluciones para empresas de distintos rubros y actividades industriales, adecuándose a las necesidades emergentes de sus modelos. Con esto, el foco va más allá de un buen servicio; sino que lo que lo diferencia es ofrecer valores al cliente.

Otro factor determinante para el mercado fue el nuevo escenario normativo que impuso la entrada en vigencia, en marzo 2016, del Decreto Supremo 43, puesto que muchas empresas que no contaban con una logística para sus productos peligrosos que cumpliera con las nuevas exigencias se han visto en la necesidad de buscar soluciones acorde a sus requerimientos y orientadas al correcto cumplimiento.

En este sentido, la alianza estratégica conformada por Warehousing y Master Trans se ha enfocado en cubrir esta necesidad proponiendo soluciones verticalizadas que buscan integrar los diversos aspectos de la logística de peligrosos a requerimientos específicos de la industria química, todo orientado a que los clientes cumplan con la normativa y se dediquen a sus núcleos de negocio.

Esta verticalización permite además disminuir la interacción de actores en la cadena logística, funcionando Warehousing y Master Trans como un tándem que responde de manera directa y a través de un solo canal de servicio ante el cliente para las actividades de transporte, almacenamiento y distribución, logrando economías.

EJEMPLO DEL ÉXITO

El trabajo de Master Trans ha sido constante para convertirse hoy en uno de los operadores logísticos más importantes de la industria. El 2016 fue un año de expansión, en cuanto a la cartera de clientes, enfocada en la industria química. Es así como se tomó la distribución de INDURA en la Octava Región, el traslado de productos alimenticios con temperatura controlada de DANISCO y la distribución en la Región Metropolitana de la empresa IXOM.



Por otra parte, una muestra de esta integración es el caso de GE BETZ, división de General Electric que cerró sus instalaciones productivas hace tres años en nuestro país, para mantener activa sólo sus áreas de ventas. En la actualidad todas sus operaciones son realizadas en las instalaciones Warehousing, siendo Master Trans su operador de transporte, permitiéndole esto realizar la distribución de sus productos a nivel nacional, sólo mediante contacto con Customer Service en el extranjero, dejando todas las operaciones de logística en manos de los expertos.

La especialización es el motor que hoy mueve y posiciona a este tándem como un actor relevante de la industria de los productos peligrosos, que -de la mano de soluciones verticales y de un servicio de calidad- se ha posicionado en la industria, lo que ha llevado a que importantes clientes confíen en sus servicios. **LGT**



GESTIÓN, CONTROL Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS SON ALGUNAS DE LAS CLAVES PARA COMPRENDER EL ÉXITO QUE LOS SISTEMAS TECNOLÓGICOS HAN ALCANZADO EN EL MERCADO CHILENO. EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL “RUTEO” SE HA TRANSFORMADO EN UNA ESPECIE DE COMMODITY, EN ESPECIAL, PARA LA INDUSTRIA DE LA DISTRIBUCIÓN Y EL TRANSPORTE, DADO LOS BENEFICIOS OPERACIONALES QUE APORTA.

TECNOLOGÍA: ¿CÓMO ELEGIR EL SISTEMA DE RUTEO CORRECTO?

52

Hoy, son cientos las alternativas existentes en el mercado, entonces surge la pregunta ¿cómo puedo escoger el sistema adecuado para mi empresa?

“Abrir los caminos”. Esta simple frase representa uno de los tantos beneficios que los sistemas de ruteo aportan a la operación logística. Con los años, las necesidades operacionales han ido cambiando, enfatizando aún más aspectos como la precisión de las entregas, el abaratamiento de los costos y la disminución en los tiempos de despacho; factores que han encontrado un excelente aliado en las tecnologías

de geo referencia. Así, el éxito que han alcanzado los sistemas de ruteo dentro de la industria se deben, en gran medida, a la capacidad de resolver problemas que tienen que ver con la incertidumbre de la demanda del cliente o el tráfico, lo que se traduce en beneficios para el mejor aprovechamiento de la flota en términos de su capacidad de transporte y, por consecuencia, un mejor nivel de servicio.

En este escenario, muchas empresas tecnológicas han ahondado en el diseño de rutas, abriendo un abanico de alternativas en el mercado chileno que se han ido perfeccionando en aras de entregar soluciones que ayuden no

sólo al diseño de rutas sino también a la gestión, control y precisión de la operación; transformándose así en una fuente de ventajas competitivas para todas aquellas empresas que han tecnificado sus procesos.

Hacer una buena planeación de ruteo vehicular requiere de herramientas tecnológicas precisas y para eso encontrar a un partner tecnológico adecuado es fundamental. Junto a ellos, se requiere también tener claridad con respecto a cuáles son los reales requerimiento que tiene una empresa, o bien, qué espera de estas tecnologías. Dado que el mercado tecnológico chileno ofrece múltiples alternativas a la industria logística



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



CONECTADOS CON
EL MUNDO LOGÍSTICO



CONSULTORES
CON AMPLIA EXPERIENCIA
EN TERRENO



ROBUSTA METODOLOGÍA
DE PROYECTOS



megaconsulting@redmegacentro.cl
www.megaconsulting.cl

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

Av. Américo Vespucio 1001, Quilicura, Santiago.

EMPRESAS **RED MEGACENTRO**



en cuanto a estos servicios, queremos conocer, a través de las opiniones de ejecutivos de importantes empresas, los aspectos más relevantes al momento de contratar este servicio. ¿Cuáles son los aspectos que los clientes deben considerar al momento de implementar un sistema de ruteo?

Para ahondar en las cualidades de los distintos softwares y las características de los servicios presentes en Chile, los ejecutivos de RoutingUC y Redd entregaron algunos consejos para orientar la correcta elección del servicio de acuerdo a las características de cada empresa y cada operación.

CADA OPERACIÓN, UN MUNDO

Al hacer memoria, recordamos que la gestión logística y de distribución tenía como su mejor aliado al lápiz y papel, enfrentando con ello distintos inconvenientes operacionales desde el deterioro de los documentos hasta el carente flujo de información que permitiera a las empresas obtener datos para el posterior análisis de su gestión.

Con los años muchas de esas dificultades han sido resueltas gracias al desarrollo de nuevas tecnologías que han puesto en manos de las empresas herramientas útiles para facilitar el transporte y distribución de sus productos, cuyo pilar es lograr aumentar la eficiencia a lo largo de todo el proceso, por lo tanto, sus esfuerzos deben apuntar a profesionalizarse y aplicar mejoras basadas en tecnología que hagan más eficaz, productivo y rentable el negocio.

La penetración que han alcanzado estos servicios han ido de la mano con la masificación de los actores de la industria tecnológica enfocada en el desarrollo de este tipo de software de servicios, lo que –a su vez– presenta un escenario donde la calidad y el servicio son las claves para marcar diferencias. En este sentido, al momento de contra-

tar un sistema de ruteo es clave “optar por plataformas alojadas 100% en la nube y disponibles desde cualquier dispositivo, ya que solo de esta forma las empresas podrán sacar partido de los beneficios que entregan las nuevas tecnologías, como el Internet de las Cosas (IoT por su sigla en inglés), es decir, tener los datos en línea, completamente actualizados y disponibles para tomar decisiones rápidas y oportunas que optimicen las operaciones”, afirmó Rodrigo Martínez, gerente general de Redd.

El desarrollo del software es, por lo tanto, el mejor reflejo de cómo se ha incorporado a la industria logística que día a día ve en ellos una alternativa tecnológica de ayuda para la operación diaria. Por esto, es necesario conocer cuáles son los puntos esenciales que los clientes deben considerar para optar por la mejor alternativa tecnológica.

Para Francisco Hounauer, Gerente de Área de RoutingUC, las claves para elegir, por ejemplo, un sistema de ruteo u optimización adecuado para cada operación se agrupan en tres ejes: Solución a la Medida, Servicio de Excelencia y Mejora Continua.

Para el ejecutivo el factor “Solución a la medida” es fundamental, puesto que cada operación es distinta, por lo que una solución genérica jamás va a entregar resultados adecuados y por ende no se va a lograr la eficiencia esperada. Del mismo modo, el motor de optimización debe ser capaz de adaptarse a cada operación, considerando nuevas restricciones, nuevas variables y tiene que adaptarse a distintas estrategias de planificación”.

Las cualidades propias de la Logística de Distribución –tales como el alto volumen operativo, el número de flotas y las órdenes– han llevado a que esta operación sean el nicho perfecto para la incorporación de tecnología. En la distribución siempre se busca maximizar y optimizar el uso de la flota y las

entregas; es ahí donde el ruteo y otras planificaciones tienen su importancia. Su verdadero pilar.

En este punto, a juicio de Martínez contar con un proveedor que facilite la generación de soluciones por capas según las necesidades del cliente, trabajando con un ecosistema de partners que le permitan asegurar la estabilidad de la plataforma, además de que tenga asistencia técnica 24X7 a lo largo de todo el territorio donde se realicen las operaciones, protocolos en casos de emergencia y, en definitiva, que sean capaces de dar soluciones integrales más allá de solo implementar la tecnología.

UNA AYUDA EN UN MUNDO COMPLEJO

Una clara y rápida forma de comprender el rol de los sistemas o motores de ruteos es considerando siempre la capacidad que tienen estas tecnologías para conjugar las distintas variables de una operación. Conocer esta cualidad o factor es fundamental para que las empresas (clientes) escojan al proveedor y sistema adecuado.

¿Qué buscas? ¿Qué esperas? ¿Qué quieres optimizar? ¿Conoces las cualidades que puede aportar estas tecnologías? Estas son sólo algunas de las interrogantes que cada empresa debe tener clara para incorporar la tecnología adecuada a su operación y conseguir así los beneficios que aportan de modo integró y sin inconvenientes.

Según lo dicho por los expertos, el sistema o motor de ruteo conjuga distintas variables. La diferencia entre un sistema u otros es la capacidad de cuántas variables puede manejar y administrar. Así, normalmente los más simples administran una sola variable, porque combinarla requiere un desarrollo superior y eso cada cliente debe saberlo al momento de escoger al proveedor adecuado.

De esta forma, estas herramientas se han transformado en un pilar central de este mercado, el conocer la capacidad que tiene cada software, herramienta o sistema tecnológico de manejar correctamente las diversas complejidades que tiene la operación de distribución y en la logística en general. Mientras más factores complejos domine esta herramienta, mejor será. Entre los elementos a considerar están: las ventanas horarias, manejar la logística inversa, selección y diferenciación de productos para su distribución, entre otros.

En aspectos netamente administrativos, el gerente general de Redd, reconoció que con una plataforma adecuada es posible reducir, por ejemplo, hasta en un 45% los reclamos por retraso en las entregas y también se puede ahorrar un 47% de tiempo, debido a que los datos se encuentran disponibles a través de cualquier soporte que tenga Internet. Además, es posible optimizar las horas de funcionamiento o kilometraje, la planificación presupuestaria de la renovación de la flota y la eficiencia respecto de las mantenciones periódicas que deben ejecutarse en los vehículos; todos factores que salen en ayuda de la siempre complicada gestión de distribución y transporte.

PARA ELEGIR DEBES CONSIDERAR...

Los ejecutivos consultados coincidieron en la necesidad de que los clientes sepan diferenciar entre uno u otro servicio. Para aquello, es importante que se tengan en consideración algunos factores que son reflejos de la calidad del servicio, del proveedor y del software.

Centralización: Este uno de los factores que –a juicio de los expertos- debe ser considerado al momento de escoger un sistema. Es necesario saber si la herramienta en cuestión tiene la capacidad de manejar un “ruteo centralizado”; cualidad que permite centralizar los procesos y a la vez disminuir costos.

“No hay bueno ni malos sistemas. Hay sistemas con más y menos potencia”. Esta frase refleja la importancia de contar con un proveedor de calidad, con respaldo y con un servicio de venta consultivo para conocer así las reales necesidades de los clientes. La experiencia es importante, porque hace que las complejidades y desafíos ya estén volcados en la herramienta que se ofrece a los clientes.

Servicio de excelencia: El acompañamiento en el tiempo, según el ejecutivo de RoutingUC, es un tema clave que garantiza el correcto funcionamiento de la herramienta para ir logrando las eficiencias esperadas. Ofrecer un sistema de ayuda disponible 24X7, asesorías y dedicación al cliente es primordial en temas tecnológicos, ya que pueden marcar la diferencia entre una implementación exitosa y otra que no. Un buen partner será siempre aquel con capacidad de respuesta y Soporte a toda prueba.

Mejora continua: Las eficiencias logradas hoy se pierden rápidamente por lo dinámica del día a día, por lo que es clave contar con un esquema de mejora continua, no solo para mantener las eficiencias, si no para ir generando ahorros adicionales en el tiempo.

Tras conocer estas cualidades queda claro que el valor de estas tecnologías o herramientas está básicamente en la posibilidad que entregan a la empresa de “gestionar” su operación. Ese proceso va de la mano con la oportunidad que tienen de medir su actuar constantemente, gracias a la obtención de información en tiempo y forma oportuna. Es aquí donde está el valor y el real aporte de estas tecnologías, que gracias a su desarrollo se han transformado en unas soluciones amigables y flexibles para la industria logística.

Dada su importancia, un error en el sistema de ruteo escogido puede significar –según Martínez- perder compe-

titividad en un mercado cada vez más exigente, así como “ver estancados sus indicadores de productividad al no aprovechar la eficiencia y eficacia que entrega contar con la tecnología adecuada”.



Francisco Hornauer
Gerente de Área
Routing UC



Rodrigo Martínez
Gerente General
Redd

Para evitar una mala implementación, el ejecutivo de Redd enfatizó los que –a su juicio- son los factores esenciales de cualquier sistema. “Deben estar alojados 100% en la nube y disponibles desde cualquier dispositivo, lo que facilitará la entrega de reportes online y, de esta forma, la toma de decisiones al momento de planificar y gestionar las operaciones.

Además, resulta de suma utilidad que estas plataformas permitan integrar tecnologías de distintos proveedores, apuntando a consolidar la entrega de información y facilitando la gestión de las compañías”.

Por todo esto, el llamado a la industria es a tener en cuenta estas cualidades para escoger la herramienta y al partner para ingresar al mundo de la tecnología. Una herramienta bien integrada, permite una optimización a lo largo del proceso que –extrapolado a la operación del día a día- significa ahorro, calidad de servicio y mejor gestión. **LGT**



LA CADENA DE SUMINISTRO ESTÁ CAMBIANDO, Y PARTE IMPORTANTE DE DICHA MUTACIÓN ES LA “DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO”, CONCEPTO QUE IMPLICA LA GESTIÓN DE LOS DATOS QUE –GRACIAS A LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS TI- LOS ACTORES DEL SECTOR SON CAPACES DE OBTENER EN TIEMPO REAL. NO OBSTANTE, TODO CAMBIO IMPLICA RIESGOS Y CUANDO LA INFORMACIÓN NO ES RESGUARDADA APROPIADAMENTE, TODA LA CADENA ESTÁ EN RIESGO DE ROMPERSE E INCLUSO COLAPSAR.

SEGURIDAD DE LOS DATOS EL RETO SUBYACENTE DE LA DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

56

Hoy más que nunca la frase ‘la información es poder’ toma relevancia en la Supply Chain Global. Sí, puesto que la aplicar inteligencia a los datos recopilados durante cada uno de los procesos que integran el entramado logístico permite un mayor control sobre la propia cadena de suministro y la toma de mejores decisiones y con mayor velocidad.

Si esto no es suficiente, la gestión inteligente de los datos permite establecer procesos claros de cómo actuar en casos de desviaciones, problemas con las entregas o interrupciones en el su-

ministro, ayudando a las empresas a ser más eficientes; es decir anticiparnos a los problemas y visibilizar cada fase en pos de la reducción de los costos operativos gracias al análisis de tendencias e información a tiempo real.

Favorable desde diversas aristas y validada por diferentes expertos, la Digitalización de los procesos logísticos es una de las mega tendencias ampliamente discutidas en diversos foros internacionales durante 2016, y que se espera tome mayor fuerza en 2017. Entre los foros más destacados en torno a la discusión de esta mega tendencia se cuenta el “Global Supply Chain

Research Forum”, organizado por el Zaragoza Logistics Center en colaboración con el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). El evento, que se ha convertido en uno de los principales foros profesionales en materia de cadena de suministro, dejó importantes conclusiones respecto a esta mega tendencia, entre las cuales destaca lo expuesto por Víctor del Pozo, jefe de operaciones de Privalia, que durante la segunda jornada del foro internacional sostuvo que “en un mundo en el que debemos situar al cliente en el centro, (la digitalización) nos da muchísimos datos sobre cómo es, qué preferencias tiene o cuáles son sus hábitos”.

En dicha oportunidad, el jefe de Gestión de Cadena de Suministro de Clariant para Europa, Oriente Medio y África, Gustavo Rodríguez, explicó que el advenimiento de la digitalización “permite tomar decisiones más rápidamente y establecer procesos claros de cómo actuar en casos de desviaciones, problemas con las entregas o interrupciones en el suministro”. Nos ayuda a ser más eficientes”.

Con todo, lo cierto es que la logística se está transformando a través del poder del conocimiento basado en datos certeros, obtenidos a partir del mayor o menor grado de digitalización que las compañías implementen. Hoy, gracias a las TI, cantidades sin precedentes de datos pueden ser capturados desde varias fuentes a lo largo de la cadena de suministro y aprovechar el valor de los datos ofrece un enorme potencial para optimizar la utilización de la capacidad, mejorar la experiencia del cliente, reducir el riesgo e, incluso, crear nuevos modelos de negocio en logística.

Ahora bien, como toda mega tendencia, el riesgo de la transformación es latente, a partir de lo cual, los expertos y actores del mercado han alzado voces de alerta que apuntan a la blindar los datos obtenidos mediante diversas herramientas (software) y procedimientos. Después de todo, si la información es poder, ésta no puede caer en manos equivocadas. Así, la denominada “crisis de la conectividad”, derivada de la digitalización viene a conceptualizar aquello que todos temen: la configuración de cadenas de suministro vulnerables, a merced de hackers altamente especializados o susceptibles a fugas de información debido a la inseguridad de las redes por las cuales ‘transitan’ los datos.

¿UN ARMA DE DOBLE FILO?

Si la digitalización es la mega tendencia más importante que afecta hoy a la estrategia de la cadena de suministro, la vulnerabilidad de los datos es la cara adversa.

En esta tónica, Kevin O'Marah, analista de la prestigiosa Forbes, sostuvo en su análisis: “Hacked To Death: Data Security In Supply Chain”, que “la visibilidad, tanto de la demanda como de la oferta, ha evolucionado, pasando –en un abrir y cerrar de ojos- de un proceso notoriamente lento y torpe de transmisión de datos a una especie de supernova casi incomprensible de información constante”, no obstante, sostuvo el experto, “la conectividad está en todas partes, pero no siempre es buena”.

Según lo expuesto por O'Marah, en términos de cadena de suministro, el tráfico de datos incluye información referente a los pedidos, información de ingeniería de procesos, precios y términos contractuales, entre otros muchos tipos de data. A lo anterior, se incluye –por cierto- la información derivada de las tecnologías implementadas en los procesos específicos, tales como: sistemas automatizados de almacenamiento de mercaderías o captu-

DANCO

BODEGAS DE ESTÁNDAR INTERNACIONAL

32,6 mts libres de pilares

Altura hombro 11 mts

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

Fecha entrega próxima etapa:
Agosto 2017.



