



WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS

KARIN SHIOTA

SOCIA DE WINS CHILE, NETWORK ADMINISTRATIVE MANAGER
- PHYSICAL LOGISTIC NESTLÉ CHILE - CONSULTORA EN EFICIENCIA
DE PROCESOS Y MEJORA CONTINUA

¿CÓMO INICIAR CON IA EN EL MUNDO LOGÍSTICO? EL TIEMPO SE AGOTA Y ES UN HECHO QUE EL MODELO LLM (LENGUAJE DE GRAN ESCALA), UTILIZADO POR ASISTENTES VIRTUALES IMPULSADOS POR IA GENERATIVA, LLEGÓ PARA QUEDARSE. PERO LA GRAN INCOGNITA ES SI ESTAMOS PREPARADOS COMO PAÍS, COMO EMPRESA Y, MÁS AUN, COMO PROFESIONALES PARA RECIBIRLA.

El Foro Económico Mundial publicó en 2023 un informe sobre cómo evolucionarían los puestos de trabajo en los próximos cinco años y cómo las tendencias socioeconómicas y tecnológicas impactarán en el perfil del profesional del futuro, incluidos los CIO's. Un dato adicional que me gustaría compartir es una visión del Profesor Dr. Abel Sánchez, Director Ejecutivo MIT, quien mencionó que la empresa OpenAI (creadora de ChatGPT) entrevistó a 4173 compañías que habían contratado sus servicios.

El resultado de la adopción de IA fue sorprendente: solo un 30% de las empresas utilizaban la IA de manera no uniforme. La menor participación fue en el departamento de Finanzas, con un 7%, mientras que el mayor uso estuvo en Marketing, con más del 20%. Aquí se identificaron dos patrones de comportamiento: el primero, que los perfiles creativos impulsan la adopción de nuevas tecnologías, y el segundo, llamado "IA de las Sombras", que describe el escenario peligroso para la ciberseguridad, donde el 80% de los trabajadores utilizaban herramientas personales (como teléfonos o computadoras) para acceder a aplicaciones y ejecutar tareas repetitivas.

Los modelos de lenguaje en gran escala (LLM) están revolucionando el trabajo profesional. Estas herramientas de IA son esenciales en múltiples industrias, impulsando la productividad y optimizando las tareas diarias. El perfil profesional en tres años tendrá una inclinación hacia tareas creativas, utilizando herramientas tecnológicas y buscando empresas con estrategias de implementación de IA, lideradas por CIOs menos micromanagers y más inspiradores que fomenten la creatividad y el espíritu emprendedor en cada profesional, impulsando su crecimiento y desarrollo de habilidades como: pensamiento analítico, creatividad, flexibilidad, resiliencia, uso de tecnologías y capacidad para trabajar en equipo.

Definitivamente, el tema es apasionante y, a su vez, incómodo, debido al grado de disrupción e incertidumbre. Podríamos estar todo el día hablando sobre cómo la inteligencia artificial se está convirtiendo en nuestro mejor amigo o enemigo, algo tan esencial y

transformador que está marcando un "antes y después".

¿CÓMO INICIAR LA IMPLEMENTACIÓN DE IA DESDE UNA PERSPECTIVA EMPRESARIAL?

1. Implementar y cumplir con la ética: No sustituir personas por IA, sino construir una estrategia robusta que potencie nuevas habilidades, con un enfoque en "Customer Centricity".

2. Mapeo completo: Trabajar en puntos manejables con el departamento de Mejora Continua, identificando brechas, oportunidades y necesidades de capacitación. Clasificar los flujos de procesos potenciales que se pueden estandarizar y crear agentes IA. Realizar un análisis profundo de los datos con un mayor retorno por inversión.

3. Crear una estrategia de capacitación: Se estima que el 44% de las habilidades de los profesionales cambiarán en los próximos años. La capacitación debe cubrir conceptos básicos como ética en IA, leyes de ciberseguridad, uso adecuado de asistentes virtuales y comprensión de términos asociados a IA.

Y los profesionales, ¿cómo deberían estar atentos para no arriesgar sus empleos?

