

Logística colaborativa y transformación digital

Richard Fernández
Director de Logística

Lima, Perú



ARCACONTINENTAL

Hacemos la Diferencia Positiva



ARCACONTINENTAL

Pioneros en la industria
de bebidas en México

128 AÑOS



97 AÑOS

Sólida relación con *Coca-Cola*



Presencia en 5 países

- Colaboradores

+66 mil

- Volumen

+2.3 BCU

- Clientes

+1.1 millones

- Centros de producción
y distribución

390



Estados Unidos

México

Ecuador

Perú

Argentina

En Perú, tenemos una larga trayectoria...

Producción, distribución y comercialización
de las marcas de **COCA-COLA Perú**



113 años.
de trayectoria en el país

Creadores



6

plantas

4.5 mil

colaboradores

350 mil

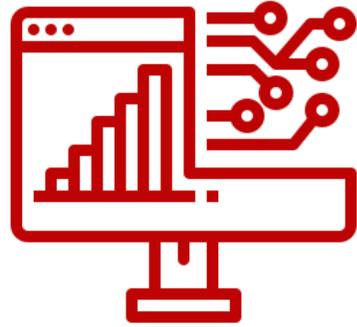
puntos de venta



Pilares para la evolución de la red logística



Automatización y
Digitalización



Transformación de
la información



Gestión y
Operación Ágil



Transformar las
alianzas

Automatización y digitalización

- ❑ Primer requisito, tener toda la información online
- ❑ Segundo requisito, automatizar procesos con las nuevas tecnologías (Sistemas integrados)
- ❑ Digitalizar la información, es más que habilitar soluciones móviles para transacciones o registro de data.
- ❑ Ser digital es transformar la cadena logística en un red de valor enfocada al cliente.



Transformación de la información

- ❑ Proporcionar datos no es suficiente.
- ❑ Proporcionar valor a través de la interpretación de la información, usando inteligencia artificial será clave para maximizar la capacidad y calidad del servicio.



Gestión y Operación Ágil

- La distribución no se puede enfocar solo en fletes.
- Se requiere una visión integral de cómo se desarrolla la red logística digital.



Transformar las alianzas

- ❑ Los aliados logísticos incluyen los actores internos y externos, que deben buscar robustecer la red logística digital.
- ❑ Las capacidades de la red logística digital podrán expandirse, aprovechando las capacidades y ofertas de cada actor.

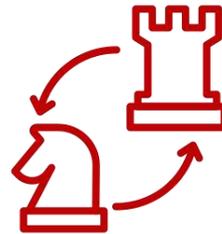
Inicio de la planificación y digitalización en la última milla

Nuevos modelos operativos/digitales sobre los canales de distribución, bajo el modelo de **ruteo dinámico**.



Equilibrio Rentable

Ofrecer una experiencia **con valor y digital**, a los actores de la distribución (internos y externos).



Reforma Táctica

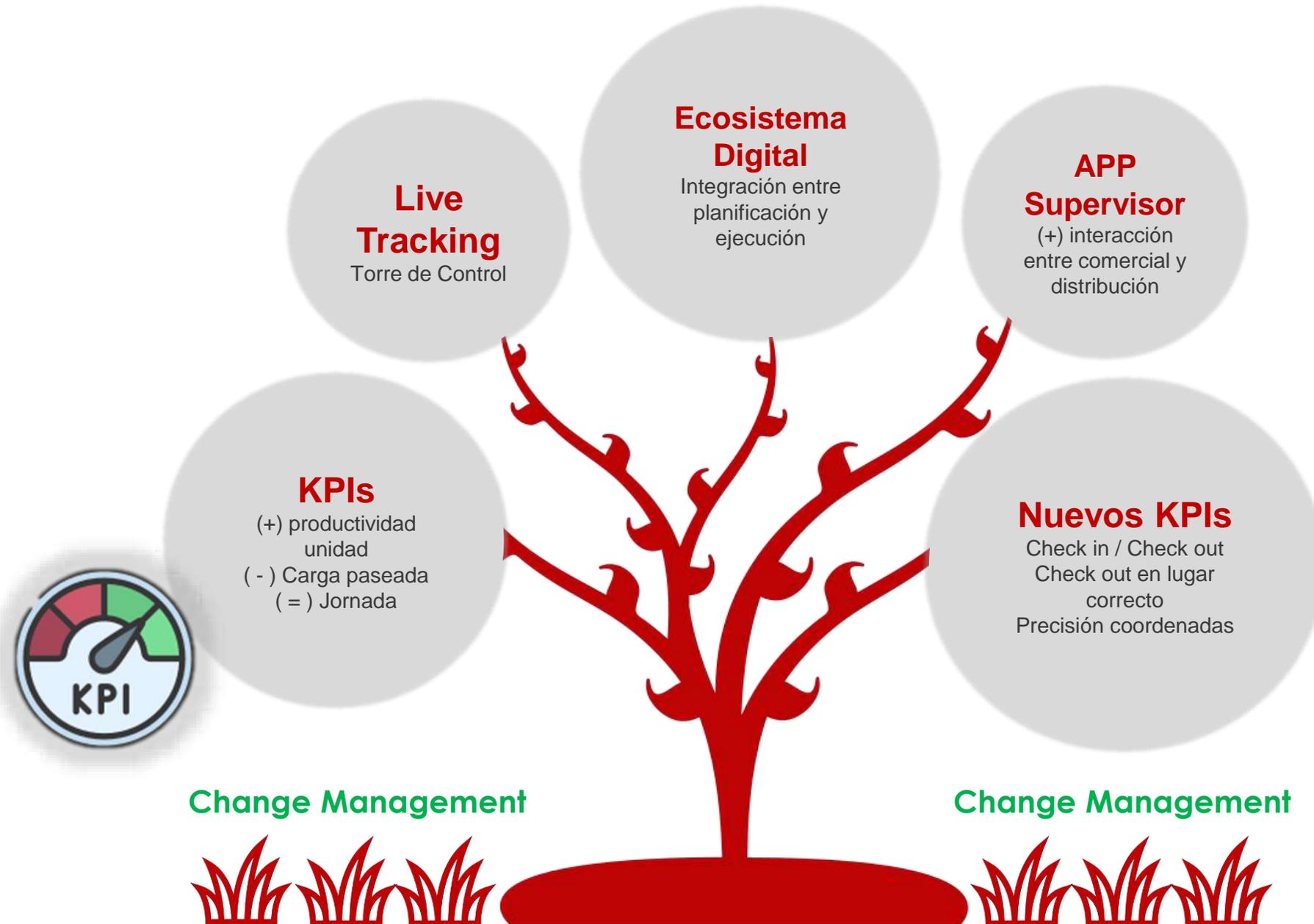
Alianzas con soluciones **End to End**, que faciliten la implementación de la tecnología.



Habilitadores



Resultados de la planificación y digitalización en la UM





ARCACONTINENTAL