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

ra de datos, (propios de los Centros de Distribución) o el desempeño de tecnologías más vanguardistas como la robótica o vehículos teledirigidos. La problemática entonces se clarifica, es decir, si consideramos que a partir de la implementación de diversas tecnologías somos capaces de obtener, almacenar y gestionar información crítica de cada uno de nuestros procesos, también somos responsables de mantener a salvo dicha data, con tal de no transformar a la "La conectividad en un arma de doble filo".

De acuerdo a lo expuesto, en la última entrega del Logistics Trend Radar, los analistas de la germana DHL, han manifestado la creciente importancia de "sensibilizar respecto a la seguridad de la información"

"Infraestructura de datos de alto perfil y piratería de sistemas de datos, así como la vulnerabilidad de objetos físicos (como cámaras, vehículos de automoción, etc.) son un preocupante recordatorio de la creciente inseguridad y vulnerabilidad en nuestro mundo digitalizado. (Las compañías) cada vez más ricas en TI, tienen -en la eliminación de los riesgos de seguridad- una prioridad absoluta para evitar ataques dañinos que puedan llevar a operaciones completas a un punto muerto", aduce el informe.

De forma paralela, según lo descrito por los analistas de DHL, la continua inestabilidad de los mercados mundiales y la inestabilidad regional han llevado a unas regulaciones de seguridad más estrictas que requieren mayores niveles de transparencia e integridad en la cadena de suministro. Como reacción a esto, las empresas están ponderando la seguridad contra el riesgo, poniendo en práctica tácticas que priorizan la seguridad operativa y ayudan a elevar el nivel de seguridad y flexibilidad en la logística.

Según la encuesta anual "Future of Supply Chain" realizada por Forbes en

2016, un 30% de los encuestados (que superaron los 1.408 ejecutivos del sector logístico) se manifiestan "muy preocupados" frente a eventuales "incidentes de seguridad / TI de datos". Aún más revelador es el dato que arroja el estudio en relación a que la ansiedad aumenta con la antigüedad o trayectoria del encuestado". Así, entre los 126 encuestados en el nivel de Vicepresidente Senior o Superior, la parte que dice estar "muy preocupada" es aún más alta, con un 37%.

A partir de los datos exhibidos, Kevin O'Marah sostuvo que "la división de los resultados de la encuesta por la industria cuenta otra historia sobre quién podría estar dormido en los controles. Los encuestados de alta tecnología, por ejemplo, son casi dos veces más propensos a citar este problema como una preocupación mayor que los industriales, mientras que la mitad de los encuestados del sector salud y farmacéutico lo consideran una preocupación menor.

El hecho de que hi-tech lo considere primero no es sorprendente, dada su familiaridad con la propia tecnología. Otros podrían ser sabios para seguir su ejemplo", sostuvo el experto.

Enfrentados al riesgo de seguridad de los datos, entidades como el Centro Nacional de Contrainteligencia y Seguridad Nacional (NCSC) norteamericano han destinado esfuerzos para concientizar a los actores del sector frente a esta problemática. De hecho, el año recién pasado, dicha entidad produjo un video destinado a ayudar a los profesionales de la cadena de suministro a protegerse contra la piratería informática. Según O'Marah "las recomendaciones (del NCSC) son un desglose de sentido común de las preguntas que los profesionales de la adquisición deben tener en cuenta al contratar a los proveedores"; un material digno de observar si se el objetivo es ser responsables frente a los flagelos que enfrenta el tráfico de data crítica.

En tanto, desde la perspectiva de las herramientas, según O'Marah "la seguridad debe evolucionar como cualquier otro negocio tecnológico con innovación impulsada por el mercado que ofrece mejoras en el control de acceso de red, software y hardware. Invertir dinero en seguridad en las cadenas de suministro, de la misma manera que se ha acostumbrado a actualizar su teléfono móvil cada dos años, es una espiral que no se puede eludir", sostuvo el analista.

Otra propuesta en relación a la seguridad de los datos, según O'Marah es el uso de estrategias de segmentación de la cadena de suministro. "La excelencia en la gestión de proveedores incluye el desarrollo de profundas relaciones de confianza con ciertos proveedores, manteniendo al mismo tiempo vínculos más armónicos con otros. Los conocidos costos, servicio e innovación de la estrecha colaboración de proveedores incluirán de forma creciente tácticas de seguridad que agilicen el flujo de información sin riesgo", sostuvo al respecto el analista.

De acuerdo a lo anterior, la segmentación puede ser aplicada a los clientes y canales también, con diferentes niveles de prioridad, servicio e intercambio de información para cada segmento de la cadena de suministro.

"Los minoristas, curiosamente, fueron el segundo más preocupado entre las industrias sobre la seguridad de los datos / incidentes de TI (la alta tecnología fue la primera). Por lo tanto, su necesidad de proteger los datos de los consumidores debería convertirlos en socios receptivos en los esfuerzos por mejorar la seguridad de los datos de la cadena de suministro", indicó O'Marah en su análisis. **LGI**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
Escanear el QR desde
tu Smartphone o Tablet.



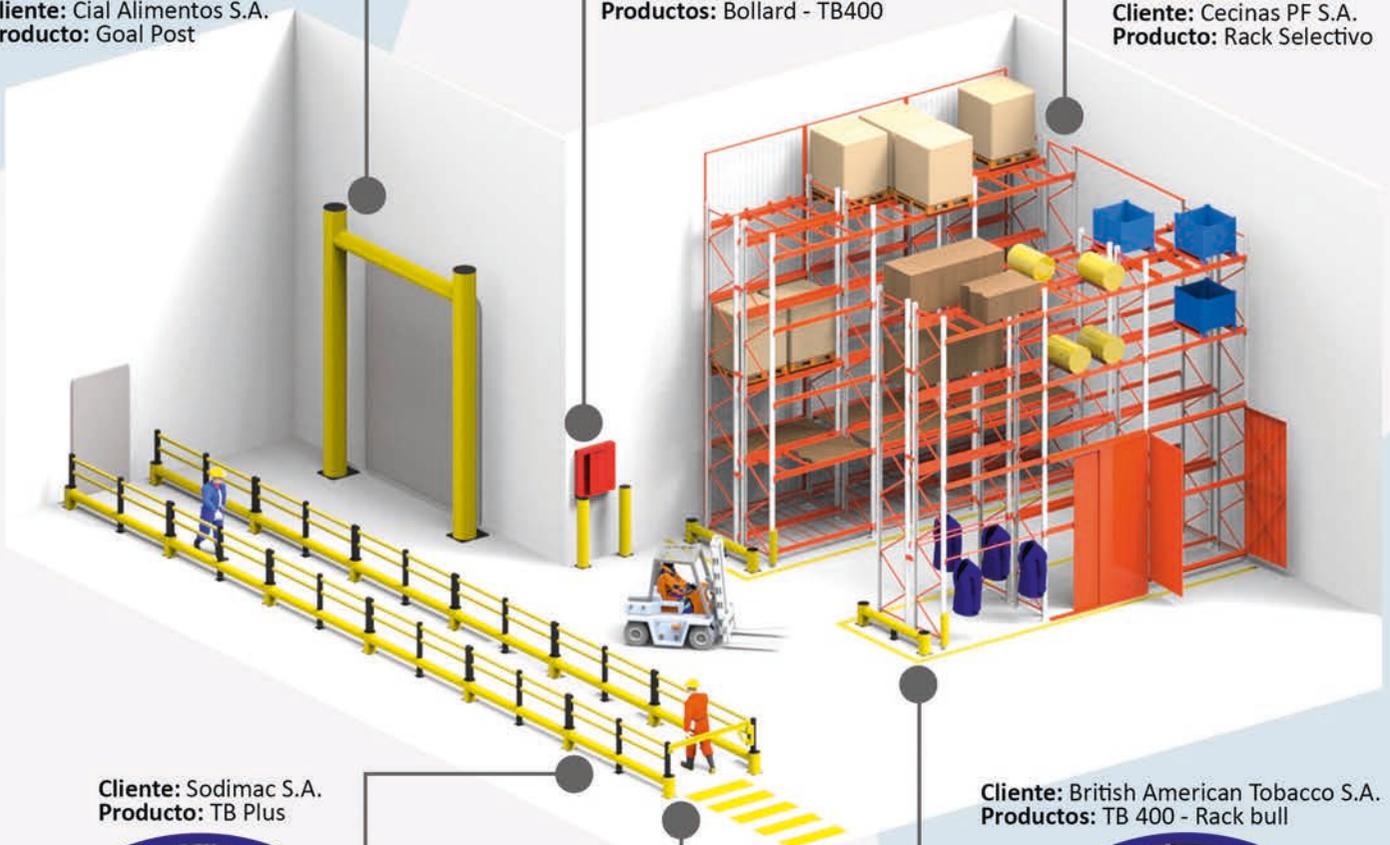
Cliente: Cial Alimentos S.A.
Producto: Goal Post



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

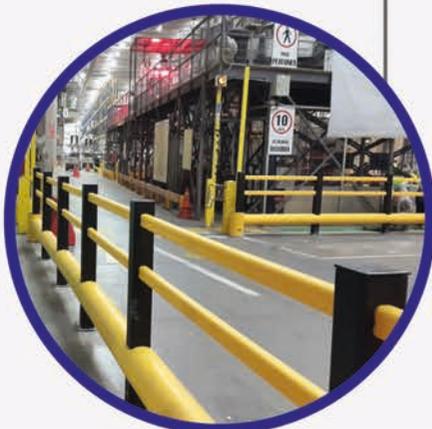


Cliente: Cecinas PF S.A.
Producto: Rack Selectivo



Cliente: Sodimac S.A.
Producto: TB Plus

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



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





LOS ÚLTIMOS AÑOS HAN SIDO UN PERÍODO DE CAMBIOS SIGNIFICATIVOS Y DE GRAN ALCANCE PARA EL SECTOR RETAIL. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, LAS REFORMAS REGULATORIAS Y UN ENTORNO ECONÓMICO TRANSFORMADO COMBINADO CON LAS NECESIDADES CAMBIANTES DE LOS CONSUMIDORES, LAS EXPECTATIVAS Y LA DEMOGRAFÍA, HAN CREADO OPORTUNIDADES SIN IGUAL PARA LAS EMPRESAS CON NUEVAS IDEAS Y NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO PARA CAMBIAR EL JUEGO DE MANERA FUNDAMENTAL.

CAMBIOS SIGNIFICATIVOS LAS CLAVES QUE LE CAMBIARÁN LA CARA DEL RETAIL

60

No hay ninguna señal de que los próximos años serán diferentes. En todo caso, es probable que el ritmo de cambio aumente.

Los consumidores de hoy en día buscan, sobre todo, valor, conveniencia y una experiencia única. Estas tres tendencias están impulsando la interrupción de los mercados existentes y los modelos de negocio en una escala sin precedentes.

Los Retaileros que no responden a estas tendencias están siendo castigados - a menudo severamente. Sin embargo, los

que integran una o más de estas tendencias están siendo recompensados, a menudo generosamente. Para lograr cualquier tipo de crecimiento sostenible - y cada vez más, para asegurar su supervivencia - los Retailers deben encontrar maneras de diferenciarse, de modo de ser un ente que integre aquellos elementos disruptores.

En este artículo también exploramos algunas de las implicaciones operativas asociadas con ser un disruptor, basados en el estudio: "Disruptive influences: The three key trends transforming the face of retail", elaborado por KPMG. Esperamos que lo encuentre útil.

PRIMERA INFLUENCIA DISRUPTIVA: EL VALOR

El valor siempre ha sido un factor en el comportamiento del consumidor - después de todo, todo el mundo ama una ganga. Pero en los últimos tiempos, la percepción del valor ha cambiado considerablemente. El valor es un término sumamente subjetivo.

En términos económicos, a menudo se utiliza para describir el equilibrio entre el costo y la calidad o el servicio, permitiendo que el consumidor juzgue por sí mismo y exprese sus propias creencias y preferencias a través de su selección de

productos. Recientemente, sin embargo, el valor ha llegado a significar un enfoque singular en el costo de compra como (casi) la única consideración para muchos.

El catalizador de este cambio en la percepción fue proporcionado por la recesión, con los consumidores buscando formas de aliviar la presión sobre los presupuestos de los hogares. Discounters como Aldi, Lidl, Primark, Poundshop, Acción, Tiger, B & M, Homebargains y otros han aprovechado este cambio y tomado altas cuotas de mercado en el proceso. La tecnología ha permitido y acelerado el cambio - por ejemplo, sitios web de comparación de precios que permiten a los consumidores comparar productos similares en varios retailers de forma rápida y sencilla.

El resultado es un cambio de gran alcance en el comportamiento de las compras de la gente y la orientación del valor. Los minoristas de valor exitoso, sin embargo, están lejos de tener un solo truco.

Las decisiones de compra son a menudo complejas e implican un equilibrio entre la calidad, la función, el estilo y las consideraciones de la marca versus nuestra disposición a pagar. Mientras que los minoristas de valor han logrado mover el balance de alguna manera hacia un mayor enfoque en el costo, también están mejorando cada vez más su atractivo en otros aspectos de esa ecuación.

A modo de ejemplo, tenemos que los retailers de valor entienden que es imposible ser todas las cosas para todas las personas - y no tratan de serlo. En cambio, su propuesta de valor se alinea alrededor de un deseo de proporcionar el mejor valor, y también lo es la comunicación de esa propuesta a los clientes. Los minoristas de valor esperan que los clientes se adapten al nuevo modelo de negocio. Es un acuerdo bidireccional en el que los consumidores reducen sus demandas a cambio de precios reducidos. Por ejemplo, los productos de etiqueta propia son una característica

clave de muchos minoristas de valor, con pocas marcas reconocidas que aparecen en sus estantes. Éste es un área donde el coste contra la calidad / marca / estilo balance se ha inclinado marcadamente en favor del costo.

SEGUNDA INFLUENCIA DISRUPTIVA: CONVENIENCIA

El deseo de conveniencia es un rasgo humano fundamental que siempre ha influido en el comportamiento de compra. La comodidad es algo que los consumidores siempre han estado dispuestos a pagar.

Pero, aunque la conveniencia no es nueva, es una tendencia cada vez más importante. Bombardeados por las demandas de su tiempo y atención, los consumidores modernos son más pobres en el tiempo que nunca. A medida que el tiempo se convierte en un bien cada vez más precia-

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

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

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

www.paulsentransportes.cl



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



Nuevo servicio de camiones blindados

do, el ahorro se vuelve aún más importante. Las nuevas tecnologías y otras innovaciones están permitiendo nuevos modelos de negocio que permiten a los minoristas responder a esa necesidad. Por ejemplo, las cadenas de suministro y las operaciones logísticas más sofisticadas han permitido a muchos minoristas ofrecer acceso a una gama de productos mucho más amplia, dando a los clientes la oportunidad de satisfacer más de sus necesidades en la misma tienda.

El efecto acumulativo de estas respuestas ha elevado la barrera en la mente de los clientes. Cada innovación que aumenta la comodidad también aumenta las expectativas de los clientes en el sector minorista. Con el tiempo, las innovaciones de conveniencia se han convertido en la norma del mercado. Por ejemplo, la cadena de catálogos Argos lideró el camino en el Reino Unido con Click & Collect en 2001, y otros fueron rápidos a seguirlos. Hoy en día, se ha convertido en un servicio principal con el 35% de los compradores en línea en el Reino Unido utilizando Click & Collect.

Los consumidores ahora esperan una experiencia de compras sin interrupción 'en cualquier momento y en cualquier lugar' y si no lo consiguen, irán a otro lugar.

Fundamentalmente, la comodidad implica hacer transacciones de manera más fácil - y cuanto más fácil es, más probable es que los consumidores elijan dicho comercio. Pero, que sea fácil hacer negocios no siempre es una cosa fácil de lograr. Ofrecer el nivel de comodidad, la elección y la experiencia sin fisuras que los consumidores esperan; requiere un cierto replanteamiento fundamental de los modelos operativos tradicionales. En particular, los minoristas deben tener en cuenta:

Proporcionar una experiencia de cliente sin fisuras, lo que a su vez requiere una organización transparente. Los antiguos modelos con silos basados en canales por definición luchan para ofrecer la experiencia omnichannel que los clientes esperan y demandan. Las per-

sonas, los procesos y los sistemas deben estar centrados en el cliente y alineados en torno a ofrecer la mejor experiencia posible para él, independientemente de cómo optan por interactuar con usted.

Realizar una distribución inteligente.

Así, poner su producto en el lugar correcto, en el momento adecuado, requiere que las empresas exploren nuevas estrategias para satisfacer las expectativas cada vez mayores de los clientes. Mientras que "hub and spoke" sigue siendo el modelo de distribución dominante, se están implementando otras estrategias punto a punto que ofrecen más flexibilidad.

Argos, por ejemplo, ha lanzado un servicio de entrega en el mismo día para pedidos en línea, aprovechando su extensa red de tiendas (más de 800 tiendas a través de la U.K.). Establecer nuevas asociaciones de distribución es otra respuesta: por ejemplo, eBay se está asociando con Argos para permitir a compradores y vendedores recoger y dejar las compras de eBay en las tiendas de Argos. Los sistemas que permiten a los minoristas tener una visión única del stock también son clave para ofrecer lo que el cliente quiere, cuándo y dónde lo quieren.

La alianza de TI / Negocios. Con la creciente importancia de los canales en línea y el papel crucial de habilitación de la tecnología, la necesidad de una nueva asociación entre TI y el negocio es primordial. Tanto la función de TI como la empresa en general necesitan estar trabajando en un bloqueo absoluto, con un enfoque singular en el cliente y ofreciendo soluciones que facilitan su vida. Esto tiene que comenzar desde lo más alto - un mayor compromiso con TI en el nivel de altos ejecutivos, junto con una mayor participación y aportación de los Jefes de Tecnología en la estrategia de negocios, es crucial.

Gestión de la complejidad. Los consumidores esperan conveniencia, pero también lo esperan de forma gratuita. Desafortunadamente para los minoristas, no lo es. Junto con las TI de inversión y las redes

de distribución, administrar la complejidad necesaria para ofrecer una experiencia de cliente 'en cualquier momento y en cualquier lugar' también cuesta dinero. La clave es proporcionar al menos la ilusión de elección sin añadir un costo excesivo.

Los módulos de servicio preconfigurados son una respuesta, en la que los componentes individuales del viaje del cliente están optimizados y contenidos, pero los clientes pueden agruparlos en cualquier orden. Este enfoque ofrece a los clientes la flexibilidad para moverse sin problemas a través de diferentes canales, mientras que gestiona el costo y la complejidad.

Experiencia definida. Los clientes han salido de la recesión con más poder, opciones, canales e información que nunca. No es sorprendente que también tengan mayores expectativas que nunca. Los clientes modernos entienden su valor y no tienen miedo de aprovecharlo.

Cada vez más, proporcionar el producto adecuado al precio justo ya no es suficiente. Un servicio excepcional, un entorno de venta al por menor atractivo y memorable (ya sea en la tienda o en línea), y productos exclusivos (como TopShop o colaboraciones de diseñadores de H & M) son algunas de las formas en que los minoristas han tratado de crear experiencias únicas. Pero, eso ya no es suficiente.

