

Fecha: 24-03-2026  
 Medio: Revista NG  
 Supl.: Revista NG  
 Tipo: Noticia general  
 Título: "La logística ya no es mover cajas: es un partner estratégico del negocio"

Pág.: 38  
 Cm2: 160,0  
 VPE: \$ 203.990

Tiraje:  
 Lectoría:  
 Favorabilidad:

Sin Datos  
 Sin Datos  
☐ No Definida

## Carlos Rizik, SAM Logistics & CDX Director en Schneider Electric

# "La logística ya no es mover cajas: es un partner estratégico del negocio"



Schneider Electric, compañía francesa con más de 20 años de presencia en Chile y foco en la gestión y distribución energética, ha transformado su operación logística en Chile y Sudamérica articulando inventarios, tecnología, colaboración regional y sostenibilidad para responder a cadenas largas, clientes más exigentes y un entorno cada vez más dinámico.

*En Chile, ¿cómo se estructura y gestiona la operación logística y su articulación regional?*

En Chile, la operación logística se estructura a partir de un modelo basado en un operador logístico 3PL, lo que permite gestionar de manera eficiente la última milla y asegurar una adecuada coordinación con la operación regional.

En otros países de la región, como Brasil, Argentina y Perú, la compañía cuenta con centros logísticos propios, donde la operación es completamente interna, lo que permite mantener un control total sobre la cadena de suministro y una mayor integración de los procesos. Particularmente, la decisión de tener un centro de distribución local en Chile, al

igual que en los otros países, se explica por lo dinámico del mercado chileno y por la necesidad de manejar inventario. Trabajamos muy de la mano con conceptos como forecast y, en algunos casos, co-planning, manteniendo cercanía con clientes estratégicos para mejorar la precisión de las decisiones. Dado que somos una región muy alejada de los orígenes de la tecnología, necesitamos maximizar el nivel de exactitud del forecast.

Cabe destacar que este CD local alimenta directamente al país, pero al tener presencia en toda la región también existen flujos internos que permiten, cuando es necesario, reducir lead times. A nivel regional trabajamos con una lógica de coordinación y sinergias: Chile está inserto en un clúster más amplio con Perú y Bolivia, con conexiones también con Colombia, Venezuela y Ecuador. Brasil, por su escala, opera como un gran polo, y Argentina trabaja como clúster con Paraguay y Uruguay. La premisa es "SAM for SAM": una visión de Sudamérica para generar sinergias entre países.

*¿Cuál es el rol de la logística dentro de la estrategia de negocio hoy?*

La logística, especialmente postpandemia, se consolidó como un partner del negocio. Ya no es "mover cajas". Es planificación, análisis y conexión directa con la estrategia comercial: en el cómo y qué vas a vender, y en qué volúmenes. Cuando tienes una cadena larga, no te puedes permitir grandes desviaciones del forecast.

Tenemos ciclos conectados con el negocio y con marketing para entender prioridades y definir una cadena cus-



Fecha: 24-03-2026  
Medio: Revista NG  
Supl.: Revista NG  
Tipo: Noticia general  
Título: "La logística ya no es mover cajas: es un partner estratégico del negocio"

Pág.: 39  
Cm2: 192.4  
VPE: \$ 245.261

Tiraje:  
Lectoría:  
Favorabilidad:

Sin Datos  
Sin Datos  
☐ No Definida

tomizada por país. Un elemento importante es que definimos una "pirámide" por clúster o por país, alineada al paquete de proyectos y al foco comercial del país. Dentro de eso identificamos los productos críticos —"el bread and butter" como los denominamos— y los blindamos con safety stock más robusto y un replenishment más automatizado. Además, está el grupo de productos "critical for business": referencias que quizá no rotan tanto, pero son críticas para ganar proyectos. En esos casos necesitas cercanía con equipos comerciales y técnicos, porque el consumo histórico no siempre te anticipa lo que debes asegurar en disponibilidad o en lead time.