1. Actualizarse en conocimientos sobre IA: Según el informe de www3.weforum.org, habrá una transición en los puestos de trabajo en los próximos cinco años, donde se crearán 69 millones de empleos, pero se eliminarán 83 millones debido a la migración de roles hacia necesidades asociadas a IA.

2. Cambio de perfil profesional: Para los profesionales analistas, se necesitará un perfil más creativo, emprendedor, curioso y desafiante. Para los CIOs, se debe adoptar un enfoque ágil y fortalecer habilidades en psicología empresarial, actuando como motivadores para equipos que valoran el equilibrio entre vida personal y trabajo, y rechazando el control excesivo. Atraer talento apasionado y automotivado dependerá de una visión clara sobre los profesionales necesarios para fortalecer la estrategia de recursos humanos.

3. El profesional de IT: Enfrentará el desafío de controlar de manera robusta los sistemas heredados (con IA), regulando el flujo de información híbrida y levantando alertas relacionadas con vulnerabilidades y ciberseguridad.

Mi sugerencia es que seamos "brillantes en lo básico" y nunca pensemos que es demasiado tarde para dar el primer paso hacia el cambio disruptivo. ■



WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS

JENNIFER PAVEZ BERRIOS
SOCIA Y RESPONSABLE DE RSE DE WINS CHILE, DEMAND PLANNER
ING. COMERCIAL/MG. EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

"EL ARTE DE PREDECIR: DATOS Y PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA"
TRABAJAR EN LA PREDICCIÓN DE LA DEMANDA ES COMO TENER UNA BOLA DE CRISTAL MODERNA, DONDE LOS DATOS SON LA CLAVE PARA DESENTRAÑAR LOS MISTERIOS DEL FUTURO. ESTE CAMPO COMBINA LA EMOCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE VER RESULTADOS TANGIBLES, HACIENDO QUE CADA DÍA SEA UNA NUEVA AVENTURA.

Uno de los aspectos más emocionantes de la predicción de la demanda es el desafío constante que presentan los datos. Cada conjunto de datos es único y requiere un enfoque creativo para interpretar y utilizar la información. Es como resolver un rompecabezas complejo, donde cada pieza debe encajar perfectamente para revelar la imagen completa.

En el competitivo mundo empresarial actual, la planificación de la demanda se ha convertido en una herramienta esencial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas. Este proceso permite a las organizaciones anticipar la demanda futura de sus productos o servicios, optimizando así sus operaciones y mejorando la satisfacción del cliente.

La planificación de la demanda se entiende como el proceso de predecir la demanda futura de productos o servicios mediante el análisis de datos históricos, tendencias del mercado y otros factores relevantes. Este proceso ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas sobre la producción, el inventario y la distribución, asegurando que puedan satisfacer la demanda del cliente de manera eficiente y rentable. Pero ¿se puede predecir la demanda en todos los rubros de la misma manera? Evidentemente no, cada empresa, cada producto, es un mundo particular y debemos conocer muy bien nuestro rubro para poder estimar buenos pronósticos, considerando todos los factores internos como externos.

La relevancia que tomó el mundo logístico durante la pandemia ha obligado a las empresas a implementar mejoras en sus procesos, invertir en tecnología, capacitar a su capital humano y estar constantemente mirando el mercado y sus variaciones a nivel global. La planificación de la demanda es una herramienta indispensable para las empresas que buscan mantenerse competitivas en un mercado en constante cambio. Al anticipar la demanda futura y ajustar sus operaciones en consecuencia, las empresas pueden optimizar sus recursos, reducir costos y mejorar la satisfacción del cliente. En un mundo donde la eficiencia y la agilidad son clave, la planificación de la

demanda se presenta como una estrategia esencial para el éxito empresarial.

Lo que más me gusta de la planificación es que tiene un impacto real en las empresas y en la vida cotidiana. Ayudar a una empresa a optimizar sus inventarios, reducir costos y mejorar la satisfacción del cliente es muy gratificante. Saber que tus análisis y predicciones están haciendo una diferencia tangible añade un nivel de satisfacción personal que pocos trabajos pueden ofrecer. Trabajar en compras durante la pandemia fue una experiencia única y desafiante, especialmente en el sector de los libros, donde la demanda se disparó inesperadamente.