Los consumidores modernos buscan marcas y negocios que proporcionan una conexión emocional única y personalizada. Es por eso que los correos electrónicos personalizados elevan las tasas de transacción, seis veces más que los correos electrónicos no personalizados. La misma idea está detrás de la campaña "Lleva tu Coca Cola" o "Get Well Soup" de Heinz que le permite enviar una lata de sopa personalizada a un amigo enfermo, y "Su Nutella", que ofrece a los clientes la posibilidad de personalizar la etiqueta en sus tarros. Es una forma sencilla e incluso ingeniosa de crear una conexión con los clientes; ver su propio nombre en un producto sigue siendo un poderoso desencadenante.

denante emocional. Los clientes de hoy buscan la autenticidad y, mientras que la confianza es más difícil de encontrar, vale la pena.

Los clientes desean experiencias adaptadas, incluso personalizadas. Esto requiere que los minoristas conozcan al cliente a un nivel íntimo -y, lo que es más importante, actuar sobre ese conocimiento. Los clientes están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en la construcción de relaciones con los minoristas, siempre y cuando ofrezca una oferta diferenciada (y más valor percibido) al cliente.

LAS IMPLICACIONES PARA LOS MODELOS OPERATIVOS

Una característica de los negocios centrados en la experiencia es que la propuesta de valor basada en la experiencia se refleja en todo su modelo operativo. En particular, se refleja en:

Cultura centrada en el cliente. Las organizaciones centradas en el cliente tienen líderes que se dedican a deleitar a sus clientes. El interés es genuino e implacable, entrelazado en el ADN de la organización. El enfoque en el cliente comienza en la parte superior, con los líderes como modelos y el personal que están facultados para hacer lo que es correcto para el cliente.

La voz del cliente es escuchada y supervisada, con las puntuaciones de Promotor neto y otras medidas de los clientes estrechamente integradas en la toma de decisiones en todos los niveles.

A menudo hay una estructura organizativa en el lugar que apoya las opiniones del cliente, tales como un rol de Jefe de Servicio al Cliente, equipos de Experiencia del Cliente o Junta de Clientes. Por ejemplo, House of Fraser tiene un Jefe de Servicio al Cliente y un nuevo equipo de comprensión del cliente estructurado en torno al viaje del cliente: "conciencia y considera-



ción", "conversión y lealtad" y "defensa". Esta vista personalizada es habilitada por una sola vista de 360 grados del cliente, sus actividades y preferencias.

Un enfoque en la información basada en datos y datos. Para impulsar la personalización y crear relaciones, la capacidad de análisis profundo debe estar integrada en el negocio. Los datos se recogen desde múltiples plataformas (incluyendo datos transaccionales y sociales) y se usan para generar ideas que ayudan al negocio a mejorar continuamente su comprensión del comportamiento del cliente, por ejemplo, composición de la cesta, ciclos de demanda, etc.

Estos conocimientos se utilizan para formar ofertas de marketing y comprender los ciclos de demanda. A menudo, el desafío no es obtener datos, sino usarlos bien. Las habilidades son escasas y las arquitecturas y herramientas de datos adecuadas para permitir un análisis eficaz

pueden ser difíciles de implementar. El desarrollo de un hábito de toma de decisiones basado en datos también puede ser un reto en una organización utilizada para una forma más intuitiva de operar.

Organizaciones sin fronteras. En el negocio basado en la experiencia, se define activamente la trayectoria del cliente de extremo a extremo, y se adoptan diferentes funciones y socios, incluidos clientes, proveedores y otros terceros.

Por ejemplo, la alianza estratégica entre las compañías de bebidas Starbucks y PepsiCo para distribuir los productos Starbucks Ready to Drink en América Latina combinó el liderazgo de Starbucks con la red de distribución establecida de Pepsi en la región. **LGI**

Crecer en armonía con el medio ambiente es la clave de la sustentabilidad empresarial. En esta lógica, las operaciones logísticas tienen mucho que decir, ya que los procesos que la componen interactúan con la sociedad y el ambiente, por lo tanto la sustentabilidad de éstos es fundamental. En esta línea, la operación portuaria no está exenta y hoy los ojos de los expertos están puestos en desarrollar una política de Puertos Sustentables.

SUSTENTABILIDAD

MÁS ALLÁ DE UNA TENDENCIA, UNA REALIDAD

Ya no es un misterio ni una tendencia, sino una realidad. La sustentabilidad se ha posicionado en el mundo como una estrategia concreta con beneficios cuantificables y también en la imagen empresarial de las compañías.

Cabe recordar que la sustentabilidad asomó, en primera instancia, como una intención que muchos relacionaban con ecología, lo que no es certero, ya que la sustentabilidad tiene diversas aristas que la componen: medio ambiente, sociedad y rentabilidad, entre otras.

Podemos recordar que en el mundo empresarial, Sustentable significa, hoy en día, literalmente que se pueda sostener. Por lo tanto, sólo aquellos negocios que puedan respetar el entorno, generar beneficios a la sociedad y con ello obtener un retorno de su inversión, podrán lograr esa meta... sólo ellos podrán llamarse sustentables.

Un sector más implacable asegura que las empresas que no adopten una estrategia amigable con el ambiente están destinadas al fracaso. Esta premisa cobró fuerzas en los últimos años donde muchos mercados valoraron a las compañías que asumían esta tendencia, lo que se fue transformando en un sello comercial que arrojó beneficios transaccionales para muchos, asumiendo esta práctica como un requisito para ingresar determinados mercados.

Sin embargo, la clave de todo está en que las empresas deben ser eficientes económicamente y, al mismo tiempo, ambientalmente responsables. El Instituto Internacional para el Desarrollo Sustentable fue más allá en la definición y sentenció que el desarrollo sustentable para una empresa significa: "adoptar estrategias de negocio que cumplan con las necesidades de la organización y sus accionistas, al tiempo que protegen, mantienen y mejoran los recursos naturales y humanos que se necesitarán en el futuro".

Por su parte, la Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo (UNTAC) propuso una definición de negocio sustentable como: "aquel que deja el ambiente, al final de cada periodo contable, igual o mejor que al principio del mismo".

Que importantes son estas definiciones al momento de diseñar una política de sustentabilidad

al interior de las empresas. Considerar las distintas variables y modos de aplicar, lo que para algunos lamentablemente sigue siendo solo teoría, es fundamental para el éxito y reconocimiento de una empresa o sector industrial de cara a la sociedad, quienes han entendido que la sustentabilidad empresarial se traduce en un reto a la innovación, a la creatividad y a la experimentación de nuevas formas de producir y hacer negocios.

Es así como poco a poco, lo sustentable fue cobrando fuerza, gracias a que sus alcances se han ido estableciendo, ampliándose así sus factores a diversos sectores del quehacer, donde la Logística no ha estado exenta.

PUERTOS SUSTENTABLES

Como parte de la Logística, la operación marítima y portuaria se ha convertido –gracias a la economía y al aumento del intercambio comercial– en un actor clave. Por su parte, las ca-



Relájate!

Cloudtrack WMS

Nuevo sistema para **gestión y control de bodegas**

www.cloudtrack.cl



CloudTrack®

mario.oviedo@cloudtrack.cl

racterísticas económicas y geográficas chilenas hacen que los Puertos, tanto públicos como privados, sean fundamentales para el crecimiento económico del país, por lo cual las distintas entidades han trabajado constantemente en diseñar proyectos cuyos objetivos es transformar a estos lugares de operaciones en Puertos Verdes. Entre los objetivos se encuentran: minimizar el impacto ambiental directamente atribuible a las operaciones portuarias; prevenir la contaminación y mejorar la salud (sociedad y ambiente); modernización tecnológica; asegurarse que las cuestiones ambientales, sociales y económicas sean un punto importante a considerar en el momento de toma de decisiones de planeación, desarrollo y operación; ahorro energético; manejo de residuos, entre otros.

Asumir el compromiso con estas acciones es sólo el puntapié inicial para que las empresas comiencen en el largo y constante camino hacia la sustentabilidad. Frente a este escenario, es importante conocer qué se hace, hoy en día, en Chile en esta materia. ¿Cómo están los puertos chilenos en materia de sustentabilidad? ¿Existe la consciencia, a nivel país, sobre este factor?

Para conocer las experiencias nacionales, importantes actores del sector comentaron sus políticas de sustentabilidad y realizaron un análisis a nivel de industria. Es así como ejecutivos, Puerto de Iquique, Portuaria TSV y Puerto San Vicente entregan su visión.

El gerente general de Puerto Iquique, Manuel Cañas Estévez, definió 'puerto sustentable'

como "aquel que es capaz de generar valor y distribuirlo equilibradamente, no sólo entre sus clientes y accionistas, sino que muy especialmente entre sus trabajadores y las comunidades vecinas".

Una opinión similar planteó el gerente general de San Vicente Terminal Internacional (SVTI), Eduardo González, para quien la sustentabilidad en esta industria permite "generar valor y logra distribuirlo equilibradamente, entre sus clientes, accionistas, trabajadores y comunidades vecinas".

Asimismo, Rodrigo Monsalve, Gerente General de Portuaria TSV, sostuvo que "trabajar de manera sostenible es trabajar con una mirada de largo plazo. Entre los beneficios de adoptar esta mirada están el lograr una mayor estabilidad económica y mejoras continuas, cumpliendo las regulaciones ambientales y sociales".

MÁS QUE UN TEMA AMBIENTAL

Como hemos planteado, la sustentabilidad ya no es un elemento relacionado sólo a lo ambiental, sino que se ha transformado en un factor que cruza la operación completa y también el actuar de las compañías con su entorno y con sus colaboradores.

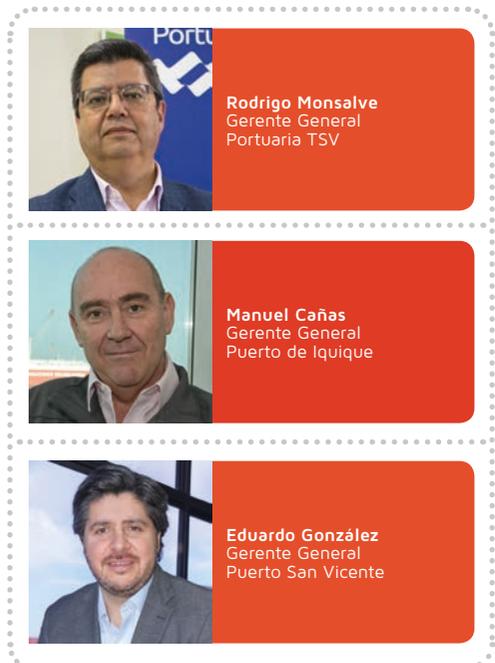
Para el gerente general de Puerto San Vicente la sustentabilidad es un concepto que "debe ir en el ADN de la industria", puesto que "a su juicio- genera un círculo virtuoso de beneficios, ya que "en la medida que la operación del puerto se desarrolla bajo estándares de sustentabilidad, la comunidad, la ciudad donde se encuentra y los clientes son los beneficiados".

En esta línea, Manuel Cañas Estévez, reconoció que la operación de su recinto portuario, desde 2000, ha estado ligada con la sustentabilidad, lo cual "no sólo se ha traducido en materias medioambientales, sino también en estrategias de negocios, relacionamiento con la comunidad, el aporte que como empresa realizamos al desarrollo regional y local".

También Talcahuano ha incorporado prácticas sustentables, las que han sido aplicadas desde "nuestra estrategia de negocios, así como en la relación ciudad-puerto y en los vínculos laborales. Muestra de ello es la certificación de la Norma ISO 14.000 desde 2003 y la medición de la huella de

carbono que realizamos desde 2015".

El compromiso con la Sustentabilidad también está presente en Portuaria TVS, compañía comprometida con el desarrollo sostenible, tanto es así que "este año presentaremos nuestro primer reporte de sustentabilidad, donde se incluirán temas como la relación con la comunidad, las acciones medioambientales, la coordinación de los eslabones de la cadena logística, entre otros temas. La sustentabilidad la definimos como un valor presente en nuestra estrategia que permea todo nuestro accionar en tres dimensiones: Económica, Social y Medio Ambiental".



Rodrigo Monsalve
Gerente General
Portuaria TSV

Manuel Cañas
Gerente General
Puerto de Iquique

Eduardo González
Gerente General
Puerto San Vicente

En estos ejemplos, podemos ver que la sustentabilidad es, hoy por hoy, un concepto integrado a las empresas y a sus estrategias. Rodrigo Monsalve profundizó sobre esta realidad nacional y aseguró que el escenario que se aprecia es "alentador", puesto que "la mayor parte de los siste-

mas portuarios han comprendido con el tema. Eso es una muy buena noticia, porque el desarrollo sustentable de un puerto, es una ventaja competitiva cada vez más valorada por el mercado y permite su proyección, ofreciendo además credibilidad para clientes, sean éstos operadores logísticos, exportadores, importadores o la propia comunidad".

EN LA PRÁCTICA

La importancia de una política de sustentabilidad está en la práctica y en cómo se integra a la operación del día a día. En esta línea, el gerente general de Puerto Iquique contó que como medidas "implementamos una fuerte política de seguridad en búsqueda de la accidentabilidad cero, intensos planes de capacitación para trabajadores involucrando a sus grupos familiares, a lo que se suma la puesta en marcha de más infraestructura y servicios que beneficiarán a toda la cadena logística del terminal, como, una plaza de negocios con una ventanilla única para trámites que permite acortar los tiempos y donde se incorporaron a los servicios públicos".

Según Eduardo González, actualmente, se desarrollan acciones importantes en este tema, como las contempladas en el APL, con plazos determinados para su ejecución. Entre ellas, se encontraría la elaboración de un programa de vigilancia de calidad del medio marino y planes de emergencia anti-derrames, implementación de buenas prácticas de dragado, mejor gestión de los residuos sólidos, minimizar contaminación generada por material particulado y gases de combustión desde y

hacia el terminal portuario, reducir el consumo de energía y la tasa de accidentes laborales, promover acciones de RSE y capacitaciones a los trabajadores.

También en el tema medioambiental y con el objetivo de involucrar a la comunidad, Talcahuano tiene una alianza con la Escuela México, a través de la que "buscamos crear conciencia en los alumnos del establecimiento. El acuerdo incluye la entrega de implementos de construcción y jardín (semillas, tierra de hoja, fertilizantes, herramientas, entre otros), para instalar un invernadero para que los alumnos vivan de cerca el auto cultivo en horticultura. Además, se realizarán talleres de temáticas medioambientales".

Con todo, queda claro que la sustentabilidad debe ser mirada desde tres aspectos: social, económico y medioambiental. En ese contexto, Cañas aseguró que tanto su terminal como el resto de los puertos del país, cumplen un rol gravitante como plataforma de crecimiento regional, dado que impactarían directamente en la generación de empleo y oportunidades de negocios para el resto de la cadena productiva, entre ellos, transportistas, empresas prestadoras de servicios, hotelería y más.

Asimismo, el ejecutivo de Talcahuano se refirió al estado actual de la sustentabilidad en los puertos chileno y aseguró que ha habido avances en este tema, y uno de ellos es la firma del Acuerdo de Producción Limpia (APL) que "implica la realización de un trabajo que permite avanzar juntos por un desarrollo más sustentable, en un espacio que también contribuye al intercambio de buenas prácticas y experiencias para alentar una mejora continua".

Como vemos la industria portuaria está haciendo cosas y lo importante es que el resto de los integrantes de esta cadena también repliquen esas prácticas, lo que sin lugar a dudas, requiere replantearse temas e ir unido también a inversiones y a incorporación tecnológica.

REALIDAD MUNDIAL

Más 400 años haciendo historia lleva Holanda en el mundo marítimo. En 1616, le navío Eendracht (Concordia), comandado por el capitán de alta mar Williem Schouten avistó una remota y pequeña península en el extremo meridional del continen-

te americano, la cual desde ese momento fue conocida como Kaap Hoorn o Cabo de Hornos, en honor a la localidad holandesa. Además de implicar un hito cartográfico, el viaje de estos intrépidos marinos holandeses abrió una ruta de navegación desde el océano Atlántico al Pacífico que desafiaba el monopolio de la Compañía Neerlandesa de las Indias Orientales. Se inaugura así una nueva ruta comercial entre el continente europeo, América y el Lejano Oriente.

Hoy como ayer, las empresas holandesas siguen estableciendo estándares de clase mundial en el sector de infraestructura y logística portuaria. La historia avala el que Holanda haya sido designada como el país con mejor infraestructura portuaria del mundo, según el informe de Competitividad Global 2015-2016, elaborado por el Foro Económico Mundial.

Entre las cifras que reflejan el posicionamiento holandés y, en especial, las del puerto de Rotterdam están: Considerado el Primer Puerto de Europa con más de 466 millones de toneladas de carga procesada el 2015 y más de 12 mil hectáreas área del Puerto y más de 30 mil buques de navegación marítima visitan Rotterdam cada año.

Este terminal es considerado el Primer Complejo industrial Petroquímico de Europa. Asimismo, mueve más de 4 millones de toneladas de frutas y vegetales importados cada año y más de 7 millones de contenedores (2015) en los 27 terminales. **LGT**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
Escanee el QR desde
tu Smartphone o Tablet.

Quizás es por las cálidas temperaturas o porque en este periodo la mayoría de los chilenos inicia sus vacaciones, lo cierto es que la temporada estival suele concentrar la mayor cantidad de celebraciones a nivel anual, con prolíferas fiestas veraniegas, festivales, conciertos y, por supuesto, el día de San Valentín, la celebración más esperada por los románticos de siempre.

FLORES

“QUIERE FLORES SEÑORITA, QUIERE FLORES EL SEÑOR...” ¿QUIÉN DA LA TONADA EN EL MERCADO MUNDIAL DE FLORES?

Por supuesto, las 'estrellas' a nivel comercial del denominado 'Día del Amor' son: Las Flores, que tanto en Chile como en el resto del mundo elevan sus cifras de venta, importación y exportación.

Considerados como uno de los productos con mayor desempeño mundial durante el mes de febrero, los mercados latinoamericanos de Colombia y Ecuador, cobran protagonismo en lo que a flores se refiere.

De hecho, según el último reporte de Mapa Mundial de la Floricultura 2016, elaborado por Rabobank, en colaboración con Royal FloraHolland, los países latinoamericanos –pertenecientes al denominado grupo de los '4 del Ecuador, que también incluye a Kenia y Etiopía- hoy concentran el 44% del mercado global de flores, superando por primera vez a bloque Holandés (Países Bajos) (43% de participación).

A este respecto, según el reporte de Rabobank, la participación holandesa en las exportaciones globales de flores de corte manifiesta una consecutiva baja (desde la primera edición de la muestra "World Flower Map" de 2005). Lo opuesto ocurre con el 'Bloque de los 4 del Ecuador' que en 2005 tenían una participación del 25%. (Figura 1)

En torno al producto, las rosas son la principal flor de corte comercializada por estos cuatro países, esquema en el cual Colombia destaca puesto que cuenta con una gama de productos diversificada, siendo también el mayor exportador de crisantemo y el segundo mayor exportador mundial de claveles en el mundo.

Pero no sólo en torno al producto, Colombia cobra relevancia, también lo hace en tanto hoy es líder a nivel mundial en el uso del flete marítimo de flores de corte. Justamente, parte de las razones de su aumento en la cuota de participación en el mercado mundial de Crisantemos se relaciona con el uso de contenedores para la exportación.

QUIERE FLORES SEÑORITA...