### *¿Cuáles son los principales desafíos logísticos que enfrentan en Chile y la región?*

Sudamérica tiene, por definición, cadenas largas. Nuestros principales flujos vienen de Europa y Asia, con foco importante en esta última. Trabajamos con partners estratégicos para tráfico marítimo y aéreo, con consolidaciones en puertos clave. También, al estar Chile dentro de International Operations, tenemos conexión con Asia e India para abastecimiento de componentes críticos.

A nivel regional, el desafío es que hay cambios constantes: dinamismo de mercados, inversión, ajustes país a país. Eso obliga a combinar nuestra visión estratégica con decisiones tácticas. Un punto relevante es definir dónde ubicar los stocks críticos a nivel regional. Por ejemplo, si colocas cierto stock en Brasil, Chile no asume el riesgo, pero puede tener material más cerca cuando lo necesite. Trabajamos con la figura de re-balancing para eso.

Y hay un desafío adicional muy relevante: ESG. No se trata solo de cumplir al cliente, sino de cómo se hace a través del transporte, última milla, eficiencia y reducción de huella de carbono.

### *¿Con qué infraestructura logística cuentan para asegurar el nivel de servicio en el país?*

Aunque operamos con un 3PL, nosotros lo vivimos como "nuestro" centro, porque trabajamos bajo estándares y pautas estrictas que los partners deben cumplir.

En Chile somos capaces de comercializar más de 11.000 SKUs. No significa que estén todos en bodega en un momento dado, porque hay productos MTS (stock de rotación permanente) y otros MTO (stock específico a demanda del cliente), según las necesidades del negocio. Pero esa amplitud, sumada a la variabilidad física de los productos, exige mucha disciplina en almacenamiento, cubillaje, definición de zonas y control de inventario.

Nuestro centro de distribución hoy tiene 8.000 m<sup>2</sup>, aproximadamente 7.000 posiciones de pallets, de las cuales entre el 83% a 84% están ocupadas, porque estamos en un proceso de reposición de cierre de año para asegurar el primer trimestre; y en nuestra operación, se procesan del orden de 900 a 1.200 líneas por día en outbound.

Otro aspecto relevante es la diversidad de tamaños y pesos: desde equipos sobredimensionados que pueden pesar dos toneladas hasta productos pequeños como variadores de velocidad. Eso exige un layout flexible, es decir, espacios a piso para equipos grandes, racks y gabinetes/armarios para productos pequeños. Para la distribución de nuestros productos trabajamos con un modelo con múltiples partners para asegurar cobertura y flexibilidad.

### *¿Qué tecnologías utilizan para mejorar la eficiencia y la visibilidad de la operación?*

La integración de sistemas ha sido un factor clave para mejorar la eficiencia y la visibilidad de la operación. Contamos con interfaces de WMS que se integran directamente con nuestros sistemas, lo que nos permite visualizar en tiempo real los movimientos de inventario —entradas y salidas de stock— y el estado de las existencias. Esto ha reducido de manera significativa el uso de herramientas manuales como Excel y nos entrega información directa, confiable y oportuna para la toma de decisiones.

En esta línea, el proceso de inbound trabaja con radiofrecuencia, con visibilización en tiempo real tanto en el WMS del operador como en el nuestro. Adicionalmente, hemos madurado un proceso de conciliaciones diarias a nivel SKU a SKU, buscando excelencia operacional.

Y hay un componente muy importante: el partnership con un operador global permite transferir mejores prácticas de otras operaciones (por ejemplo, México o India), no solo en tecnología, sino en procesos, calidad e inventarios. Es un ciclo permanente de revisión y mejora continua.