Durante la pandemia, el confinamiento y las restricciones llevaron a un aumento significativo en la demanda de libros. La gente buscaba formas de entretenerse y aprender mientras estaba en casa, lo que resultó en un incremento en las ventas de libros de ficción, no ficción, y educativos. Mi principal desafío fue ajustar rápidamente nuestras previsiones y estrategias para satisfacer esta demanda sin precedentes. Inicialmente, nuestras previsiones no contemplaban un aumento tan drástico, por lo que tuvimos que adaptarnos sobre la marcha.

Algunas estrategias que pueden servir frente a un escenario de una demanda inesperada pueden ser:

- 1. Análisis de Datos en Tiempo Real:** Implementar sistemas de análisis de datos en tiempo real para monitorear las tendencias de ventas y ajustar nuestras previsiones semanalmente en lugar de mensualmente.
- 2. Colaboración con Proveedores:** Trabajar estrechamente con los proveedores para asegurar un suministro constante. Esto incluye, si es necesario, renegociar contratos y aumentar los pedidos de los productos más vendidos.
- 3. Optimización del Inventario:** Para evitar el desabastecimiento, optimizar el inventario priorizando los productos más demandados y ajustando las estrategias de almacenamiento y distribución. Implementar un sistema de rotación rápida para mantener los estantes llenos.
- 4. Comunicación con el Equipo de Marketing:** Colaborar con el equipo de marketing para lanzar campañas promocionales que destaquen los productos más demandados.
- 5. Adaptación a la Venta Online:** Implementar o mejorar una plataforma de e-commerce y optimizar la logística para asegurar entregas rápidas y eficientes. ■



WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS

PAULINA SOTO MÁRQUEZ

MSC IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, UNIVERSITY OF NOTTINGHAM, INGLATERRA. ING. CONTROL DE PROYECTOS, BUREAU VERITAS/DIVISIÓN EL TENIENTE. DOCENTE INGENIERÍA EN GESTIÓN LOGÍSTICA EN IPCHILE Y SOCIA WINS

EQUIDAD DE GÉNERO EN LA CADENA DE SUMINISTRO: UNA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA. LA CADENA DE SUMINISTRO SE HA CONSOLIDADO COMO UNA DE LAS FUNCIONES MÁS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. ESTO SE HA HECHO AÚN MÁS EVIDENTE EN LA ÚLTIMA DÉCADA, MARCADA POR DESAFÍOS COMO DISRUPCIONES GLOBALES, EXIGENCIAS CRECIENTES EN SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN, Y UNA PANDEMIA DE ESCALA MUNDIAL.

Durante la crisis del COVID-19, la logística cobró un protagonismo inédito: se volvió esencial para garantizar el abastecimiento y responder a las nuevas demandas de los consumidores. Fue en ese contexto que esta área dejó de ser invisible para muchas organizaciones y pasó al centro del debate empresarial.

Sin embargo, a pesar de su rol fundamental, persisten brechas significativas en la representación de mujeres en el sector. De acuerdo con Gartner (2021), aunque las mujeres representan el 41% de la fuerza laboral en supply chain, solo un 15% ocupa cargos ejecutivos. Esta desigualdad es particularmente marcada en industrias tradicionalmente masculinizadas como la logística, el transporte y la manufactura pesada.

La falta de representación femenina en espacios estratégicos limita no solo la diversidad de pensamiento, sino también la capacidad de innovación y adaptación de las organizaciones. El Foro Económico Mundial (2022) advierte que, al ritmo actual, tomará más de 170 años alcanzar la igualdad de género a nivel global.

En el caso de la cadena de suministro, esta brecha se mantiene debido a factores estructurales como los sesgos en los procesos de reclutamiento, la escasez de políticas efectivas de conciliación laboral y la persistencia de estereotipos sobre roles técnicos y de liderazgo. La equidad de género no debe considerarse únicamente una meta ética: es también una estrategia competitiva.