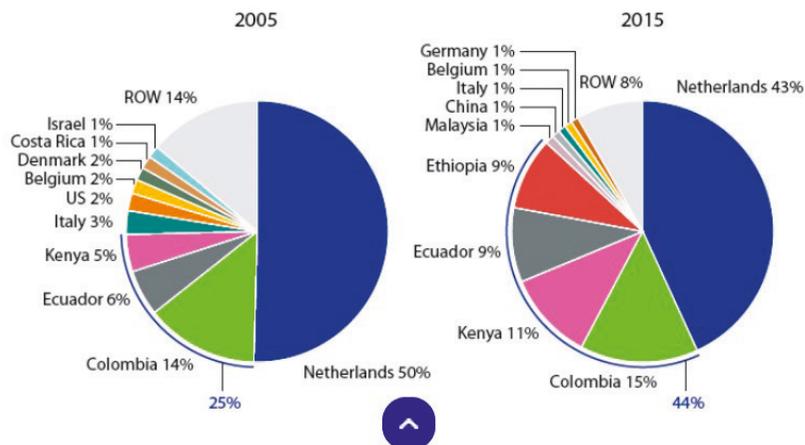
¿Cuáles son los mercados más potentes en el mercado de las flores? según el prestigioso reporte, el mayor mercado de importación de flores cortadas del mundo es Estados Unidos, donde las ventas de flores han aumentado durante cuatro años consecutivos.

En esta dinámica, países como Ecuador se han beneficiado más del aumento de las importaciones de flores de corte de los Estados Unidos. Sin embargo, México y Canadá también han crecido en su participación del mercado estadounidense. No obstante, las importaciones procedentes de Colombia, con mucho el mayor proveedor de los Estados Unidos, no han seguido el ritmo de las importaciones totales.

Ahora bien, uno de los principales cambios observados en este mercado es la baja en la demanda de Rusia por las flores importadas. Hasta 2013 la participación de Rusia en las importaciones globales de flores era fuerte, pero desde la crisis económica y política en esta nación, las importaciones han disminuido.

Otro aspecto relevante del mercado Ruso es el cambio que ha experimentado el origen de sus importaciones, cambiando a sus históricos proveedores holande-

Figura 1: Países Exportadores de Flores de Corte a Nivel Global



Sources: UN-Comtrade, Royal FloraHolland, Rabobank, 2016

ses por los ecuatorianos, kenianos e italianos, que han aumentado su cuota de mercado de las flores de corte en Rusia, a expensas de los Países Bajos.

Alejados de los índices de importación de los mercados norteamericano y ruso, en Chile, el negocio de las flores es más modesto. Así, en 2016, las exportaciones fueron del orden de US\$ 4,2 millones, mientras que las importaciones llegaron a US\$ 19,4 millones, según datos de Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa). Según la misma entidad, el 98% de las importaciones que llegaron a Chile durante 2016 fueron rosas provenientes de Colombia y Ecuador, con un plazo de arribo que fluctúa entre los 18 y 20 días por barco.

FLORICULTURA "ONLINE"

De regreso al mercado global, el World Flower Map 2016 estima que el valor global de la producción floral alcanzaría los 55 mil millones de dólares; mientras que la producción de árboles, arbustos y otras plantas equivaldría a los US\$35 mil millones.

Tradicionalmente las plantas en maceta y los productos de vivero se compran a través de una amplia variedad de canales

minoristas que las flores cortadas. Sin embargo, hay una tendencia importante que afecta a ambas categorías: el aumento de las ventas en línea, la cual varía del 4 por ciento en Rusia al 10 por ciento en países como el Reino Unido.

Las ventas de plantas de interior en maceta en línea, ya representan 7 por ciento en Alemania, 8 por ciento en Rusia, Francia y los Países Bajos y 12 por ciento en el Reino Unido (el precursor de venta en línea al por menor).

SAN VALENTÍN EN LA VOZ DE LOS OPERADORES

Ahora bien, en lo que respecta a la último gran movimiento comercial de flores a nivel global, (el más importante sigue siendo el día de las madres en el mes de Mayo), importantes operadores han liberado las cifras correspondientes a 2017. Números que siguen posicionando a Colombia y Holanda como los líderes indiscutidos del mercado.

En esta línea, la multinacional UPS sostuvo que durante la operación San Valentín 2017, movilizaron –en las semanas previas al 14 de febrero- casi 90 millones de flores, "cantidad suficiente para llenar 64 aviones Boeing 767". En esta dinámica



Comaco convoca a toda la comunidad del rubro logístico a participar en el **Primer Green Day de Chile**.

Contamos con tu participación en éste, el primer evento medioambiental del sector en el país.

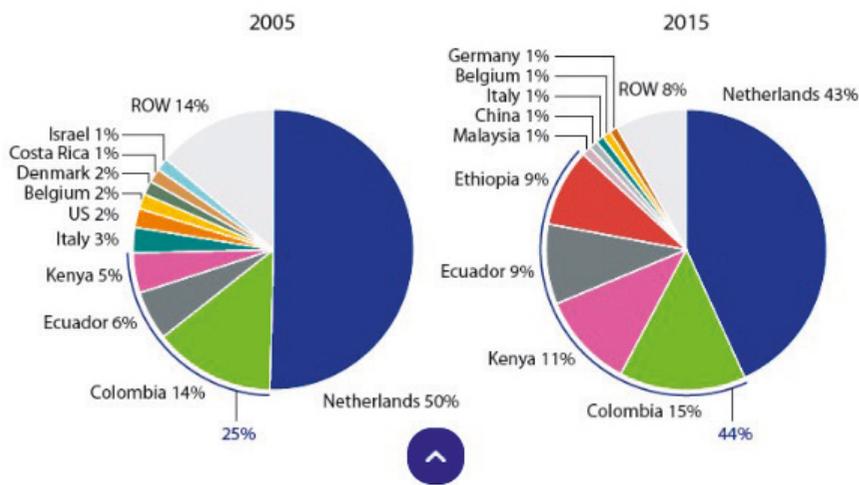
Envía las mejores prácticas medioambientales de tu empresa. Revisa las bases en www.comaco.cl y participa por el **Premio Green Leaf** en un evento que será ampliamente difundido.

Agenda ya este **26 de abril**, y reserva tu cupo en asistente@comaco.cl ó en **(+56 2) 2 222 31 92**.



Avda. Boulevard
Aeropuerto Norte 9631
Pudahuel-ENEA

Figure 5: World's largest cut flower export countries, 2005 vs. 2015



Sources: UN-Comtrade, Royal FloraHolland, Rabobank, 2016

ca el principal mercado de destino para UPS fue Estados Unidos, mientras que la mayoría de las flores tropicales y rosas movilizadas tuvieron origen en Colombia y Ecuador. y más del 90 por ciento de las flores importadas viajan a través del Aeropuerto Internacional de Miami (MIA, por sus siglas en inglés), en donde UPS es la empresa más grande de carga aérea.

Respecto a la operación SV2017, Domingo Méndez, Gerente de Mercadeo de Carga Área de UPS para la Región de las Américas sostuvo que "en UPS, entendemos que transportar flores frescas es una operación que tiene que hacerse dentro de un periodo corto. Por ello, agregamos 34 vuelos con temperatura controlada, para transportar las 236,000 cajas de flores que viajaron a través de nuestra red durante las dos semanas previas al Día de San Valentín". Según lo descrito por el Méndez, "las flores se mantienen frescas en un almacén refrigerado del tamaño de cinco canchas de básquetbol,

ubicado en las instalaciones de UPS® Air Cargo en Miami, en donde son inspeccionadas y clasificadas antes de llegar a su destino final".

Por su parte, la regional Latam Cargo, movilizó para el mismo periodo comercial más 9.000 toneladas de flores, utilizando para ello 140 aviones cargueros que operaron durante las tres semanas que dura la temporada. Bajo estas cifras, LATAM Cargo transportó cerca del 21% del volumen total de flores producido en nuestra región para esta festividad.

Según lo dicho por la compañía, el 80% de las flores de este periodo se transportó a Estados Unidos, mientras que el 20% restante se fue a Europa y otros destinos.

Para Felipe Caballero, Gerente Comercial de Sudamérica Norte y Centro América de LATAM Cargo, "la temporada cerró con éxito. Cumplimos con la oferta de vuelos necesaria para atender la demanda de todos nuestros clientes, así como con los recursos necesarios en nuestras bodegas en origen y destino, temas que son fundamentales para el desarrollo de esta exigente temporada",

Así, según el ejecutivo, entre el 16 de enero y el 7 de febrero despegaron más de 140 aviones cargueros desde Ecuador y Colombia, triplicando el promedio de envíos regulares semanales. Sólo en la ruta Bogotá – Miami, en la que normalmente se

transportan 360 toneladas por semana, durante San Valentín esta cifra llegó a las 900 toneladas. Algo similar ocurrió en la ruta Quito – Miami, las 450 toneladas semanales aumentaron a 1.500. De esta manera, LATAM Cargo transportó más de 4.200 toneladas de flores provenientes de Colombia y más de 4.700 de Ecuador.

Por cierto, Estados Unidos fue el principal destino de las flores transportadas por LATAM Cargo. Así, en la temporada 2017, el aeropuerto Internacional de Miami recibió cerca de 7.500 toneladas de la aerolínea, lo que representa más de un 80% de todo lo volado. Un 90% del total de las flores que ingresan al país se queda en el estado de Florida, mientras que el 10% restante se transporta principalmente a Los Ángeles.

Sólo para imaginar el nivel de impacto que esta temporada tiene a nivel anual, cabe destacar que en una semana normal, el Aeropuerto Internacional de Miami recibe alrededor de 5.000 toneladas de flores provenientes de Ecuador y Colombia, mientras que durante las semanas contempladas en la temporada de San Valentín, este tráfico semanal prácticamente se triplica, superando las 14.000 toneladas.

No obstante, el mercado de las flores permanece activo durante todo el año, y pronto se aproxima el que -en muchos mercados, sobre todo el latinoamericano- representa el peak de ventas de este hermoso producto, el día de las madres. **LGT**



PARQUE EMPRESARIAL UN PROYECTO VALLE GRANDE



TERRENOS URBANIZADOS PARA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, LOGÍSTICA Y BODEGAJE.

TERRENOS INDUSTRIALES

Urbanizados, para centros de distribución, logística y bodegaje.

EXCELENTE CONECTIVIDAD

Terrenos conectados a las principales autopistas urbanas.

VALLE GRANDE, CIUDAD PLANIFICADA

Megaproyecto urbano, ubicado en el sector norte de la ciudad de Santiago.

APOYO DEL EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO VALLE GRANDE

Nuestro equipo apoya y orienta respecto del mercado en el sector, y busca adecuar las expectativas y necesidades del cliente con las de Valle Grande.

DÓNDE ESTAMOS



Administración y Venta de Macrolotes: Av. General San Martín N°850, esquina Av. La Montaña, Valle Grande, Lampa
Fono: +56 2 28621000 - email: contacto@ivallegrande.cl

www.vallegrande.cl • www.parqueempresarial.cl



El transporte de carga por carretera es uno de los eslabones más importantes de la cadena logística a nivel nacional, llena de desafíos y sujeta a los más complejos panoramas. Por ello, no es de extrañar que los diferentes actores de esta actividad aunaran diversos criterios para que ésta logre alcanzar su mayor potencial productivo y logístico. A continuación presentamos algunas de las buenas prácticas que diferentes actores del sector han establecido como prioritarias..

CARGA TERRESTRE

TRANSPORTE DE CARGA TERRESTRE, LAS BUENAS PRÁCTICAS QUE REQUIERE INTEGRAR LA ACTIVIDAD PARA ALCANZAR UN JUSTO Y EFICIENTE DESEMPEÑO

En enero pasado, el Comité de Logística de la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) presentó el "Código de Buenas Prácticas para el Transporte de Carga por Carretera", documento elaborado en base a un trabajo conjunto entre la federación gremial y representantes del sector camionero, generadores de carga, empresas de retail y otros participantes de las cadenas logísticas.

En la oportunidad, el Ministro de Economía, Luis Felipe Céspedes expresó que con esta nueva reglamentación se busca facilitar las relaciones entre los participantes de las cadenas logísticas, con el fin de mejorar la eficiencia de las operaciones de transporte, destacando que "este código avanza en entregar elementos muy importantes en cuanto a transparencia y eficiencia", principios que van a regular las relaciones comerciales y operativas en el mercado del transporte. Tal es la relevancia otorgada al



acuerdo que, de hecho, Lisette Isa, coordinadora de la Unidad de Transporte de Cargas por Camión, explicitó en un consejo asesor del Ministerio de Transporte que las iniciativas propuestas en el Código de Buenas Prácticas serán parte de la agenda 2017 del Programa de Desarrollo Logístico impulsado por dicha cartera.

En tanto, entre los principios acordados en el documento destacan la eficiencia e integración de los legítimos intereses de todos los participantes; la sustentabilidad o responsabilidad social y

medioambiental; la promoción de la formalización y el cumplimiento de la normativa vigente por parte de todos los operadores de transporte, y un principio de medición y levantamiento de información, por nombrar algunos de los más destacados.

En términos prácticos, se incluye el seguimiento y trazabilidad de los servicios; la disminución de

los tiempos de espera; proveer infraestructura e instalaciones adecuadas para los conductores, entre otros.

LOS PROPÓSITOS DE UN ACUERDO ESPERADO

Avanzar en la eficiencia y sustentabilidad de la relaciones operativas en el sector de transporte, es sin duda uno de los principales criterios que se tuvieron en cuenta a la hora de consolidar el documento promovido por Sofofa, cuyo propósito específico es "promover buenas prácticas por parte de los agentes que intervienen en la contratación y operación de los servicios de Transporte de Carga por Carretera (TCC), conforme a los estándares que hoy son recomendados en la materia en los mercados más desarrollados del mundo", cita el documento.

En esta línea, el compendio ape- la a que las buenas prácticas establecidas "contribuyan a fortalecer la libre competencia y el funcionamiento eficiente de este mercado".

DE LAS BUENAS PRÁCTICAS...

A partir de lo establecido por el Código descrito, cabe destacar algunas de las buenas prácticas establecidas por la entidad. En este contexto, en primera instancia se establece; la Formalización y Contrato de todos los Servicios de TCC, indicando que "todo servicio de esta categoría debe ser ejecutado en virtud de un Contrato de Servicio de Transporte de Carga. Dicho contrato debe incorporar con claridad todos los requisitos del

servicio, sus respectivas tarifas y establecer las compensaciones asociadas a las situaciones de incumplimiento de las partes como: no presentación del camión, cambio de lugar de carga, suspensión de servicios en lugar de carguío, retrasos en la presentación/entrega del transportista, etc.", establece el documento.⁴

En segunda instancia, el nuevo código establece que se debe tener conocimiento y dar cumplimiento a la normativa vigente asociada al TCC. "Promover el cumplimiento y fiscalización de la normativa vigente por parte de todos los operadores de transporte, en materia laboral, de tránsito, tributaria, ambiental, normas técnicas y profesionalización de conductores", es la lógica. Sobre este punto, el documento establece que "los operadores logísticos, generadores de carga, puntos de entrega, nodos de transferencia y actores de servicios complementarios adheridos al presente Código se comprometen a establecer mecanismos que validen el cumplimiento de la normativa vigente por parte de los operadores de transporte".

Como tercer punto relevante, los adherentes al código, deberán procurar dar seguimiento y trazabilidad de los servicios. Así, según el documento "los operadores de transporte deben utilizar GPS u otro dispositivo electrónico que permita contar con mayor información respecto de la operación real de equipos y carga. Lo anterior permite hacer seguimiento a las operaciones, mejorar su conocimiento y desempeño y ayuda a mejorar los niveles de seguridad". Esta buena práctica debiese ser un estándar mínimo al momento de contratar servicios de transporte, establece el documento.

El cuarto punto relevante destaca el "establecimiento de mecanismos de comunicación e intercambio de información entre las partes", punto que apunta al desarrollo e implementación de canales formales de comunicación e intercambio de información sustentados en Tecnologías de las Informaciones y las Comunicaciones (TIC's) entre los participantes de un contrato. A través de esta práctica, "se busca fomentar la integración tecnológica para mejorar la coordinación y operación de los servicios de TCC.

Al manejar mayor información operativa y compartirla con los demás actores de la cadena, mejoran los servicios y disminuye la incertidumbre, lo cual aporta a la eficiencia de la cadena en sí. Además,

resulta importante para aumentar los niveles de seguridad de la operación", cita el documento.

Otro aspecto crucial en torno al TCC y la implementación tecnológica –contenido en el código promovido por Sofofa– hace referencia al "mapeo y control de puntos críticos de operaciones de transporte", práctica que implica "elaborar por cada empresa generadora de carga, operador logístico, nodo de transferencia, punto de entrega y operadores de transporte un mapeo comunal de puntos y zonas críticas que involucren riesgos a la operación (accidentalidad, robos, actos delictuales u otros) y/o impactos relevantes a las comunidades (congestión, uso invasivo de infraestructura urbana, ruido u otros)", establece el documento.

Adicionalmente, este punto establece la necesidad de establecer mecanismos de control (tecnológicos o en ruta), especialmente en los puntos críticos identificados y gestionar incumplimientos que puedan afectar a terceros.

Otro punto relevante, sobre todo en materia logística tiene relación con la necesidad de disminuir los tiempos de espera. Sobre este aspecto, el documento establece que "los excesos de tiempos de espera en la carga y descarga son señales de ineficiencia y descoordinación en las cadenas logísticas, con enormes costo sobre la productividad y calidad de las operaciones de transporte".

Con ello en mente, los operadores logísticos, generadores de carga, nodos de transferencia y puntos de entrega deben com-

prometirse a optimizar los tiempos de servicio y contar con indicadores de gestión de tiempos de espera en la carga/descarga.

"Adicionalmente los excesos de tiempos de espera (aquellos que exceden los tiempos de espera máximo convenidos) deben contar con una tarifa de referencia acordada en la contratación de los servicios", cita el informe. Siempre en torno al desempeño logístico, otra buena práctica establecida se refiere a la "planificación de procesos de carga y descarga", ya sea en los centros de distribución, terminales portuarios, almacenes extra portuarios, operadores logísticos, etc., con el fin de mejorar la eficiencia de estos procesos.

Bajo este concepto, el código establece que "se debe contar con indicadores de servicio y productividad en el cumplimiento de esta planificación e instancias de revisión del funcionamiento de dichos procesos de planificación, tanto para operadores de transporte como para generadores de carga, operadores logísticos, nodos de transferencia y puntos de entrega".

UN TRATO PROFESIONAL

Con el objetivo de profesionalizar aún más la actividad de transporte de carga por carretera, el documento promovido por Sofofa establece buenas prácticas de cara al transportista. Entre estas destacan: la creación de un registro de transportistas que viene a colaborar con la formalización del sector y otorga transparencia a esta industria. "Adicionalmente, el contratar empresas pertenecientes a este registro de transportistas

colabora a generar información relevante de esta actividad y aporta a la seguridad de la cadena", establece el documento, agregando que también "se considera como una buena práctica el fomentar un sistema de 'enrolamiento' de empresas transportistas y conductores en todo el sistema portuario nacional".

Así mismo, la práctica de proveer infraestructura e instalaciones mínimas para conductores de transporte de carga, tales como: baños, zonas de servicios u otros, para la espera y descanso de los conductores en los puntos de carga/descarga, se evidencia como otro factor relevante para que los conductores ejecuten sus funciones con mayor eficiencia y seguridad.

LA VISIÓN DE LOS TRANSPORTISTAS

Atendiendo a la importancia de contar con directrices claras para su eficiente y justo desempeño, el sector transportista también ha hecho lo propio en relación a establecer las mejores prácticas para su actividad. En este punto, Diego Ramírez, Coordinador de Comunicaciones de la Confederación Nacional de Dueños de Camiones (CNDC), también presentó el denominado 'Protocolo de Buenas Prácticas para el Transporte de Carga Terrestre', elaborado por la entidad, en conjunto con otros actores del sector, entre los que se cuenta también la Sofofa.

