



Jueves 5 de Junio de 2008

ediciones.especiales@mercurio.cl ✉

Fotos



René Caldentey, director del Centro de Retail de la U. de Chile.



✉ Enviar por mail 🖨 Imprimir

Logística y retail:

Cuentas alegres

Angélica Bañados

El retail es la industria que más ha desarrollado la logística en nuestro país, especialmente en la última década. Y los cambios suman y siguen.



Angélica Bañados

A nivel mundial, Wal-Mart, Zara o Dell son ejemplos de empresas en las cuales la función logística juega un rol protagónico en su estrategia y éxito comercial. En nuestro país, esta área ha evolucionado fuertemente en la última década, siendo el retail claramente la industria más adelantada en este desarrollo.

Comparado al resto de Sudamérica, Chile es un país que está muy avanzado y a niveles de naciones desarrolladas, "se podría decir que estamos pisándoles los talones", asegura René Caldentey, director del Centro de Retail del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

Señala, sin embargo, que el país debe avanzar en el rol que se le da a la función logística. "Mi impresión es que aún nuestros retailers miran la logística como un centro de costos, en lugar de tomar una visión moderna y verla como un área de generación de valor para el cliente y, por ende, una fuente de ventajas competitivas".

Y agrega: "Es importante diferenciar, eso sí, la naturaleza de la logística en los distintos retailers, en el caso de los supermercados buscan una logística que minimice costos, mientras que en las tiendas por departamento enfocadas deben responder rápidamente a los cambios de temporada y ciclos de la moda e innovaciones tecnológicas".

Otros artículos

- + [Cuentas alegres](#)
- + [Breves](#)
- + [¿Flexibilizar la formación?](#)
- + [Innovación en freno](#)
- + [Profesionales competentes](#)
- + [¿Un clúster logístico?](#)
- + [Proyectos más que políticas](#)
- + [Diferenciación estratégica](#)
- + [Un parque logístico para Santiago](#)
- + [Componente esencial en un traslado eficiente](#)
- + [Nueva alianza para competir en el mercado tercerizado](#)
- + [Variados modelos para una industria en constante desarrollo](#)
- + [Especialista en cargas peligrosas](#)
- + [Externalizar es la clave del negocio](#)
- + [Alemania, un líder mundial](#)

A su juicio, uno de los principales problemas de esta área es la proliferación de SKU's a todo nivel (alimentos, productos electrónicos, ropa, etc.), lo que obliga a manejar lotes más pequeños, incrementando la complejidad en la planificación y reduciendo las economías de escala y la consolidación en el transporte. "A esto se suman cambios más frecuentes de temporada, donde se debe recambiar prácticamente el 100% de los productos. También está el tema de las mermas, como robos, manejo de lotes, fechas de vencimiento, entre otros".

Presente y futuro

Entre los desafíos de logística en la industria del retail, Caldentey señala la integración de los sistemas al interior de la organización y, aún más importante, con los proveedores. "El desarrollo que están teniendo los denominados sistemas B2B es un paso en la dirección correcta. Sin embargo, estos B2B están aún en la fase de desarrollo, con poca penetración en proveedores medianos y pequeños, y con poco alcance en términos del apoyo que dan a la toma de decisión".

Explica que un buen servicio de logística ofrecido a la industria del retail debe incluir, entre otros, tiempos de respuesta cortos, mínima tasa de siniestros o mermas, altos estándares de calidad y flexibilidad, además de sistemas de información avanzados que permitan tomar decisiones en tiempo real y que permitan gatillar en forma inmediata los sistemas de reposición.

"Una óptima fusión entre logística y retail depende mucho del tipo de negocio y de la estrategia comercial que se busca potenciar. Para productos básicos con mercados maduros, el objetivo es minimizar los costos de operación y por ende los logísticos, y la separación de funciones tiende a dar mejores resultados. Por otro lado, productos con temporadas de venta corta, ya sea por frecuentes cambios tecnológicos, modas temporales, etc., requieren de mayor integración entre la función logística y la operación del retail".

Entre los negocios que están más avanzados en el tema de la logística figura la mayoría de las multitiendas y farmacias, en especial por los altos márgenes que se obtienen en ellas.

El director del Centro de Retail del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile sostiene que la tendencia a nivel mundial en el tema es hacia el "acortamiento" de la cadena de suministro, tanto en términos del flujo físico de productos como de información. "Lo que se busca es mejorar la visibilidad que proveedores, operadores logísticos y retailers tienen de los niveles de inventarios y las fluctuaciones en la demanda. Es esta visibilidad la que ayuda a ajustar la oferta de productos a los requerimientos reales de los consumidores y no a los planificados. Y es que como consumidores cada vez más exigimos productos 'frescos'".

Cabe destacar que debido a su estrecho contacto con el consumidor final, la industria es la principal generadora de demanda para el resto de la economía, por lo que suele liderar cambios tecnológicos y de gestión.

Cadena integrada

Con 115 supermercados de Arica a Punta Arenas, D&S –con su cadena de supermercados Lider– diseñó su propia red de distribución y venta de alimentos a nivel país, logrando consolidar un sistema logístico que permite que el 65% de los productos que se venden en sus locales sean abastecidos por los tres centros de

distribución de la compañía.

En los últimos dos años, Sodimac, por su parte, ha invertido US\$ 70 millones en nuestro país, destacando dos centros de distribución en Santiago y Coronel. "Para ser un operador de costos bajos, la única forma es tener cadenas altamente integradas que sean capaces de optimizar el costo a nivel global", explica Francisco Errázuriz, gerente de Cadena de Abastecimiento de Sodimac.

[Publicidad](#) | [Hacemos esto...](#) | [Preguntas frecuentes](#) | [Cóntactate con nosotros](#) |

© El Mercurio S.A.P.
[Términos y Condiciones de Los Servicios](#)