Un estudio de McKinsey (2020) demostró que las empresas con mayor diversidad de género en sus equipos ejecutivos tienen un 25% más de probabilidades de superar la rentabilidad promedio de su industria. Además, la incorporación de la perspectiva femenina en los procesos operativos permite diseñar

soluciones más integradoras, seguras y sostenibles. Un ejemplo ilustrativo de la importancia de la perspectiva de género es en los maniqués utilizados en pruebas de seguridad en la fabricación de automóviles. Diversos estudios han demostrado que las mujeres tienen un 47% más de probabilidades de sufrir lesiones graves en un accidente de tránsito.

Pero ¿Por qué pasa esto? La respuesta está en que los maniqués de prueba suelen tener anatomía masculina. Hoy en día, la normativa europea exige el uso de maniqués femeninos pero muchas compañías para cumplir con esta norma utilizan versiones masculinas en tamaño reducido. Lo que podría ser una prueba de la falta de perspectiva femenina en este sector, donde apenas representan el 20% de la fuerza laboral.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021) ha advertido que, en sectores como la logística y el transporte, los estereotipos de género siguen condicionando la contratación, ascenso y permanencia de mujeres, especialmente en posiciones técnicas o de liderazgo. Frente a este panorama, algunas estrategias recomendadas para avanzar hacia una mayor equidad incluyen:

1. **Procesos de selección inclusivos, aplicando mecanismos como la contratación ciega y métricas de diversidad.**
2. **Programas de mentoría y redes de apoyo profesional, como los promovidos por WINS Chile.**
3. **Planes de carrera con enfoque de género, que contemplen medidas de conciliación y reintegración laboral tras licencias parentales.**
4. **Capacitación en sesgos inconscientes, dirigida tanto a mandos medios como a alta dirección.**

Organizaciones como SheWorks del Banco Mundial y la Red WIN en Latinoamérica han demostrado que estas prácticas pueden marcar una diferencia concreta en la inclusión femenina dentro de la cadena de suministro.

En un entorno globalizado y tecnológicamente acelerado, la sostenibilidad empresarial no depende solo de la adopción de nuevas tecnologías. Una cadena de suministro resiliente y eficiente también debe ser inclusiva y equitativa.

La transformación no se logra únicamente con buenas intenciones: requiere compromiso organizacional, métricas claras y liderazgo consciente. El futuro de la cadena de suministro será sostenible e innovador solo si también es diverso e inclusivo. ■



WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS

DANIELA HUERTA GONZÁLEZ
CUSTOMER SERVICE & OPERATIONS MANAGER VCP LOGISTIC, DOCENTE
EN IP CHILE Y SOCIA WINS

EL ROL DEL CUSTOMER SERVICE EN LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS. MUCHAS VECES ME PREGUNTÉ SI EL ROL DEL "CUSTOMER SERVICE" ERA BIEN VALORADO O SI ERA SOLO UN ROL MÁS DENTRO DE LA CADENA LOGÍSTICA Y ESPECÍFICAMENTE DEL TRANSPORTE DE CARGA.

Según la definición de OBS Business School, podemos definir un customer service como "el servicio que ofrece una empresa a sus clientes tras haber comprado uno de sus productos o adquirido uno de sus servicios". Un buen customer service no solo permite fidelizar a tus clientes, sino que hace que el cliente tenga una experiencia de compra completa que lo llevará a promocionar tu marca.

Este rol con el tiempo ha adquirido una gran relevancia para las compañías en general, ya que la atención de clientes es la cara visible de una empresa o marca y, por lo mismo, se requiere gente más preparada tanto académicamente como en sus características personales.

Debe ser una persona que tenga empatía, que le guste relacionarse con otros, disponga de buenas capacidades para comunicarse, resolutive y que por, sobre todo, pueda demostrar que le interesa lo que el cliente requiere y, además de todas esas habilidades blandas, se han agregado exigencias más duras como planificación, data analyst, herramientas como Power BI para analizar el negocio.