Según Ramírez, "la actividad de transporte de carga terrestre requiere un marco de acción que respete y proteja a todas las partes involucradas en el contrato, sobre todos a los pequeños y medianos empresarios del transporte que representamos".

En este punto, el vocero sostuvo que "en la realidad la relación entre transportista y generador de carga no siempre es equitativa y proporcional, ya que existen imposiciones de los términos en que fijan su marco de acción los grandes generadores, en desmedro de los pequeños camioneros".

Con ello en mente, la entidad estableció como puntos críticos, al igual que el código elaborado por Sofofa, la generación de contratos por servicios de transporte, aduciendo que "una cantidad importante de los fletes son hechos sin contrato, lo que genera informalidad y precariza a los camioneros". Esta circunstancia, según lo descrito por la enti-

dad, aparece frecuentemente cuando participa un intermediario que no tiene camiones pero gestiona la carga.

Otro punto que destaca en el documento de la CNDC es el referido a la Responsabilidad Social Empresarial que establece como una buena práctica el que las grandes empresas generadoras de carga en Regiones consideren a las empresas transportistas locales en sus licitaciones. Según la entidad, "si bien existe la libertad de mercado, el no considerar a las empresas locales se traduce en un deterioro global de la economía de la comunidad".

Entre los muchos puntos a destacar del decálogo desarrollado por CNDC, está el respeto al peso máximo de la carga. En este punto, la entidad sostiene que "muchas veces los transportistas exceden los pesos máximos y se exponen al pago de multas e infracciones". Según describió Ramírez, estas situaciones se dan por la inexistencia de sistemas de pesajes en los puntos de origen de la carga como puertos, bodegas o puntos de transferencias.

Finalmente, un tema no menor se refiere al pago oportuno de los servicios entregados por los transportistas. En este punto, el vocero de la CNDC sostuvo que es imprescindible que "los plazos excesivos de 30 a 60 días para el pago de un servicio es una situación que debe ser revisada, de modo que el pago oportuno por los servicios de transporte de carga sea una realidad".

LGT



**CENTRAL
BODEGAS**

Soluciones a la medida de cada empresa.

ESPACIOS PARA BODEGAJE



3° ETAPA EN CONSTRUCCIÓN



ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES



11 AÑOS DE EXPERIENCIA · 120.000 M2 EN ARRIENDO

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

La incertidumbre ha asomado como el factor común en los países latinoamericanos desde el pasado 20 de enero, fecha en que el nuevo presidente estadounidense llegó a Washington. El discurso de "cambio" anunciado por Trump ha motivado miles de análisis sobre los reales alcances que tenga en las economías de América, estrechamente relacionada bajo el paradigma del "libre comercio".

TRUMP, ECONOMÍA LATINOAMERICANA EN ESTADO DE ALERTA



Con su mensaje de "Cambio Real", Donald John Trump convenció a los estadounidenses y alcanzó la máxima magistratura de Estados Unidos. Desde el 20 de enero, el reconocido empresario y personalidad televisiva de 70 años, llegó a la Casa Blanca captando la atención de todo el mundo. El controvertido mandatario ha insistido en que los pilares centrales de su gobierno serán: reimpulsar la economía y fortalecer la seguridad nacional. Durante su dura campaña electoral -que lo enfrentó a Hillary Clinton- Trump anunció, por ejemplo, su intención de renegociar desde el primer día en el Despacho Oval el tratado de comercio de América del Norte (NAFTA) y sacar a Estados Unidos de la Asociación Transpacífica (TPP), hecho que concretó a días de asumir. Ya instalado en Washington, las medidas y los anuncios han generado que Améri-

ca Latina 'contenga la respiración' frente a una situación que se asoma como uno de los exámenes más importante de evaluación del vínculo existente entre ambas partes. De acuerdo a lo anunciado por el mandatario estadounidense, prácticamente ningún aspecto importante de esa relación tienen una línea de continuidad asegurada: el comercio, la migración, los derechos humanos, las estrategias antidrogas, entre otros aspectos; todo está bajo la lupa.

DESDE WASHINGTON A SANTIAGO

En momento en que la economía chilena crece poco tras reformas muy complejas y que además se encamina a un año de tensiones eleccionarias, enfrenta ahora un grado adicional de tensión, debido a lo que podríamos denominar, el 'estilo Trump', basado en un discurso directo y en ocasiones drástico y confrontacional.

Cuando hablamos de una economía abierta como la chilena, las decisiones de un gigante como Estados Unidos tienen a todos los actores económicos atentos. Tras la elección que lo proclamó como presidente electo, Donald Trump enfatizó sobre su deseo de iniciar una gran inversión en infraestructura en el país, lo que generó que el precio del cobre experimentara un significativo ajuste. Este hecho es sólo un ejemplo del poderío y el efecto en cadena que tienen las decisiones estadounidenses.

Por otro lado, vemos como el anuncio de la Casa Blanca de limitar las importaciones de China podría afectar la demanda de materias primas del gigante asiático, lo que podría afectar también la demanda y el precio del cobre. Este factor deja entrever el efecto en cadena que tiene en las economías en desarrollo decisiones de un "grande". Más allá del cambio en el escenario macroeconómico global, Trump ha venido a potenciar un gran desafío para Chile, que es avanzar hacia políticas que atraigan las inversiones.

¿TIENE PISO EL TPP?

Lo anunció y lo concretó. Donald Trump firmó a días de asumir como el Presidente N° 45 de los Estados Unidos una orden ejecutiva para retirar a ese país del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) que se ha transformado en

un ambicioso y polémico tratado que tenía como objetivo forma al mayor bloque económico del mundo. El TPP había sido suscrito en febrero de 2016 por 12 países, entre ellos Chile, que representaban en conjunto el 40% de la economía mundial y casi un tercio del flujo del comercio internacional. “Lo que acabamos de hacer es una gran cosa para los trabajadores estadounidenses”, dijo el controvertido mandatario al firmar la decisión ejecutiva, alegando que este acuerdo ponía en riesgo al sector manufacturero.

El TPP, según se establece en sus orígenes, tiene como objetivo fortalecer los lazos económicos e impulsar el crecimiento mediante la reducción de los impuestos de aduana. También prevé medidas que establezcan estándares en materia laboral, ambiental, de derechos de autor y patentes, entre otros aspectos.

La decisión estadounidense también tuvo eco en Chile, donde el canciller Heraldo Muñoz, aseguró que el proyecto del TPP también se cancela. El ministro lamentó la decisión del presidente y recalcó en la oportunidad que “vamos a persistir en la apertura al mundo y en la integración bajo distintas modalidades como lo hemos hecho en el pasado, con acuerdos bilaterales, subregionales y regionales”.

INCERTIDUMBRE

Según la economista y académica de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez, Alejandra Marinovic, han sido múltiples los anuncios del Presidente estadounidense que han llamado la atención, en materia económica, como: el plan de expansión de infraestructura, el proteccionismo comercial, expresado en varias medidas anunciadas, la construcción del muro con México y el endurecimiento de la política de inmigración.

“Existe mucha incertidumbre en los mercados debido a que tenemos poca información sobre cómo planea llevar adelante los anuncios y porque algunas medidas pueden tener efectos contrapuestos. Lo

que me parece más negativo para la economía mundial es el proteccionismo”, afirmó la economista. No cabe duda que Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales de Chile, tanto en materia de exportaciones como importaciones, como también en materia de inversiones. Ante este escenario, los efectos que podrían tener -de concretarse los anuncios realizados durante la campaña electoral y los primeros días de mandato- son importantes, fundamentalmente porque según Marinovic “el proteccionismo nos cerraría mercados y oportunidades de negocios que son muy importantes para una economía como la nuestra.

¿Y cómo podríamos enfrentar una postura proteccionista? Una de las medidas, de acuerdo a lo planteado por la académica de la Universidad Adolfo Ibáñez es que Chile refuerce su diversificación de mercados.

“Por un lado, el plan de infraestructura puede elevar la demanda de cobre, mejorando nuestra exportaciones. Desde otra perspectiva, dado que Estados Unidos es la principal economía mundial, afecta a su vez la actividad en otros socios comerciales. Así, junto con los efectos directos que pueden tener las medidas, Chile, por ser una economía pequeña y abierta, puede verse afectado de manera indirecta. Los cambios que se anuncien pueden generar impactos y volatilidad en los mercados de commodities (como el cobre), en las bolsas internacionales (rentabilidad de inversiones) y en los flujos de capitales (inversiones y tipo de cambio)”, comentó Marinovic.

Y como todo es incertidumbre aún, la economista aseveró que “habrá que esperar a conocer el conjunto de medidas para poder pronosticar posibles efectos”. Nada está dicho aún.

DE CARA AL MUNDO

Las relaciones comerciales de EE.UU. con sus socios comerciales o potencias económicas también están en “observación”.

Las consecuencias que puedan tener los anuncios e ideas planteadas por Trump de cara a su relación con China, Europa, América Latina aún no son claras. Si consideramos las repercusiones que ha tenido en el mundo los primeros días de la nueva administración estadounidense, el futuro se vislumbra tenso. En el caso de Trump se combinan negativamente los anuncios proteccionistas con el tono rudo utilizado para referirse a los socios comerciales y a los acuerdos comerciales.

El énfasis que Trump ha puesto en China y México no es un buen presagio para economías emergentes como Chile, pues ambas naciones son importantes socios comerciales chileno, por lo cual- como dice la lógica- si a ellos les va mal, a nosotros también.

Para Marinovic, la clave para que la economía chilena mantenga su statu quo es “estarse muy atenta a los anuncios de la Casa Blanca”. Esto sería cierto para todas economías, pero en especial para una tan abierta como la nuestra.

Asimismo, agregó que “el giro proteccionista que están dando varias economías a nivel mundial afectará sin duda los flujos de comercio y su cadena de valor, lo que es muy preocupante. La experiencia mundial con el proteccionismo ha sido negativa en la historia más reciente. Si bien puede crear empleos y redistribución de ingresos hacia los sectores protegidos, el efecto en los demás sectores es altamente negativo y genera ineficiencias productivas. La recomendación es estar atentos a las medidas y su implementación, diversificar riesgo, y prepararse para un entorno volátil”.

Lo que hará o dejará de hacer el magnate republicano desde la Casa Blanca es una incógnita incluso para los expertos, pero hay quienes advierten que, de mantenerse fiel a sus propuestas, se sentirán desde lejos las profundas consecuencias de su gobierno. **LGT**

“Unir experiencia y capacidad docente” esta parece ser una de las claves para robustecer el actual esquema de formación académica para el rubro logístico. Hoy son muchas casas de estudio que han sumado a sus cuerpos académicos a profesionales de experiencia, quienes con el apoyo de las más modernas técnicas pedagógicas y metodológicas, puedan transmitir esa mezcla de teoría y práctica a los alumnos. Por supuesto, entidades que agrupan a estos profesionales también han tomado protagonismo en aspectos como el diseño de planes de estudio.

ESTUDIOS ACADÉMICOS Y PROFESIONALES JUNTOS PARA LA FORMACIÓN DEL NUEVO PROFESIONAL LOGÍSTICO

En el último decenio, Chile ha experimentado una importante evolución en lo que ha su desempeño logístico se refiere. Estimulado en base al crecimiento económico que experimentó el país en los 5 primeros años de la última década, aunado al avance en la implementación de tecnologías ligadas a la actividad logística y la modernización de entidades e infraestructuras públicas y privadas que impactan en la cadena de suministro nacional e internacional, la Logística como rubro se ha hecho más competitiva.

Este contexto, a su vez, ha generado por parte de las empresas una demanda de personal logístico capacitado y con conocimientos específicos con habilidades en innovación y creatividad, capaces de generar soluciones de nivel estratégico para un mundo globalizado; una demanda que el ámbito académico nacional ha tomado en serio; diseñando diversos planes de estudio, de pre y post grado ligados a la actividad, ya sea a nivel técnico y universitario. En esta tarea, no sólo las instituciones académicas han tomado la palabra; lo propio han hecho entidades privadas ligadas al sector que han

celebrado convenios de colaboración académica con diversas casas de estudio, nacionales e Internacionales, en aras de generar –por ejemplo- mallas curriculares actualizadas, con contenidos que sean un aporte a la formación académica de los profesionales logísticos.

LOS PROFESIONALES NECESARIOS

Considerada como un área extremadamente necesaria y transversal; presente tanto en los negocios, instituciones públicas, como también en nuestra vida cotidiana, la logística nacional requiere de profesionales a la altura de los desafíos actuales. Así lo consideró, Roberto Chávez, académico de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad Diego Portales, casa de estudios cuya oferta académica integra las carreras de Ingeniería Comercial e Ingeniería en Control de Gestión.

Según lo dicho por Chávez, “a un nivel macroeconómico, la logística crea ventajas competitivas entre naciones e, incluso se ha sugerido que las economías son cada vez más robustas y capaces de lidiar con periodos de recesión por un cambio estructural que favorece el manejo del inventario en todas las cadenas de valor”. En fin, la logística es un área clave, que genera ventajas competitivas y, por lo tanto, “de suma importancia para la formación universitaria”, estimó el académico.

Pero, ¿cómo ha evolucionado el denominado ‘Profesional Logístico’? “Entendiendo como “profesional de la logística” a quienes están principalmente dedicados a temas de Distribución y Transporte, creo que en los últimos años estos profesionales han avanzado de forma importante en el entendimiento y adquisición de miradas más modernas de gestión de Distribución y Transporte, mostrando en las últimas décadas evolución en diversos ámbitos”, sostuvo Ricardo Gatica, Director de la Escuela de Ingeniería Industrial, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

En esta línea, Gatica destacó que “hoy ya no se habla del ‘bodegas’, sino de Centros de Distribución, y en muchos casos estos profesionales ha pasado de estar bajo las Gerencias de Administración, Finanzas o Abastecimiento a formar parte de áreas de Cadena de Suministro”. No obstante, recalcó, que “(los profesionales) aún deben crecer de forma sustancial en la mirada estratégica: involucrándo-



Líderes en Diseño e Implementación
de Centros de Distribución.



ABRA ESTA VENTANA PARA
EL FUTURO DE SU EMPRESA

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

▶ **ALGUNOS CLIENTES EN LATINOAMÉRICA Y EL MUNDO**

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

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

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

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

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

Contáctenos:

-  **Chile:** Tel. (662) 2958 8000
-  **Perú:** Tel.(511) 650 8348
-  **Colombia:** Tel.(571) 313 6888
-  **Brasil:** Tel.(5511) 3109 3200
-  **USA:** Tel.(818) 890 6002
-  **México:** Tel.(5233) 3124 5144

se y entendiendo en detalle la estrategia del negocio para alinear sus "estrategias" o Planes Funcionales a lo que el negocio realmente necesita".

Entonces, ¿cuál es el rol de la 'academia' en torno a la formación de los nuevos profesionales logísticos? En palabras de Chávez, "el desafío es desarrollar más esta área profesional, formando estudiantes y capacitándolos con las herramientas logísticas adecuadas".

En esta línea, Gatica agregó que "la formación académica pareciera ser aun no especializada y lo que uno encuentra son profesionales de áreas como Ingeniería Industrial, con formación más generalista, desarrollándose posteriormente con éxito y con mucha propiedad en ámbitos de Logística. Pero creo que aún no hay en Chile programas de formación académica que permitan pensar en profesionales que adquieren durante sus años de estudios la combinación de aspectos teóricos y prácticos requeridos, cosa que al parecer sí ocurre en otros países más avanzados". A ello, el académico de la UCV agregó que en el medio existe la tendencia a 'profesionalizar', es decir, "se buscan Ingenieros Civiles para cargos donde perfectamente Ingenieros de Ejecución o de carreras más cortas pero de calidad y bien enfocadas en Logística podrían desempeñarse con éxito, en especial en mandos medios"

80

¿LA 'ACADEMIA' EN DEUDA?

Ante lo expuesto por los expertos, cabe preguntarse ¿de qué carece la actual oferta académica para estos profesionales? En este punto Gatica sostuvo que "la deuda desde el mundo académico es el desarrollar programas de Major o Minors que permitan al Ingeniero de formación más generalista (por ej. Ingeniero Industrial) especializarse en temas de Distribución y Transportes. Lo otro que debe ocurrir con mucho más fuerza es la integración permanente de experiencias prácticas, desarrollo de proyectos, prácticas profesionales, intercambios, etc., que permitan

a los futuros profesionales formarse en lo teórico y a la vez uniendo esa formación teórica en el desarrollo de soluciones en la práctica".

En este mismo tema, según el académico de la UCV, también se deben reforzar aquellas experiencias de intercambio en el extranjero y la obligatoriedad del manejo de idioma (al menos Inglés) que sigue siendo una brecha y una capacidad reducida a un número muy limitado de profesionales recién egresados y no la generalidad.

Por cierto, una de las deudas que algunas casas de estudio están considerando 'pagar' en su oferta académica es la puesta en marcha del proceso de aprendizaje que integre —efectivamente— marcos teóricos potentes con miradas, análisis de casos y experiencias provenientes desde el mundo de la práctica y de la aplicación.

Lo anterior, se puede lograr de diversas maneras: Por una parte, teniendo profesores que en su carrera profesional hayan tenido la experiencia de colaborar y liderar directamente en el desarrollo de aplicaciones, formulación de soluciones y/o gestión en el mundo privado o público. Por otra parte, sumando a los cuerpos académicos profesionales de experiencia, quienes con el apoyo de las más modernas técnicas pedagógicas y metodológicas, puedan transmitir esa mezcla de teoría y práctica a los alumnos. En suma, convocando a equipos de profesores y profesionales para la articulación de programas donde se complementen ambos mundos.

DE LAS EMPRESAS A LAS AULAS

Y es que promover el aporte del sector empresarial y el mundo ejecutivo, por ejemplo, en la estructuración de los planes de estudios universitarios, tanto desde el ámbito público y privado; es en opinión de Gatica es "muy relevante pues se integra actualizadamente los últimos requerimientos, perspectivas, tendencias, tecnologías y necesidades desde el mundo real, aportando a la estructuración de

los planes de estudio y procesos formativos de la Universidad".

Igual opinión compartió Chávez, consiguiendo que "este apoyo es muy importante y también un indicador de que el desarrollo del área es necesario.

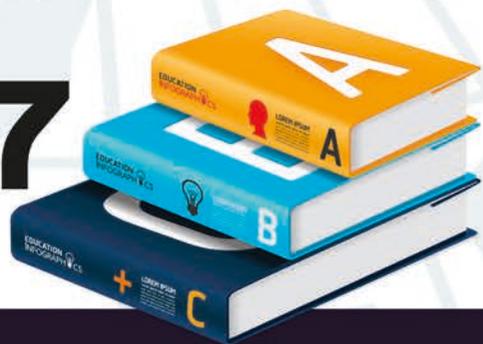
Así la participación de 'expertos' que viven cada día la logística en la configuración de los planes de estudios de los futuros profesionales viene a modelar y facilitar la pertinencia de lo que se enseña y el cómo éstos se forman en las Universidades o Institutos; revitalizando el proceso de formación desde una formulación más atingente y sintonizada con las nuevas demandas de la industria.