### *¿Cómo gestionan los inventarios y los niveles de servicio en la operación chilena?*

Tenemos procedimientos estándar globales. En inventario trabajamos con inventarios cíclicos con cadencia según tipo de producto, clasificados, de manera interna, de A a D. El operador debe cumplir conteos periódicos —mensual,





Fecha: 24-03-2026  
 Medio: Revista NG  
 Supl.: Revista NG  
 Tipo: Noticia general  
 Título: "La logística ya no es mover cajas: es un partner estratégico del negocio"

Pág.: 40  
 Cm2: 164,8  
 VPE: \$ 210.164

Tiraje:  
 Lectoría:  
 Favorabilidad:

Sin Datos  
 Sin Datos  
☐ No Definida

trimestral o semestral— con un objetivo mínimo de 97,5% de accuracy, aspirando siempre a 99% o más.

En niveles de servicio contamos con un área específica dentro de logística llamada Customer Delivery Experience, que captura la voz del cliente, gestiona reclamos y hace seguimiento: faltantes, sobrantes, puntualidad, estado de la carga. Trabajamos con indicadores y targets. Así también, tenemos un "Programa Persona", que customiza la experiencia según el tipo de cliente; no es lo mismo el ritmo y la necesidad de retail que otros segmentos de distribución.

### *¿Qué aspectos son críticos al diseñar infraestructura y sistemas de almacenaje escalables?*

Primero, que logística no puede diseñarse desconectada del negocio. Cuando se tienen cadenas largas, la escalabilidad depende de la disciplina del forecast, de una visión clara del pipeline y de definiciones operativas por país que reduzcan burocracia y promuevan automatización.

Segundo, el diseño debe considerar la heterogeneidad del portafolio: productos grandes, pesados y de baja rotación conviven con productos pequeños y de alta rotación. Eso obliga a combinaciones de piso, racks y espacios controlados para productos pequeños, además de procesos que soporten reconfiguración. Y tercero, el sistema y los datos. La escalabilidad requiere visibilidad en tiempo real, integración WMS y controles de inventario robustos. Sin eso, no hay crecimiento sustentable.

### *En sostenibilidad, ¿qué iniciativas han impulsado en la cadena de suministro?*

Hemos desarrollado un trabajo integral con varias frentes que estamos abordando, por ejemplo, en el caso del transporte, hay un compromiso con última milla y la transición hacia al-



ternativas más limpias, aunque a nivel de camiones de gran capacidad en Chile todavía hay desafíos. En flota corporativa, la mayoría de los autos ya son híbridos y existen ejemplos eléctricos. En cuanto a warehouse, contamos con iniciativas potentes en packaging sustentable: eliminación de ciertos materiales, uso de cartones y papeles reciclados, y un enfoque en pallet recondicionado para evitar compras excesivas. También hay proyectos de recircularidad para algunas referencias y packaging, aprovechando que en Chile tenemos planta industrial para wiring devices y placas, donde se puede reutilizar material con mayor control local. Además, el site está avanzando en un contrato REC para abastecerse con energía renovable no convencional, lo que se alinea con los compromisos globales.

### *¿Qué tendencias marcarán la evolución de la logística de Schneider Electric?*

El cliente está cada vez más desafiante, pues pide más velocidad, lead times más cortos y mayor trazabilidad. Eso

empuja a evolucionar el modelo logístico, con la posibilidad de desarrollar hubs regionales o centros de control de stock más robustos para Sudamérica. En paralelo, el forecast seguirá siendo una variable crítica, es decir, inventario correcto, en el momento correcto. La compañía mantiene la visión de que la presencia física de centros de distribución en los países es necesaria, aunque el cómo distribuir el stock en la región puede repensarse y mejorarse.

### *Para cerrar, ¿qué mensaje te gustaría dejar a otros líderes logísticos en Chile?*

Que esto no se hace solo. Es clave construir partnerships fuertes en transporte, aduanas y operación logística, definir el modelo más eficiente y generar un ambiente que permita ser eficaz. La logística avanza muy rápido desde 2019. Hay que mantenerse al día, conectado con puertos, aeropuertos y partners de aduana para tomar decisiones estratégicas, idealmente anticipándose. Si no existe un ecosistema complementario que aporte ideas, soluciones y mejora continua, no se alcanza el éxito. /NG