Y es que ahora no solo se necesita atender al cliente, se trata también de brindarle una experiencia, entregar un servicio altamente de calidad, pero relacionándose también con su fibra humana, verlo como persona y no como un simple comprador, pero también, tener conocimientos claves de la industria, de tal manera que la percepción que tenga sea más que la de ser parte de una simple transacción. Estamos en la era de las emociones y qué mejor forma de llegar a ellas que manteniendo una buena relación humana y profesional, conociendo lo que del otro lado esperan de nosotros.

El Customer Service es un rol crucial dentro de cualquier industria y los requisitos para participar en este rol cada vez están siendo más exigentes.

- **Resolución de conflictos:** ser capaz de resolver los inconvenientes que se generen con la mayor eficacia posible.
- **Proactividad:** Adelantarse a los hechos, estar atentos a lo que está pasando en el mer-

cado y traspasar la información necesaria

- **Transparencia:** trabajar con honestidad, no prometer si no puede cumplir.
- **Empatía:** Demostrar que hay interés real en la atención.
- **Practicar escucha activa:** Poner atención a lo que el cliente dice, escuchar, anotar y no responder a la defensiva nos da una gran oportunidad de fidelización.
- **Priorizar:** Todos los clientes son importantes, pero conocerlos nos dará la oportunidad de organizar nuestros tiempos y determinar prioridades.
- **Asumir los errores:** Las personas que atendemos clientes somos seres humanos y podemos equivocarnos, lo importante es asumir la responsabilidad y reparar el daño, ser genuinamente honesto.
- **Gestión de reclamos:** Clasificar y analizar los reclamos nos permitirá buscar la causa raíz e implementar acciones de mejora que el cliente percibirá y valorará.

Si bien también en estos tiempos está muy presente la digitalización en la industria logística, donde los clientes valoran el acceso a la información instantánea, el rastreo y la conectividad 24/7, no podemos dejar de lado el contacto y el involucramiento en los negocios de quienes demandan nuestros servicios y, mantener un equipo especializado, hará que se tomen mejores decisiones traspasando ahorros y eficiencia que desde luego, serán también traspasados al usuario final: ya no se trata de mover un producto de un punto A a un punto B.

Hace un tiempo, hemos visto cómo el transporte marítimo se ha visto afectado por guerras, ataques y ahora último, por la imposición arancelaria de Estados Unidos, lo que hace que se "revolucionen" las rutas, la oferta y las tarifas.

Tener un equipo especialista que tenga como objetivo no solo informar sino sugerir cuándo, con quién o cómo embarcar, marcará la diferencia en nuestros servicios y también nos dará un valor agregado que no puede ser reemplazado por una máquina. La invitación es: trabajemos junto a la tecnología, pero no nos olvidemos del contacto humano.

Es responsabilidad de las empresas mantener este rol en alto y seleccionar a personas capacitadas para ejercerlo, además de hacer mediciones de satisfacción que permitan conocer, empíricamente, lo que los clientes piensan de nosotros. Es un rol importante que conecta con las personas, con las empresas o marcas. ■

**DANIELA ZULETA**
SOCIA DE WINS

REINVENTAR LA CADENA DE SUMINISTRO: RESILIENCIA, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN TIEMPOS INCIERTOS. EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL HA ENFRENTADO DESAFÍOS SIN PRECEDENTES, QUE HAN PUESTO EN EVIDENCIA SU FRAGILIDAD Y LA NECESIDAD DE ADAPTACIÓN CADA VEZ MÁS RÁPIDA, LO QUE HA DESAFÍO A LAS EMPRESAS, GOBIERNOS Y PROFESIONALES A REINVENTAR SUS PROCESOS, ASÍ COMO SUS OPERACIONES, BUSCANDO SOLUCIONES ALTERNATIVAS.

En nuestro caso, Chile, como país abierto al comercio internacional y con una economía altamente dependiente de exportaciones, enfrentamos una convergencia de desafíos: desde factores globales como tensiones geopolíticas y crisis climática, hasta limitaciones locales en infraestructura, digitalización y dependencia de mercados. Aunque existen señales positivas de inversión y modernización, la transición hacia una cadena de suministro más ágil y resiliente aún debe acelerar.