"Para las Universidades se trata de un puente vital, en el contexto de sus planes de desarrollo institucional y programas de Vinculación con el Medio, como instituciones de una mayor permeabilidad y apertura que le permitan conectarse y contribuir con su entorno. Esto genera dinámicas muy positivas y virtuosas en el proceso de desarrollo del saber y conocimiento avanzado, pero también el esfuerzo por cuestionarse supuestos, propiciar la evolución, volviéndose más competitivas e innovadoras, para estar permanentemente conectadas a los pulsos y polos de desarrollo que están ocurriendo en el entorno privado y público a nivel local, nacional y global", sostuvo Gatica.

Basado en lo expresado por los representantes académicos, es importante consignar la visión de entidades privadas, que agrupan a profesionales logísticos, respecto a su rol en esta nueva dinámica formativa. En esta línea, uno de los esfuerzos más destacados es el que viene desarrollando el Supply Chain Council, asociación que entre sus objetivos principales tiene el "influir sobre programas de carreras logísticas en Universidades, con el fin de robustecer el nivel de la disciplina desde la base académica y estudiantil". **LGI**



TERMINA DE LEER ARTÍCULO:
Escanea el QR desde
tu Smartphone o Tablet.



AÑO 2017

ALTERNATIVAS ACADÉMICAS

Institución	Carrera	Inicio	Duración	Director	Información
USACH	Diplomado en Gestión Logística de Producción y Distribución	17 de Abril 30 de Noviembre	156 Horas Modalidad: Presencial/ Vespertina	-	Pamela.araya@usach.cl diplomas@usach.cl Fono: 0227180824
	Diplomado en Gestión Estratégica de Abastecimiento y Adquisiciones	17 de Abril 30 de Noviembre	156 Horas Modalidad: Presencial/ Vespertina	-	Pamela.araya@usach.cl diplomas@usach.cl Fono: 0227180824
UNAB	Magíster en Dirección de Operaciones y Logística (MAGO)	Abril	Modalidad On Line	-	postgrado@unab.cl
	Diplomado en Gestión de Operaciones	Marzo	Modalidad On Line	-	postgrado@unab.cl
U. MAYOR	Magíster en Dirección de Operaciones y Logística	08 Septiembre	24 meses	-	Evelyn Griñen A. Coordinadora de Admisión evelyn.grinen@umayor.cl Fono: (56 2) 22 5189919
	Diplomado en Gestión de Logística Integral	08 Septiembre	24 Meses	-	Evelyn Griñen A. Coordinadora de Admisión evelyn.grinen@umayor.cl Fono: (56 2) 22 5189919
U. DE CHILE	Diplomados en Dirección Estratégica de Operación y Logística	5 de Mayo	132 Horas	José Luis Andías	Nataly Hormazábal Pino Ejecutiva de Admisión y Matrícula nhormazabal@unegocios.cl (56) 22 9772204
	Diplomado en Gestión de Procesos	10 de Mayo	105 Horas	Juan Bravo Carrasco	Nataly Hormazábal Pino Ejecutiva de Admisión y Matrícula nhormazabal@unegocios.cl (56) 22 9772204
UST	Diplomado en Administración Logística Estratégica	03 de Abril al 02 de Octubre.	216 Horas. Modalidad: Presencial	Héctor Portales	Alejandro Alarcón Pérez Jefe Diplomados diplomados@santotomas.cl 2-530 8359 / 2-530 8370
UCSC	Diplomado en Gestión Logística	Septiembre de 2017	120 horas. Modalidad: Frecuencia quincenal.	Jaime Castro	educacioncontinua@ucsc.cl 41 234 5512 / 41 234 5520 / 41 234 5891 / 41 234 5890
PUC	Diplomado en Gestión de Operaciones y Logística	2 de mayo	7 meses aprox. Modalidad Presencial	Marcos Singer	Giovanna Fogliatti Fono: +56(2) 2354 1232 Email: gfogliatti@uc.cl
IACC	Diplomado en Gestión Integral de Logística.	-	180 horas Modalidad Online	-	Admisión/Consultas Fono: 2640 6004

¿ESTAMOS DISPUESTOS A ABRIR NUESTRAS PUERTA A OTROS EJECUTIVOS? Una apertura empresarial, basada en la confianza, es una de los ejes que definen esta nueva tendencia empresarial que busca, mediante el intercambio de ejecutivos, entregar nuevas herramientas a los profesionales, basado en la empatía y el conocimiento de otras realidades. ¿Estamos preparados para dejar el hermetismo y abrir nuestras puertas?.

SWAPPEP O INTEERCAMBIO DE EJECUTIVOS

La tradicional frase “ponte en mis zapatos” cobra vida hoy en el mundo empresarial con el denominado “Swapped”. Esta tendencia empresarial se ha sumado como un nuevo factor en el mundo del Recurso Humano, tendiente a entregar a los ejecutivos nuevas experiencias que les permitan crecer y desarrollarse en sus posiciones.

Pero, ¿qué es el Swapped? Esta nueva tendencia laboral se refiere al intercambio de ejecutivos entre empresa que tiene como eje motivacional el intercambio de experiencias, la ampliación de conocimientos y, por ende, el desarrollo de la empatía.

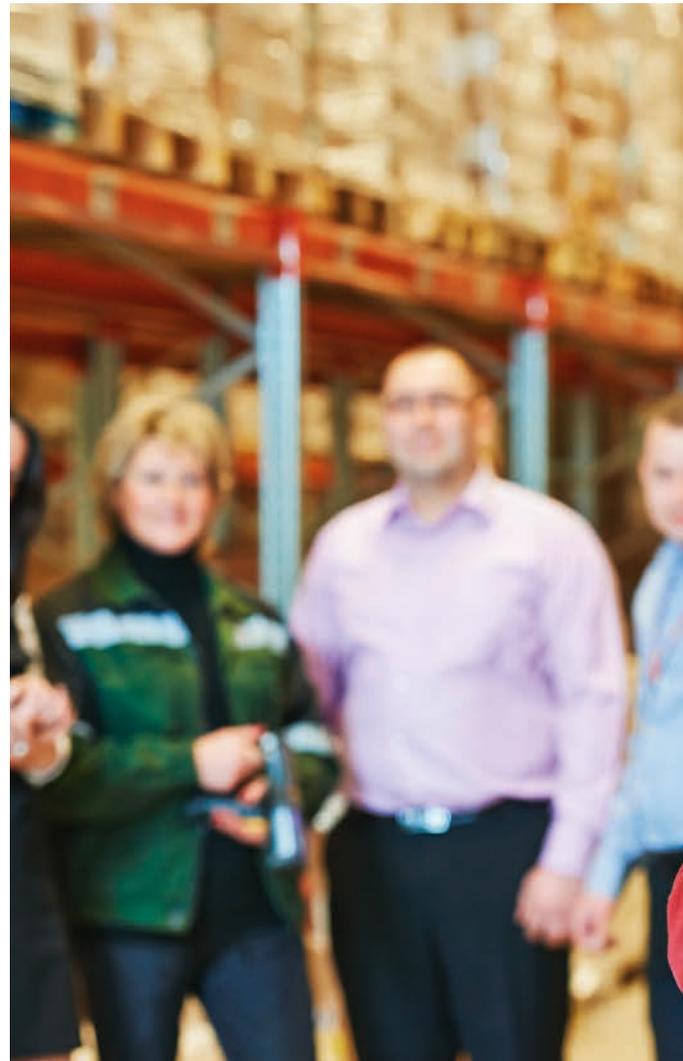
Esta definición pone sobre el tapete un factor no menor al momento de evaluar los eventuales logros que podría tener esta práctica laboral en las distintas industrias. La “Confianza” juega un rol fundamental. Por años, las empresas han actuado en hermetismo, intentando siempre hacer las cosas sin dar mayor información al mercado. La tradición ha sido para muchas compañías guardar celosamente los detalles de su operación y sus estrategias, argumentando siempre que está actitud era de resguardo ante la competencia.

Sacar ventajas es el objetivo de tal hermetismo. Sin embargo, hoy eso comienza a quedar atrás. Para algunas compañías, la llegada y masificación de tecnologías y el respaldo y valorización hacia las acciones de transparencia empresarial han comenzado a cambiar este modelo de hermetismo por uno más colaborativo, donde todos ganen a través de la intercambiar experiencias y roles.

**LA COLABORACIÓN,
COMO NUEVO**

PARADIGMA EMPRESARIAL

En esta lógica de apertura empresarial nace esta nueva tendencia. El intercambio de profesionales surge como una forma de estrechar los lazos entre las compañías, apoyado en el conocimiento que se pueda obtener de esta experiencia en función de comprender a cabalidad la operación de cada uno de los actores de una cadena.



Una de las áreas donde mejor calza esta tendencia es, sin duda, la Cadena de Abastecimiento y Suministros que está compuesta por distintos actores que buscan siempre transformarse en un todo. Es aquí donde el conocimiento cobra relevancia. No existe mejor ‘partner’ que el conocimientos. Saber cómo, cuándo y por qué se opera de determinada forma es esencial para una correcta gestión. Por

mucho tiempo, la relación entre empresas y proveedores ha sido limitada y llena de hermetismo; y se suscribe solo a lo concerniente al trabajo específico que los vincula, generando muchas veces especie de 'islas' operacionales con cada proveedor. Hoy en día existe el convencimiento y reconocimiento de la importancia de la información para operar con excelencia.



Mientras más información, y no solo datos, se obtenga, mejor puede ser el diseño de una operación. Conocer, por ejemplo, los reales factores operativos, la gestión de abastecimiento, los reales número de movimiento que pueda registrar una empresa, permite que sus proveedores entreguen una solución adecuada y respondan a sus reales

necesidades. Es así como la colaboración, palabra tan presente esta tendencia, no es más que el deseo de ayudar y compartir; la convicción de que 'juntos' las cosas son mejores. Así, la colaboración empresarial permite a los integrantes de una o varias compañías compartir sus ideas y trabajo a tiempo real, lo que fomenta la eficiencia del trabajo hecho y la creatividad.

No cabe duda, que las herramientas de colaboración empresarial mejoran la agilidad y capacidad de respuesta, lo que lleva a una mejor relación con clientes y partners. Si la colaboración es efectiva, es posible conectar a las personas con los procesos, a través de toda la empresa y facilita la circulación de ideas, experiencias y conocimiento.

TODO COMIENZA EN CASA

Enero y febrero son por tradición los meses en que muchos de los colaboradores de una empresa se toman sus vacaciones, por lo tanto es habitual ver disminuido el número de trabajadores en estas fechas. El fenómeno 'escritorios vacíos', en vez de ser un inconveniente, puede ser una oportunidad para las empresas en cuanto a productividad y creatividad de sus empleados. Pero ¿cómo hacerlo? ¿Cómo motivar a los trabajadores?

Las últimas tendencias hablan de "reubicar" a los trabajadores con la finalidad de disminuir la sensación de "estar solos trabajando" y también las distancias entre ellos que, dicho sea de paso, afectan la comunicación al interior de las compañías. Estas acciones se conocen como el método del 'Desk Swapping', que consiste precisamente en acabar con esos espacios vacíos dentro de las oficinas, recolocando a los trabajadores que no se han ido de vacaciones.

Una acción sencilla que permite que los empleados no se sientan tan aislados en el desempeño de sus tareas y que, además, facilita que perfiles de trabajadores muy diferentes entre sí se relacionen y pongan en común sus ideas, lo que contribuye a

encontrar nuevos enfoques de negocio y a identificar nuevas oportunidades de mercado.

LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS HABLAN DE "REUBICAR" A LOS TRABAJADORES CON LA FINALIDAD DE DISMINUIR LA SENSACIÓN DE "ESTAR SOLOS TRABAJANDO" Y TAMBIÉN LAS DISTANCIAS ENTRE ELLOS QUE, DICHO SEA DE PASO, AFECTAN LA COMUNICACIÓN AL INTERIOR DE LAS COMPAÑÍAS.

En definitiva, lo que, a priori, podría verse como un "simple cambio de mesa", en realidad es una herramienta muy potente para construir puentes entre los diferentes departamentos y fomentar una cultura empresarial basada en la cooperación y la colaboración entre equipos.

Es así como estas nuevas tendencias laborales muestran transparencia y colaboración, una nueva forma de comunicar e interactuar en función de lograr una operación eficiente y de calidad que responda a las constantes demandas de empresas, proveedores; pero también de las demandas de colaboradores, quienes ven en esta dinámica la posibilidad de crecer y adquirir experiencias y conocimiento.

La tarea hoy es saber si las empresas nacionales están dispuestas a abrir las herméticas puertas de sus compañías con una visión colaborativa de cara a potenciar a los ejecutivos y entregar así a la industria un nuevo potencial: el Conocimiento. **LGT**

Los procesos Aduaneros hacen parte esencial de la cadena logística ligada al comercio Exterior. Por ello, resulta relevante el proceso de modernización que ha emprendido el Servicio Nacional de Aduanas en nuestro país a nivel normativo y la puesta en marcha de nuevas operaciones en uno de los Centros Logísticos más innovadores de Latinoamérica.

SNA SERVICIO NACIONAL DE ADUANA. LA MODERNIZACIÓN COMO PUNTAL DE SU ACTIVIDAD

Chile, un país abierto al mundo'. Esta frase refleja fielmente la importancia del comercio exterior para nuestro país y, consecuentemente, la relevancia que tienen las diversas entidades que cumplen un rol facilitador de esta actividad. En esta lógica, uno de los servicios más destacados es el aduanero, representado en Chile por la Dirección Nacional de Aduana, cuyo rol fiscalizador y facilitador del comercio exterior representa para el sector público y privado un factor decisivo para alcanzar mayor competitividad.

Consiente de la relevancia de su actividad, el Servicio Nacional de Aduanas ha impulsado una serie de desafíos tendientes a consolidar su quehacer, tornándolo más eficiente y moderno. En esta lógica, durante 2016 el Servicio logro dos hitos relevantes: La promulgación de la Ley 20.997, que moderniza la legislación aduanera y la labor de la entidad; y la inauguración del Inauguran el Centro Logístico Expreso más moderno de Latinoamérica.

En torno al impacto que la actividad aduanera tiene para el sector logístico y su desempeño, Juan Araya, Ex Director Nacional de Aduanas sostuvo -durante el Encuentro de Logística y Comercio Exterior (ENLOCE) 2016, que "(como institución) estamos insertos de lleno en el tema logístico, somos parte integrante de la región y tenemos un gran compromiso con ella. Sin duda, que todo lo que

tiene que ver con la logística, el ingreso y salida de mercancías, y cómo hacemos más eficiente estos procesos, son claves tanto para que el Servicio pueda hacer un mejor trabajo, como para que el sector privado pueda ser más eficiente y mejorar su competitividad".

NUEVA NORMATIVA DE CARA A LOS DESAFÍOS FUTUROS

El pasado 13 de Marzo, la nueva legislación que regirá las actividades del Servicio Nacional de Aduana entró en vigencia a plenitud. El cuerpo legal, que actualiza e incorpora normas que no habían tenido mayores modificaciones desde hace más de dos décadas fue catalogada por el actual Director Nacional de la entidad, Claudio Sepúlveda Valenzuela, como "un gran hito para nuestra institución, pues nos permite incorporar mejoras sustantivas especialmente en el ámbito de la fiscalización, actualizando procedimientos para lograr que la labor de Aduanas sea más oportuna, eficaz y acorde a los desafíos que demanda Chile y el comercio exterior mundial".

"A PARTIR DE LA PUESTA EN MARCHA DE ESTE CENTRO, EL CIENTO POR CIENTO DE LAS MERCANCÍAS TRANSPORTADAS POR LAS EMPRESAS COURIER PODRÁN SER OBJETO DE AFORO BAJO MÉTODOS NO INVASIVOS Y UN NÚMERO MENOR BAJO MÉTODOS FÍSICOS, LO QUE GENERARÁ UNA ÓPTIMA RELACIÓN ENTRE RAPIDEZ Y FISCALIZACIÓN, PERMITIENDO AGILIZAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS",

La máxima autoridad de Aduanas también resaltó que "esta normativa es fruto de un extenso trabajo de diálogo con diversos actores del ámbito público y privado, que pudieron participar compartiendo sus comentarios, sugerencias y observaciones, y que incluyó un amplio debate parlamentario que permitió introducir mejoras para avanzar hacia una mejor legislación".

La Ley N°20.997 contiene medidas concretas enfocadas a mejorar el trabajo en los ámbitos de fiscalización; actualización de acuerdos internacionales; franquicias para viajeros y tripulantes; actualización y modernización de normas; y la labor de los agentes de aduanas, entre otras.

En esta línea, Claudio Sepúlveda explicó que lo que sigue ahora es un arduo y detallado trabajo para la implementación de la ley, ya que para parte de sus disposiciones se deberán dictar los reglamentos y resoluciones respectivas.

"En este proceso será clave la participación de todas nuestras funcionarias y funcionarios, porque son ellos, en definitiva, los que usarán estas herramientas para realizar aún mejor su trabajo de fiscalización y seguir cumpliendo cabalmente el importante rol que tiene Aduanas", agregó la autoridad.

Entre las medidas más relevantes contenidas en la nueva normativa ;que buscan mejorar procesos o hacer más eficiente la normativa existente, como permitir el retiro de las mercancías sin el pago de impuestos y aranceles, previa constitución de una garantía para PYMES y OEA; se mejora la regulación de la institución de la Admisión Temporal para perfeccionamiento activo; se aumentan las sanciones en el caso de delito de Contrabando tratándose de mercancías afectas a tributación especial o adicional; y se autoriza la publicación en extracto en el Diario Oficial de determinados actos del Servicio.

INFRAESTRUCTURA AVANZA

Como parte de esta estrategia de modernización del Servicio Nacional de Aduanas, en enero pasado, la entidad fue parte en la inauguración del denominado "Centro Logístico Expreso a nivel global de la industria Courier", emplazado en el Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez y el primero de su tipo en Latinoamérica y el mundo.

Acerca de la iniciativa, que viene a apoyar los procesos de Comercio Exterior para el sector Courier en uno de los accesos internacionales más importante del país, las autoridades del Servicio explicaron que "integra en una misma infraestructura física de 5 mil m2 la totalidad de las empresas del sector habilitadas para operar bajo esta modalidad en el país, las cuales cuentan con espacios operativos independientes, así como con dependencias para los servicios fiscalizadores: Aduana, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), Instituto de Salud Pública (ISP) y el Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca).

Durante el recorrido inaugural del recinto, que permitió conocer algunas particularidades de su funcionamiento, el Subsecretario de Hacienda destacó la iniciativa como un ejemplo de la colaboración público-privada, y añadió que con ella se beneficiarán tanto las empresas como los consumidores. "Este terminal significa un paso en la apertura económica de nuestro país, ya que beneficia a las empresas, a los consumidores y a nuestra economía.

Dado que con él prestaremos servicios de calidad mundial, lo que nos pone a nivel latinoamericano como un posible Hub para la región en empresas de courier. Es por ello que fue necesario el apoyo tanto del sector privado como del público", dijo. Por su parte, durante el evento, el Director Nacional de Aduanas señaló que "con este nuevo sistema el servicio entregado por Aduana debe proyectarse por cinco, añadiendo rapidez por medio de un uso masivo de tecnología, ya que contamos con accesos a circuitos de cámaras, mayor número de escáner y, además, servicio exclusivo de nuestro personal. A través de ello podemos mantener la potestad fiscalizadora de nuestro organismo, pero con mayor eficiencia".

¿Qué implicó para Aduanas la implementación de esta nueva infraestructura? Básicamente esta innovación implicó mejorar los procesos y la normativa del Servicio. "Como se pueden dar cuenta, la inauguración de este nuevo complejo

para las empresas Courier que operan en Chile, es una expresión más del reto, del anhelo y del camino que nos hemos trazado para construir un Servicio Nacional de Aduanas mucho más moderno y acorde a los actuales desafíos del comercio exterior chileno y mundial", sostuvo al respecto el entonces Director Juan Araya.

Por su parte, Daniel Boubet, Presidente de ATREX Chile, sostuvo durante la inauguración que "a partir de la puesta en marcha de este centro, el cien por ciento de las mercancías transportadas por las empresas courier podrán ser objeto de aforo bajo métodos no invasivos y un número menor bajo métodos físicos, lo que generará una óptima relación entre rapidez y fiscalización, permitiendo agilizar los procesos de importación de productos", afirmó el

El modelo también contempla la implementación de una plataforma tecnológica, basada en un trabajo colaborativo público privado que opera como interface de comunicaciones, permitiendo procesos más eficaces, eficientes y seguros de fiscalización y control.

Con la construcción y puesta en marcha de estas nuevas dependencias, desde ahora habrá un cambio general en los procesos, ya que todas las empresas – sin importar su tamaño – trabajaban con una línea. En cambio, ahora, el centro cuenta con cinco líneas de proceso distintas, donde cuatro empresas grandes tienen una línea cada una, mientras que la quinta es utilizada por todos los actores menores del sector.

Todo lo expuesto ubica a nuestro país a la vanguardia en la creación de condiciones de facilitación del transporte internacional expreso lo que, a su vez, se alinea con el acuerdo de Facilitación del Comercio.

LGT

ALOG CHILE CONTINÚA TRABAJO PARA ABORDAR TEMAS DE SEGURIDAD EN LA INDUSTRIA NACIONAL

A fines de diciembre pasado una caravana de camiones recorrió las arterias principales de Valparaíso para exigir mayores medidas de seguridad para el sector. Y es que la preocupación es una constante para todos los actores del mundo logístico, quienes han debido cuadruplicar su gasto en seguridad en los últimos cuatro años para proteger la vida de sus trabajadores de la violencia con la que actúan los delincuentes y, a la vez, resguardar su negocio.



gar información de valor a los conductores y trabajadores de centros de almacenaje y distribución, ya que la protección de sus vidas y mantención de su seguridad es la principal preocupación. En ese sentido, el pasado jueves 12 de enero sesionó por primera vez en el año el comité adhoc. El encuentro contó con la participación de la Brigada Investigadora de Robos Metropolitana Occidente de la Policía de Investigaciones de Chile, además de la empresa Redd, especialista en soluciones tecnológicas que apoyan la seguridad de la cadena logística.

En la oportunidad, el Subprefecto de la Brigada Investigadora de Robos Metropolitana Occidente de la Policía de Investigaciones de Chile, Cristián Guzmán Palma, realizó un completo análisis acerca de los hechos delictivos que afectan al sector logístico chileno, en particular lo referido a los asaltos a camiones y centros de distribución.

“Es importante que las empresas tomen medidas de seguridad para evitar ser víctimas de robos. Algunas recomendaciones que entregamos dicen relación, por ejemplo, con el cambio de las rutas de reparto, o con el marcaje de los productos y cargas, así como el uso de GPS para el rastreo de productos”, destacó el subprefecto al entregar una serie importantes recomendaciones destinadas principalmente a prevenir y a minimizar las variables de riesgo a las que se ven afectadas las empresas.

Asimismo, en la instancia los asistentes presenciaron una exposición del Gerente General de la empresa Redd, Rodrigo Martínez, quien planteó a los asistentes los retos que enfrentan las compañías logísticas al momento de implementar he-

rramientas tecnológicas en su quehacer. “Las empresas deben comprar la tecnología que realmente necesitan. El desafío es encontrar no sólo una empresa que les ofrezca la tecnología propiamente tal, sino que además les brinde una asesoría adecuada a cada una de las necesidades que éstas tienen en el día a día de sus operaciones” sostuvo el ejecutivo.

Gracias a todas las medidas adoptadas, tanto por parte de las empresas como por las autoridades respectivas, entre enero y agosto del año 2016 los asaltos a camiones bajaron cerca de 19% con respecto a igual periodo de 2015 -cifras del Departamento de Análisis Criminal de Carabineros-. Aunque el descenso es alentador, claramente no es suficiente.

En este sentido, la gerente general de ALOG Chile, Cynthia Perisic Ivandic, enfatiza en que “se requiere que el trabajo público-privado aumente para reducir de manera más significativa el riesgo en cadena logística completa. Por ello, como representantes del 90% del mercado nacional de logística en Chile, estamos llanos a participar y colaborar en todas las instancias de trabajo que se conformen, tanto sectoriales como ampliadas”.

Más aún si consideramos que cada robo tiene un impacto estimado en cerca de \$30 millones para una compañía, pero “es el sector completo el que debe engrosar su presupuesto en seguridad para evitar futuros golpes, lo que finalmente repercute en el consumidor final y, como es de esperar, en la economía del país. Por esto, el llamado es a no bajar la guardia, ya que para ser competitivos, tenemos que estar seguros”, destacan desde ALOG Chile.

Entre las medidas adoptadas por el sector podemos destacar el refuerzo de los protocolos de seguridad, la contratación de escoltas para los camiones, la inversión en sofisticados sistemas de control GPS para vigilar los trayectos de los vehículos, la instalación de botones de pánico y cámaras de monitoreo al interior y exterior de los camiones, y la capacitación a los conductores y operarios para que sepan cómo reaccionar en un caso situaciones de alto riesgo. Y no sólo en ruta se han reforzado las precauciones, sino también en centros de distribución, donde las compañías están incluyendo seguridad canina, instalando cierres perimetrales y aumentando su dotación de guardias para disminuir el riesgo de atracos en toda la cadena.

En este contexto, al interior de ALOG Chile se han tomado cartas en el asunto, esto a través de un trabajo constante del Comité de Seguridad, en el cual apuntan a entre-

Ecommerceday

SANTIAGO

Organizan



27 de Abril 2017
Centro Parque

Novena Edición

Inscríbete
Online

www.ecommerceday.cl

Precio Entrada General
CLP \$ 160.000

Descuento Socios CCS 40%
y Alianzas 20%

AUSPICIADORES

PLATINUM



GOLD



GOLD



SILVER



MEDIA PARTNERS



Nos Acompaña



Informaciones e inscripciones:

Fono: 2 360 7149 / 236 07128 - ecommerceday@ccs.cl



/ecommerceday

EXCELENTE COMIENZO DE AÑO PARA EL SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

A mediados del año 2016 les comunicamos una muy buena noticia que decía relación con la firma del convenio de cooperación entre el Supply Chain Council Chile (SCCC) y la Universidad de Chile, a través de su Centro de Desarrollo Gerencial y Corporativo de la Facultad de Economía y Negocios - UNEGOCIOS.



niendo un caso real de éxito dentro de su propio vagaje en alguna de las compañías en que le haya tocado trabajar e implementar proyectos relacionadas con esta experiencia.



Por último, UNEGOCIOS está evaluando la posibilidad de que los casos presentados sean compilados y puedan transformarse en una publicación de la Universidad de Chile que esté disponible para estudiantes, ex alumnos, académicos y todo aquel que quiera acceder a dicho material como apoyo para el conocimiento y desarrollo de la disciplina.

Para terminar, les contamos que el 5 de enero celebramos nuestra cena anual de camaradería del Supply Chain Council Chile que se ha ido convirtiendo en una tradición para potenciar nuestros lazos internos como organización. Fue un excelente momento para hacer un resumen del año y disfrutar como siempre de la hospitalidad de nuestro anfitrión y de pasar un gran momentos con nuestros asociados.

Les recordamos que pueden visitarnos como siempre en nuestra página web www.supplychainchile.cl o escribirnos a nuestro e-mail contacto@supplychainchile.cl, por cualquier consulta o interés de postular a nuestra asociación.

88

Hoy queremos contarles con gran satisfacción que dicho convenio está rindiendo frutos que están absolutamente alineados con nuestro propósito fundacional, lo que se ha reflejado en importantes avances sustantivos en los siguientes puntos: SCCC ha logrado incorporar a parte de sus asociados como profesores en los programas corporativos de diplomados y cursos que UNEGOCIOS imparte de manera dedicada y cerrada a empresas de la máxima relevancia nacional e internacional, en materias relacionadas con la cadena de suministros.

Por otro parte, todos los programas corporativos relacionados con Logística y Supply Chain están en la actualidad siendo validados y revisados por miembros del SCCC, en conjunto con UNEGOCIOS, para poder entregar contenidos y cursos que estén completamente actualizados y que

sean coherentes con lo que el mercado está requiriendo.

En el caso de los programas abiertos - diplomados que se relacionen con las temáticas de Logística y Supply Chain -hemos trabajado en conjunto con UNEGOCIOS para el desarrollo de modificaciones y adecuaciones curriculares que permitan que los contenidos de dichos programas sean más coherentes con las reales necesidades del mercado y de la dinámica laboral dentro de las empresas.

Estos cambios empezarán a materializarse en las versiones de los diplomados que se impartan a partir de este año 2017. Además hemos acordado con UNEGOCIOS que como parte del cierre de cada una de las versiones de diplomados relacionados con Logística y Supply Chain, uno o dos asociados del SCCC participarán expo-

MINDUGAR, 47 AÑOS ENTREGANDO VALOR A LA INDUSTRIA CHILENA

Las soluciones que tiene Mindugar, tanto para almacenaje como para automatización, le permite estar presente en todos los sectores e industrias. En los más de 47 años de experiencia, su trayectoria y prestigio son, sin duda, las mejores cartas de presentación que tiene esta nueva división, sostuvo Francisco Letelier, Gerente Técnico de Mindugar Automatización.



"Sabemos que la automatización es todo un mundo y Mindugar decidió enfrentar este mercado con fuerza en busca del éxito", subrayó el ejecutivo. Para alcanzar este objetivo cada uno de los proyectos que realiza la empresa contienen una seguidilla de pasos que buscan garantizar el éxito de la solución implementada.

Al profundizar el concepto de "fuerza", Francisco Letelier contó que cada proyecto o idea en que la compañía se embarca, lo hace con la finalidad de agregar valor a nuestros clientes. "Siempre queremos ser los primeros en el mercado y para eso trabajamos con todas nuestras herramientas a disposición del éxito de cada proyecto, nuestros clientes no sólo deben quedar satisfechos, deben quedar felices".

DANCO PREPARA NUEVO CENTRO EN SECTOR DE NOVICIADO

Con una inversión cercana a los 30 millones de dólares, Danco inicia la construcción de su nuevo centro "Danco Noviciado", instalación que permitirá a la empresa ampliar su tamaño, llegando a los 180 mil m2 arrendables de bodegas. Este proyecto viene a ratificar a Danco como uno de los actores más importantes de la industria de bodegas.

"Danco Noviciado" es un proyecto de bodegas para arriendo tipo A que contempla una superficie total arrendable de 80 mil m2. El centro está ubicado al interior del nuevo Centro Industrial Parque Capital, del Grupo Pátio, en la zona de Noviciado, comuna de Lampa y está orientado, en un principio, para operadores logísticos o grandes empresas para manejo de carga general.



"Adicionalmente, tenemos la posibilidad de construir proyectos a la medida tanto para carga general como para productos peligrosos ya que el terreno tiene uso de suelo ISAM 6", comenta Daniel Furman, gerente general de Empresas Danco. Se estima que la primera de ellas, de 24 mil m2, estará disponible a partir de agosto 2017.

Danco se caracteriza por ofrecer bodegas de estándar internacional tipo A, con altura al hombro de 11 mt, andenes de acuatamiento, amplios patios de maniobra, casinos, etc. "También habilitamos oficinas a pedido, sistema de protección contra incendio y cualquier requerimiento que el cliente requiera. A contar del año pasado, hemos puesto mucho énfasis en la calidad de la seguridad de nuestros centros.

SDI ADQUIERE TECH CONVEYOR, INC

SDI, proveedor líder de sistemas de manejo de materiales y soluciones tecnológicas para la venta retail, wholesale, fulfillment e industrias de E-Commerce, ha adquirido Tech Conveyor, Inc. de New Jersey, Estados Unidos. Esta adquisición incluye todos los productos y soluciones de ingeniería de Tech Conveyor –ampliando aún más la plataforma de manejo de materiales



y cumplimiento de órdenes de SDI Systems, añadiendo una solución de Tilt Tray con características de auto-inducción. Esto complementará las soluciones de SDI para los servicios de clasificación y manipulación de unidades.

Este producto combinado con el diseño y servicios de ingeniería de SDI Systems, proporciona capacidades avanzadas al comercio detallista para distribuir eficazmente sus productos a sus negocios minoristas, y a los detallistas y distribuidores, para cumplir y enviar pedidos a sus clientes B2B o B2C.

"Esta adquisición demuestra aún más el compromiso de invertir en nuestro negocio y ofrecer a nuestros clientes una gama de productos amplia para satisfacer a sus requisitos específicos", dijo Krish Nathan, CEO de SDI Systems. "Cuando se combinan con nuestro software existente y las soluciones de clasificación de unidades, estas capacidades adicionales ofrecen a los clientes una solución de punta a punta para optimizar las operaciones de distribución."

"Esperamos dar la bienvenida a los clientes actuales de Tech Conveyor a la familia de SDI Systems y estamos comprometidos a proveer los mejores sistemas y apoyo," dijo Nathan. "El enfoque independiente, la fuerte situación financiera y el amplio fondo de recursos proveen a los clientes de SDI Systems la seguridad adicional que los sistemas en los cuales han invertido seguirán siendo apoyados y mejorados." Los asociados de Tech Conveyor estarán incorporándose al equipo de SDI Systems y seguirán proporcionando a sus clientes los recursos, servicios y cualquier apoyo que puedan necesitar.

SAAM MATERIALIZÓ ENTRADA AL SEGUNDO PUERTO MÁS IMPORTANTE DE COSTA RICA

SAAM, empresa multinacional chilena que presta servicios portuarios, de remolcadores y logística en América, materializó la adquisición de las dos concesiones de Puerto Caldera, el mayor terminal de la costa Pacífico de Costa Rica y el segundo en términos de carga movilizada en ese país. Esto, luego de recibir la aprobación de las autoridades regulatorias locales.

Con el cierre de la transacción, SAAM quedó con el control del 51% de la Sociedad Portuaria de Caldera (SPC) y de la Sociedad Portuaria Granellera de Caldera (SPGC), cuyo volumen anual transferido totaliza 5,5 millones de toneladas. La operación significó un desembolso de parte de SAAM de US\$48,5 millones por dicho porcentaje del capital social de ambas sociedades, que en conjunto registraron ingresos por US\$55,5 millones en 2016.

"En SAAM siempre estamos en búsqueda de nuevas oportunidades de negocios que nos permitan seguir consolidando nuestra posición de liderazgo en América. La adquisición del 51% de Puerto Caldera nos permite crecer en un país en el que hemos tenido buenos resultados, a través de una empresa bien gestionada a la que podemos agregar valor, y a la vez, nos permite sumar esfuerzos junto a socios que tienen conocimiento y experiencia", dijo el gerente general de SAAM, Macario Valdés.

La sociedad quedó integrada, aparte de la posición mayoritaria de SAAM, por las compañías costarricenses Saret (21%) y Logística de Granos (19%), así como por la empresa colombiana Grupo Empresarial del Pacífico (9%).

Con el cierre de este proceso, SAAM sigue avanzando en su estrategia de diversificación e internacionalización y se consolida como uno de los operadores líderes en puertos de Latinoamérica.

NUEVAS EXIGENCIAS EN TRAZABILIDAD – NUEVAS SIMBOLOGIAS ESTANDAR

La recopilación de información es una necesidad en todos los ámbitos de la actividad humana, en especial la actividad comercial y habitualmente a nivel de consumidor vemos como cada vez que compramos algún producto de cualquier tipo, éste es escaneado antes de ser entregado al consumidor, evidentemente esto se realiza para obtener el precio y que el cliente pueda pagar su producto, llevar un control de lo vendido, el control y reposición de stock, estudio de niveles de venta, de aceptación de unos productos frente a otros y otros muchos motivos, por lo que el escaneo de los códigos de barras de los productos en los puntos de venta es algo natural para todos nosotros.

Pero es importante indicar que en este momento, en la industria nacional, la información que se recopila en los puntos de venta, sean éstos en el retail de consumo masivo, en el farmacéutico o en cualquier otro, es una información muy escasa, dado que el único dato que se recoge para hacer gestión es el código único GS1 o GTIN-13 de la Unidad Comercial.

Por otra parte, también habitualmente, en la operación de venta final, se recoge un dato de interés, se trata del RUT del comprador, hasta aquí, las empresas pueden asociar qué compra cada cliente, cuándo y dónde, lo cual es bueno, pero como se ha indicado anteriormente, es insuficiente. Existen datos importantes en cada producto que también deben ser recogidos y son de gran importancia, como el Lote y la Fecha de Vencimiento. Esta información variable no es recogida en el momento de la venta, y ¿por qué razón?

La respuesta a esa pregunta tiene diferentes aristas y no es sencilla de responder, pero antes podríamos hacernos otras preguntas adicionales, por ejemplo: ¿Qué pasaría si un producto trazable como pueda ser un alimento o un medicamento, estuviese vencido en el momento de la venta? O ¿Qué ocurriría si el producto que se está vendiendo estuviera sujeto en ese momento a un proceso de recall (retirada de producto por algún tipo de anomalía)? ¿Cómo el establecimiento podría frenar la venta de ese producto en el punto de venta, si se dieran alguna de las dos anteriores circunstancias? Esa respuesta si es sencilla de responder: No podría detectar dichas circunstancias y el producto se vendería igual al cliente final.

Nuestro viejo amigo el EAN-13 impreso en todos los productos que compramos y que contiene exclusivamente el código único GTIN-13, nos ha dado un excelente servicio por muchísimos años, pero según las tendencias internacionales, las exigencias de los consumidores en todo el mundo, incluso por necesidades internas de las mismas empresas que comercializan los productos, ha llegado la hora de ser sustituido por otras simbologías más poderosas y funcionales.

Estas nuevas simbologías llevan años siendo utilizadas en muchos otros países con excelentes resultados. Estas simbologías o formatos gráficos, ya no unidimensionales (barras) sino bidimensionales (puntos) son dos: DataBar para consumo masivo (alimentos y todo lo que se pueda adquirir en supermercados) y DataMatrix para todo el ambiente de salud (medicamentos, insu- mos médicos, etc.), productos químicos, agroquímicos e industriales.

La sustitución del EAN-13 por el DataBar y del EAN-13 por el DataMatrix, implica cambios en muchos actores de las cadenas logísticas.

Desde el origen, el fabricante, hasta el momento de la venta en el POS o Punto de Venta, por supuesto que dichos cambios llevan asociados costos y variaciones, no sólo en las líneas de producción que deberán imprimir las nuevas simbologías con el GTIN-13, el lote y la Fecha de Vencimiento, sino en los scanners biópticos de los supermercados y locales de venta de productos farmacéuticos, sino en otro aspecto más importante que es lo referente a las aplicaciones informáticas que hay

detrás de los scanners, las cuales deberán ser adaptadas para recoger, ya no un solo datos, sino tres.



Desde GS1 a nivel mundial, creemos que este cambio es importante, pero debe darse en algún momento, y desde luego ya son muchos los años que nuestra Organización viene indicando la conveniencia de la migración a las nuevas simbologías, por seguridad de los consumidores, por trazabilidad de los productos sensibles y/o críticos, y por el bien de toda la cadena logística que trabajará con información mucho más rica y concreta de lo que se está haciendo hasta ahora.