Las múltiples dificultades que enfrentamos hoy requieren una mirada estratégica y colaborativa para superarlas, una inversión en infraestructura, la adopción de tecnologías digitales, la diversificación de mercados y la gestión sostenible del recurso hídrico son elementos clave.

El aumento de inventario ayuda, y quedó en evidencia al momento de afrontar eventos como la pandemia, pero con el incremento de los costos que eso significa que, si no somos capaces de regularlo, el impacto económico solo crecerá, así como las ineficiencias y pérdidas.

Vivir en la contingencia no puede ser el desde, no debe ser la forma de vivir la cadena de suministro. La pandemia nos enseñó a actuar con rapidez y adaptarnos a un mundo cambiante sin ninguna certeza, y esa habilidad no la podemos perder.

Además debemos sumar la sostenibilidad, y no solo con una mirada en los focos ambientales y sociales, sino también a integrar prácticas responsables económicamente para construir cadenas que sean resilientes, éticas y eficientes a largo plazo. Este foco económico si bien se centra en la eficiencia operacional, debe ser sin comprometer valores éticos, pero prepararnos para mitigar interrupciones en la cadena de suministros, ya sea

por desastres naturales, conflictos, cambios en las regulaciones o en la demanda por modificaciones en las necesidades de los consumidores, que además cada día valoran más la transparencia y el compromiso.

La propuesta para este punto es partir por diversificar proveedores que permita reducir riesgos de continuidad operacional, pero que también puede ser una oportunidad para identificar eficiencias. Además, se deben implementar procesos de innovación para adaptarse a los cambios, ya sean geopolíticos, económicos, regulatorios o ambientales; sin dejar de lado la gestión de inventarios para evitar sobreproducción, aumento en los costos, sobre inventarios, mermas y todo lo que esto implica.

Las claves para avanzar hacia una cadena sostenible, es medir la huella de cada etapa del proceso, optimizarla y repensarla frecuentemente. Seleccionar también proveedores responsables y construir con ellos relaciones a largo plazo, donde sean realmente socios estratégicos. Además, realizar inversiones en tecnología como IoT, IA, trazabilidad, entre otras, que permitan la gestión de data, así como tener elementos de análisis rápido y a la mano para la toma de decisiones. En esta línea, también es clave capacitar a los equipos en sostenibilidad y pensamiento sistémico, crítico e innovación, así como nuevas prácticas y procesos sostenibles para contar con procesos sustentables y perdurables, pero también para mirar los procesos como un ciclo continuo que nos permita pensar fuera de la caja y unir todo en un círculo virtuoso de economía y responsabilidad.

Hoy estamos más que nunca en un ambiente cambiante y altamente desafiante que nos lleva a pensar distinto más allá de las estructuras y los límites conocidos. La introducción de la IA debe impulsarnos a ir más allá de nuestras propias estructuras mentales, lo que hace fundamental conocer nuestros límites, nuestras barreras, así como nuestras fortalezas y la de nuestros equipos con una estructura que incentive el pensamiento creativo, pero también crítico.

Cuestionarse los estándares, los procesos, los procedimientos y las ideas, es más que nunca la clave para poder gestionar el cambio en un ambiente sin certezas, donde la clave es gestionar una cadena de suministro cada día más desafiante desde la innovación del pensamiento crítico.



WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS

LILIANA DELGADO
SOCIA DE WINS

PROYECTOS MINEROS Y LA CONSTRUCCIÓN: UN TRABAJO EN EQUIPO. EN LOS PROYECTOS MINEROS Y DE CONSTRUCCIÓN EN CHILE, DONDE LAS DISTANCIAS SON ENORMES, LOS EQUIPOS PROVIENEN DE DISTINTOS LUGARES DEL MUNDO Y LAS RESPONSABILIDAD DEL PROYECTO SE MULTIPLICAN, HAY UN ELEMENTO QUE SOSTIENE CADA AVANCE Y QUE MUCHAS VECES PASA INADVERTIDO: EL TRABAJO EN EQUIPO.