SE PARTE DE LA NUBE PÚBLICO PRIVADA
MÁS EXTENSA DE LATAM

IFX networks

Cuenta con servicios especializados en la **nube** para las necesidades de su empresa, y obtenga beneficios que sumarán al desarrollo de su estrategia como **flexibilidad y escalabilidad de recursos, alta disponibilidad de servicios, control de gestión, backup de datos y completa seguridad de las soluciones.**



www.ifxnetworks.com



contactenos@ifxcorp.com



+56 (2) 2589.4500



/ IFXNetworks1



@IFX_NETWORKS



IFX Networks

AR RACKING FIRMA EL NUEVO ALMACÉN DE AFFINITY PETCARE EN BARCELONA

Diseño a medida, estructuras de alta calidad y óptimo aprovechamiento del espacio son las características que definen la solución que AR Racking ha instalado en el nuevo almacén de Affinity Petcare en Barcelona.



Esta conocida compañía, líder en alimentación para mascotas en España y que comercializa sus productos en más de 50 países, ha trasladado su sede central a unas nuevas instalaciones. Cuenta con una superficie de 3500 m2 en la que trabaja un equipo de 190 personas, incluyendo un almacén que constituye su base logística y que ha confiado a

AR Racking para que lo dote de un sistema de almacenaje moderno y acorde a sus necesidades. El equipo de AR, especialista en soluciones innovadoras, ha diseñado una combinación de estructuras para almacenar producto en tres espacios diferenciados con condiciones particulares de temperatura: una cámara de congelación, una cámara de frío y una de salida de producto.

En la cámara de congelación se ha instalado una estantería de almacenamiento dinámico de cinco calles, con una profundidad de 9 paletas y cuatro niveles en altura, con capacidad para albergar 180 paletas de 900 Kg. cada una.

ACADÉMICO USACH PARTICIPA EN X SEMINARIO IBEROAMERICANO "VITICULTURA Y CIENCIAS SOCIALES"

El Doctor Gregorio Pérez, académico del Departamento de Administración de la Facultad de Administración y Economía de la USACH fue parte del panel que comentó las ponencias de los investigadores del X Seminario Iberoamericano "Viticultura y Ciencias Sociales", "Productos Típicos, y Desarrollo Rural" y "Patrimonios culinarios".

En el encuentro participaron un total de 53 personas, académicos, sommeliers y funcionarios de viñas para la presentación de sus ponencias, que abarcaron la vitivinicultura, estudios filológicos, ciencias políticas, historia, administración, antropología, derecho, entre otras disciplinas.



El profesor Pérez fue invitado a participar de esta instancia, debido a su trabajo en el tema vitivinícola relacionado a las condiciones laborales de los enólogos, las acciones del marketing y la administración de los trabajadores del conocimiento como parte importante en la calidad final del producto.

Gregorio Pérez, Ph.D. de la University of Liverpool Management School y Magister en Administración y Dirección de Recursos Humanos de la USACH; es el director del Diplomado en Gestión del Conocimiento en las Organizaciones que imparte la facultad y que ha tenido un rotundo éxito en el área de la administración de empresas.

REDD AFIRMA QUE 37% DE LAS EMPRESAS INVERTIRÁ EN INTERNET DE LAS COSAS

Para 2020, 50 billones de cosas estarán conectadas a Internet y el mercado de maquinaria industrial enlazada a la red aportará entre \$10 y \$15 billones de dólares al PIB mundial en los próximos 20 años; sin embargo, actualmente menos del 5% de los datos capturados por sensores se utilizan para analíticas de optimización.

En este contexto, la empresa especializada en el desarrollo de soluciones de Internet de las Cosas (IoT), Telemática, Telemetría y Telecontrol de activos, Redd, realizó un sondeo a más de 150 ejecutivos nacionales para conocer su percepción sobre esta tendencia

Según el estudio, el 34% de los encuestados señaló que su empresa no conoce este término, a pesar de que 75% cree que las soluciones basadas en la conexión de activos a Internet



generan beneficios para su negocio. En relación al desconocimiento del concepto por tamaño de empresa, del total de las grandes firmas que participaron en la investigación la cifra llega a 35%, en las medianas a 47% y en las pequeñas a 26%, lo que de acuerdo a Rodrigo Martínez, gerente general de Redd, no es extraño, puesto que "actualmente son las Pymes las que están más familiarizadas con este tipo de tecnología, incluso existe un número menor de emprendedores que las están adoptando en sus operaciones, básicamente porque son compañías mucho más jóvenes, con mayor apertura a la innovación y en las cuales la gestión del cambio es menos compleja que en organizaciones con estructuras demasiado grandes.

SANTIAGO ES LA SEGUNDA CIUDAD MÁS CONGESTIONADA DE SUDAMÉRICA

TomTom lanzó hoy los resultados del TomTom Traffic Index 2017, el reporte anual que detalla las ciudades con mayor tráfico a nivel global, que por primera vez contempla a Santiago de Chile. Para los conductores de Ciudad de México hay malas noticias, ya que esa ciudad ocupó el primer lugar por segundo año consecutivo (7% más congestionada que el año pasado). En las calles de esta urbe, sus conductores pueden perder un promedio de 101% más de tiempo en cada trayecto en el horario punta de la tarde, comparado con un flujo de tráfico normal.

Utilizando datos de 2016, el TomTom Traffic Index examina la situación de congestión del tráfico en 390 ciudades de 48 países de seis continentes, desde Roma a Río, Singapur hasta San Francisco. TomTom trabaja con casi 19 trillones de puntos de datos que se han acumulado en nueve años. Este es el sexto año del TomTom Traffic Index.



Como novedad, este año Santiago de Chile es parte de este TomTom Traffic Index. La capital de Chile se ubicó en el lugar número 17, entre las ciudades grandes (con más de 800.000 habitantes) con una demora promedio por sobre el tiempo de viaje normal de 43% (con un peak en la mañana de un 73% y en la tarde de 88%).



La Asociación de Profesionales en Logística de Chile APLOG A.G.
& TMI Logistics Group
los invitan a participar en:

FILCE 2017
FERIA INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA & COMERCIO EXTERIOR

¡Una Feria Logística, realizada por Logísticos!

Visita los Stand en 1.000 mts2 de exposiciones
y asiste a los 4 Conversatorios de contingencia nacional e internacional



Descarga entradas en:
www.aplog.cl

11 ABRIL. 08:30 A 16:00 HRS.
CASA PIEDRA. SAN JOSEMARÍA ESCRIVÁ DE BALAGUER 5600, VITACURA.

EL SECTOR DE CARGA AÉREA CIERRA 2016 CON NOTA POSITIVA

Según el informe mensual de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA, por sus siglas en inglés), la demanda global de carga aérea (medida en toneladas de carga por kilómetro transportadas, FTK) creció un 3,8% en 2016 frente a 2015, casi el doble respecto al 2,0% de crecimiento medio de los últimos cinco años. Por otro lado, la capacidad (medida en toneladas de carga por kilómetro disponibles, AFTK) se incrementó un 5,3% en 2016.

Todas las regiones, excepto Latinoamérica, cerraron 2016 con una nota positiva. Casi la mitad de ese crecimiento se debe al desempeño de los transportistas europeos.

Tras un débil inicio de año, los volúmenes globales de carga se recuperaron en la segunda mitad de 2016, principalmente debido a una fuerte temporada alta, el aumento del transporte de materiales de silicio y un giro en las exportaciones. La celebración del Año Nuevo chino, en enero de 2017, también impulsó el incremento de la demanda en diciembre.

Los gobiernos no deben olvidar que el comercio es una herramienta poderosa para el crecimiento y la prosperidad", dijo Alexandre de Juniac, director general y CEO de IATA.

"La industria del transporte aéreo de carga debe ser, además, más competitiva, y sumarse a la transformación digital para mejorar su eficiencia y la satisfacción del cliente. Debemos aprovechar el buen momento de la demanda para impulsar las ventajas que ofrece e-cargo", añadió De Juniac.

Las aerolíneas latinoamericanas experimentaron una contracción de la demanda del 1% interanual en diciembre de 2016. La capacidad cayó un 7,9%. La reducción de la demanda en diciembre se ha reflejado en el desempeño general de la región en 2016, que volvió a registrar una caída por segundo año consecutivo, con una disminución de la demanda de carga del 4,2% en 2016. No obstante, en términos desestacionalizados, los datos de crecimiento están en línea con los niveles a comienzos de 2016. Latinoamérica continúa afectada por la debilidad económica y política, especialmente en Brasil, la mayor economía de la región. La capacidad disminuyó un 2,0% en 2016, en comparación con 2015.

En Norteamérica la demanda de carga creció un 3,7% interanual. La capacidad se contrajo un 1,4%. Con el dato de diciembre, el crecimiento de 2016 se sitúa en un modesto 2,0%, frente al 1,3% de 2015. La capacidad creció un 3,4% en 2016. La fortaleza del dólar estadounidense ha seguido impulsando los volúmenes de las importaciones, a diferencia de las exportaciones, que se han visto afectadas.

Las aerolíneas europeas registraron un incremento interanual del 16,4% en la demanda de diciembre y un aumento de la capacidad del 5,9%. El excelente desempeño de diciembre impulsa el crecimiento hasta el 7,6% en 2016, el mayor aumento de todas las regiones, y representa casi la mitad del incremento global anual de la demanda de carga. La tendencia de crecimiento ajustada estacionalmente se mantiene fuerte y está en consonancia con el aumento estable de las exportaciones alemanas y la continua debilidad del euro. La capacidad aumentó un 6,7% en 2016.



"En términos de demanda, 2016 fue un buen año para el sector de carga aérea, impulsado sobre todo por el buen desempeño a finales de año. El fuerte aumento de las exportaciones es un dato positivo, pero la industria se enfrenta a algunos desafíos como el estancamiento del comercio mundial y las políticas proteccionistas.

ANÁLISIS REGIONAL

Los volúmenes de carga crecieron un 3,8% en 2016 respecto a 2015, superando las previsiones. Todas las regiones, excepto Latinoamérica, registraron aumento de la demanda en 2016.

MECALUX: UNA SOLUCIÓN DE ALMACENAJE ÓPTIMA PARA CADA CLIENTE

Con la seguridad de ser una compañía líder a nivel mundial en sistemas de almacenaje y con una destacada presencia en Chile, desde hace más de dos décadas, Mecalux se ha enfocado en el diseño, fabricación, comercialización y prestación de servicios relacionados con los racks y estanterías metálicas, bodegas automáticas, software de gestión de bodegas y soluciones de intralogística en general.

Desde sus inicios, Mecalux ha tejido una red mundial que cuenta en la actualidad con presencia comercial en más 70 países y 11 centros productivos repartidos por todo el mundo, siete de ellos en América (Estados Unidos, México, Brasil y Argentina).

Además de la proximidad con las fábricas, Mecalux Chile cuenta con un gran volumen de stock que le permiten entregar con rapidez y eficiencia la solución idónea y más rentable para cualquier flujo de mercancías o necesidad de almacenaje de sus clientes.

Es así como Mecalux destina importantes recursos a sus departamentos de ingeniería y a sus cuatro centros tecnológicos, donde se trabaja en proyectos de I+D, que incluyen la aplicación de las últimas innovaciones en ingeniería antisísmica y, por supuesto, el estricto cumplimiento de la normativa chilena e internacional.

Con clientes como Iron Mountain, Unimarc, Alifrut, Unilever, SKF, Kimberly Clark, Transportes CCU, entre otros, el 2017 se presenta con excelentes perspectivas, impulsadas con la reciente incorporación como Gerente General de Germán Flores Miranda, profesional con una destacada trayectoria en el sector.

Para más información sobre sus soluciones de almacenaje, así como para ver vídeos y casos prácticos con ejemplos de éxito, consulte www.mecalux.cl. Si lo prefiere, puede contactar con la casa matriz en Santiago de Chile llamando al +56 22 8276000.

DIRECTOR PARA BRASIL, LATAM & CARIBE DE JCB VISITA CHILE

JCB es una de las principales empresas a nivel mundial en la fabricación de maquinaria para la construcción y en retroexcavadoras y manipuladores telescópicos. La marca inglesa distribuida por Dercomaq en Chile, Perú, Colombia y Bolivia, recibió la visita del Director para Brasil, LATAM & Caribe de JCB, Jose Luis Goncálves, para analizar las proyecciones en un mercado que ha comenzado a reactivarse y las novedades de la marca para Chile.

Para Goncálves, Chile es uno de los principales países de la región que destaca por su volumen, participación de mercado y solidez económica, además al ser un mercado abierto, existe mayor competencia y por lo mismo existe un desafío mayor para satisfacer a los clientes.



Durante su visita el ejecutivo destacó la exitosa gestión que realiza la marca en Chile junto a Dercomaq, donde alcanzan cerca del 20% de market share. "Para este

2017 nuestra meta es sobrepasar ese 20% y para esto incorporaremos cinco nuevos productos, donde destaca la retroexcavadora más pequeña del mundo", señaló Jose Luis Goncálves, director para Brasil, LATAM & Caribe de JCB.

FINNING SE ADJUDICA FONDO CORFO PARA INNOVACIÓN

En el marco del Programa de Apoyo a la Productividad e Innovación en Chile, CORFO (Corporación de Fomento de la Producción) adjudicó a Finning el programa "Desarrollo de Capacidades para la Innovación", consistente en un co-financiamiento por \$60.000 USD para potenciar la innovación al interior de la Compañía y desarrollar sus capacidades de gestión de innovación, apalancándose en tres grandes focos: experiencia del cliente, energías renovables y conectividad de equipos y servicios.

A través de este proyecto, que se ejecutará durante todo el año 2017, Finning espera desplegar una estrategia interna de innovación y fortalecer sus métodos de gestión para facilitar el desarrollo de un portafolio de proyectos de innovación de alto impacto que contribuyan al crecimiento sostenido del valor de la Compañía.

Fernando Tsuji, gerente de marketing y experiencia de clientes de Finning Sudamérica, al respecto señaló: "Nuestra empresa está comprometida con la permanente innovación de procesos y modelos de negocio, de manera que su oferta de equipos, componentes, repuestos y servicios esté alineada a los requerimientos futuros. Por eso, estamos muy satisfechos de contar con el apoyo de CORFO ya que estamos convencidos de que los países logran alcanzar un desarrollo sostenible cuando se generan espacios de efectiva colaboración entre lo público y privado, aportando cada uno lo mejor de sí para hacer frente a los desafíos del mañana".

CNDC SE REUNIÓ CON MINISTRO DEL INTERIOR POR ATENTADO A CAMIONES EN LA ARAUCANÍA

La directiva de la Confederación Nacional de Dueños de Camiones de Chile se reunió este lunes con el Ministro del Interior, Mario Fernández, para abordar el masivo atentado incendiario que destruyó 19 camiones y una decena de equipos de una empresa de transportes en la Araucanía.

En una reunión franca, el gremio solicitó al titular de Interior señales claras de que las policías intensifiquen su labor preventiva, y que la justicia cumpla con lo suyo en cuanto a establecer responsabilidades de los autores. Por su parte, el Ministro calificó de "provocación" el ataque y expresó que el Gobierno tiene el mayor interés en que sean controlados las acciones delictuales violentas.

La autoridad precisó, en todo caso, que no hay cabida para declarar estados de excepción constitucional en el Sur, que implique la presencia de fuerzas militares, porque legalmente una medida de ese tipo sólo puede ser adoptada en casos de catástrofes que comprometan a toda la comunidad, y teniendo en cuenta que los estados de excepción implican, necesariamente, la restricción de libertades generales.

Por su parte, el Presidente de la CNDC, Juan Araya, calificó la reunión de "positiva", porque entendemos que es una situación muy compleja, agravada por su magnitud. "El Ministro escuchó nuestros planteamientos y nuestra preocupación. Nos quedamos con que él afirmó que se va a ser muy activos ante esta situación, si bien no quiso ser más específico".

En la reunión con el Ministro Mario Fernández estuvieron presentes, junto a la CNDC, otras dos entidades gremiales, ChileTransporte encabezada por su presidente, Víctor Jorquera, y Agetich, representada por su Gerente, Francisco Lobos. Fuente: CNDC

DERCOMAQ TRAE TOPCON A CHILE Y DA UN IMPORTANTE SALTO EN MATERIA DE INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD AGRÍCOLA



Con el fin de ofrecer constantemente nuevas alternativas para mejorar la productividad agrícola y entregar nuevas soluciones a sus clientes, DercoMaq trae a Chile TOPCON, marca estadounidense líder en el mercado mundial en instrumentos de agricultura de precisión, particularmente en sistemas de posicionamiento y orientación satelital de vanguardia. Los equipos de TOPCON funcionan para todo tipo de cultivos,

pero son especialmente eficientes en siembras de manera intensiva y en grandes extensiones de terreno, aportando eficiencia y productividad en cada etapa de la operación de producción agrícola, desde la siembra a la cosecha. Entre sus dispositivos que se comercializarán en Chile destacan el autovolante AES-25 -sistema de dirección eléctrica automática que se instala de manera sencilla en cualquier tractor- consolas con distintas

especificaciones; antenas receptoras de señal abierta GLONASS y GPS con un trazado de 32 canales, y antenas receptoras para varias señales (WAAS/EGNOS,RTK) de alta precisión.

El AES-25 además es compatible con todas las consolas de la marca y proporciona la conveniente dirección eléctrica con el rendimiento de la dirección hidráulica.

Gracias a la incorporación de TOPCON a su portafolio, DercoMaq brindará un servicio completo e integral a sus clientes del sector agrícola: desde la compra del tractor, a la instalación y soporte de los equipos de agricultura de precisión.

Los productos TOPCON estarán disponibles en toda la red DercoMaq a lo largo del país. Para más información visite www.dercomaq.cl

APLOG LLEVA APOYO A DAMNIFICADOS POR INCENDIOS EN LA ZONA CENTRO SUR

Un significativo aporte realizó la Asociación de Profesionales de la Logística (APLOG) que tras los recientes incendios forestales en la zona centro-sur del país acudieron en ayuda de parte de los cientos de damnificados.

Durante febrero, representantes de la asociación llegaron con donativos hasta el sector de Navidad y Chorrillos, apoyo que fue recolectado desde la propia organización que motivó a diferentes empresas del rubro logístico a aportar con aquellas personas que sufrieron los intensos incendios. En un comunicado, Gianni Contenta expresó su agradecimiento "a quienes aportaron para hacer realidad esta segunda ayuda, llevando alegría a las familias por el aporte directo en mercaderías". Entre las empresas que contribuyeron a la campaña impul-



sada por Aplog se encontraron: Redd System, Via Pacifico SpA, TW Logística, Loginsa S.A, Revista Logistec. Además, Contenta agregó que "estamos felices, porque logramos sonrisas de todas las

mujeres al entregar una cartera con artículos personales", un aporte que viene a subsanar algo de lo que estas familias han perdido. "Agradecemos el trabajo de cada grupo que aportó con ayuda.



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

 www.tnt.cl

 (2) 2360 5100



THE PEOPLE NETWORK



**HACEMOS DE LA
LOGÍSTICA UN
FACTOR DE ÉXITO
PARA TI**

ARRIENDO & VENTAS

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.



Jungheinrich Rentalift Chile - Santiago
Puerto Madero 9691
Parque Industrial, Pudahuel Santiago de Chile.
Central: +56 2 2499 7100
www.jungheinrich.cl