Detrás de cada embarque que llega a tiempo, de cada repuesto crítico que se entrega cuando más se necesita y de cada operación que continúa sin interrupciones, existe un engranaje humano que funciona con precisión y compromiso.

Comercio exterior, logística, abastecimiento y equipos en faena forman una cadena interdependiente que hace posible que cada decisión se traduzca en progreso concreto. Cada material que arriba permite que un supervisor continúe su labor, que un operador no detenga su turno y que un proyecto mantenga su ritmo. Nada de esto ocurre de manera aislada, es la coordinación entre áreas lo que garantiza que los objetivos se cumplan y que la operación avance, incluso en las condiciones más exigentes.

El abastecimiento es un pilar clave, ya que son quienes planifican la llegada de materiales y equipos, anticipan necesidades futuras y coordinan con logística para que todo esté listo en el momento exacto. Sin su mirada estratégica, los planes de faena podrían desajustarse, generando retrasos que afectan no solo la operación, sino también a las personas que dependen de ella.

El comercio exterior, por su parte, se encarga de los permisos, documentos y coordinación con proveedores internacionales, como forwarders especializados, navieras y líneas aéreas para asegurar que cada carga avance sin contratiempos.

La Logística traduce esos planes en acciones concretas en terreno: ajusta rutas, maneja cargas sobredimensionadas, coordina con transportistas internacionales y resuelve imprevistos que podrían detener la faena. Cuando comercio exterior, abastecimiento, logística y proyecto trabajan alineados, se transforman en un solo equipo con un objetivo compartido: que todo avance en tiempo y forma. Los equipos en faena viven la presión de cada decisión. Saben que un retraso significa parar un turno, que una máquina inmóvil representa

horas de producción perdidas y que cada minuto cuenta para cumplir los objetivos. Cuando nos comunican que “esta pieza es vital”, no lo dicen como un requerimiento administrativo: lo dicen como una urgencia, en ese momento nos convertimos en bomberos apagando incendios, entendiendo a quienes están en obra y escuchando en su voz la responsabilidad que sostienen. Detrás de cada material hay personas esperando para seguir trabajando. Esa conexión nos une a todos, desde la casa central hasta el norte, “cada movimiento importa”.

La tecnología ha sido una aliada invaluable en este engranaje. Sistemas de seguimiento en tiempo real, plataformas de trazabilidad y digitalización portuaria nos permiten anticipar problemas, reducir errores y mejorar la coordinación. Pero lo que realmente marca la diferencia sigue siendo la comunicación humana: una llamada o un mensaje enviado a tiempo puede evitar retrasos críticos. La minería no se mueve solo con software; se mueve con empatía, colaboración y la capacidad de ponerse en los zapatos del otro.

La sostenibilidad también refuerza este trabajo conjunto. Elegir rutas más eficientes, reducir viajes innecesarios y planificar entregas con menor impacto ambiental requiere coordinación entre todas las áreas. Cada decisión de abastecimiento impacta a la faena, a las comunidades cercanas y al país. No lo hacemos solo para cumplir estándares internacionales, sino porque entendemos que cada movimiento logístico tiene un efecto real en personas y en el territorio.

A veces, cuando un equipo recibe los materiales que esperó durante semanas y la faena puede continuar sin interrupciones, sentimos orgullo y gratitud. Detrás de ese logro hay decenas de personas que participaron silenciosamente: el partner logístico, el colega del puerto que hizo un esfuerzo extra, el camionero que ajustó su ruta, el equipo de logística y abastecimiento que resolvió imprevistos, el ingeniero de proyecto que confió en nuestra gestión. Eso es más que logística o comercio exterior: es un acto colectivo que sostiene la minería y construcción chilena.

Los proyectos mineros en Chile no se construyen con áreas aisladas, sino con personas que avanzan juntas. Cuando algo no arriba en tiempo, por motivos que están fuera de nuestro alcance como los desastres naturales todo se detiene. Cuando todo llega a tiempo, todos avanzan.