

UN DÍA EN

EMPRESAS DBS: UN NUEVO CD QUE MARCA EL RUMBO DE LA BELLEZA, Y LA INNOVACIÓN

Empresas DBS han logrado capturar el corazón de sus clientes con una oferta variada y adaptada a las últimas tendencias globales. Hoy para cumplir sus objetivos de crecimiento y expansión inauguran su nuevo Centro de Distribución, dando un salto cualitativo a su logística con foco en la eficiencia y productividad; sin dejar de lado la mirada a sus colaboradores.

En el dinámico mundo de la belleza, mantenerse a la vanguardia implica mucho más que ofrecer productos; es crear experiencias y responder a las necesidades cambiantes de los consumidores. Empresas DBS, reconocida como una de las principales tiendas de cosméticos y artículos de belleza en Chile, se ha consolidado como un referente para quienes buscan calidad, tendencia e innovación en un solo lugar; sin embargo, había algo que les faltaba: potenciar, modernizar y profesionalizar su logística. Reconocida por su amplia oferta en productos de belleza y cuidado personal, Empresas DBS ha recorrido un largo camino desde sus inicios (2006) en un pequeño centro logístico de 1.500 m² en la comuna de Renca. Con 18 años de historia, la compañía ha experimentado un crecimiento sostenido que la llevó a enfrentar desafíos logísticos cruciales.

Hoy, celebra la inauguración de un nuevo Centro de Distribución (CD) de 14.500 m², en la comuna de Pudahuel una decisión estratégica que redefine su operación y allana el camino para su expansión. Liliana Ramírez, gerente de logística de Empresas DBS, explica que este cambio no fue solo un salto en capacidad, sino una transforma-

ción en la forma de operar. "Llegamos a tener 4.500 m² en la instalación anterior, pero a medida que íbamos creciendo, era evidente que ya no era suficiente. Comprábamos, almacenábamos y distribuíamos a tres canales de venta, pero nos hacía falta espacio y ciertas capacidades de almacenamiento", relata.

El nuevo CD, diseñado con visión a largo plazo, no solo multiplica el espacio disponible, sino que también mejora significativamente los procesos. La transición al nuevo centro optimizó la operación logística de forma integral. Una de las innovaciones clave ha sido la incorporación de nuevos sistemas de almacenamiento y procesos de picking y sobre todo la consolidación en una sola ubicación del almacenamiento de los distintos tipos de productos, lo que no sólo genera mejoras en los tiempos logísticos, sino también a nivel de costos y eficiencias.

DE LIMITACIONES AL MODELO DE CLASE MUNDIAL

"Veníamos manejando una logística que se quedaba corta frente a nuestras necesida-

des y visión de futuro. Este CD es la base del crecimiento que necesitamos y una respuesta a los desafíos que enfrentábamos", señala Ramírez.

El crecimiento exponencial de Empresas DBS en términos de productos y canales de venta puso en evidencia la necesidad de una infraestructura más moderna y funcional. Dos años tardó el proyecto, desde la toma de decisión hasta la puesta en marcha del CD. A dos meses de su llegada a esta nueva "casa logística", la ejecutiva recalca la mejora que ha significado en eficiencia y productividad; con aspectos tan simples como la eliminación de las bodegas externas y la consolidación en un solo lugar de la operación.

"Antes, teníamos que recurrir a bodegas externas, lo que generaba una logística más costosa y con tiempos de respuesta menos eficientes. Con este cambio, integramos todo en un solo lugar, incluyendo espacios especializados para productos peligrosos e inflamables, lo que ha sido un gran ganar". El nuevo CD cuenta con: bodega de productos peligrosos, donde se almacena por ejemplos unos tipos de tinturas; también con un Búnker para inflamables que alberga productos como los esmaltes y

quitaesmaltes y un sector para productos inocuos. "Este esquema asegura que cada tipo de producto tenga el almacenamiento adecuado para su manejo y reposición", enfatiza Liliana.

Uno de los principales desafíos del antiguo CD era el manejo ineficiente de los SKU. En palabras de Liliana: "Teníamos múltiples SKU mezclados en un mismo rack, lo que complicaba la reposición y generaba pérdidas de tiempo. Ahora, cada espacio está diseñado estratégicamente para maximizar la eficiencia". La trazabilidad también ha dado un salto significativo. Cada caja cuenta con identificación por lote y vencimiento, permitiendo un control detallado desde la recepción hasta la distribución final. Esto no solo mejora la productividad, sino que asegura el cumplimiento normativo y la satisfacción de los clientes.

PICKING ADAPTADO A LA DIVERSIDAD DE CANALES

El nuevo modelo operativo se alinea con las distintas necesidades de los canales que abastece Empresas DBS, tales como: **Tiendas propias** (DBS Beauty Store, Make Up, Prismology, Kiko Milano y DJ Beauty Distribution), las cuales se maneja con un picking unitario con el que se abastece las 72 tiendas físicas. Otro canal es el **Gran Retail**, enfocado en grandes volúmenes y con estándares de alta exigencia con un picking a nivel de cajas master y el tercer canal de venta es **Canal Profesional** que abastece a peluquerías y profesionales independientes.

En cuanto al e-Commerce, Liliana reconoce que opera como si fuera una tienda más con un picking unitario y con flexibilidad para responder a las demandas online.

La ejecutiva afirma que el diseño de este nuevo almacén responde a las necesidades de cada canal de venta y para eso "un buen

diseño del proceso de picking ha sido fundamental y se ha desarrollado en tres modalidades: **Picking dinámico**, modelo que permite reposición rápida y manejo de mayores volúmenes. **Picking por ola**, ideal para grandes volúmenes, optimizando los tiempos de preparación. **Picking en estanterías**, enfocado en productos específicos para una preparación personalizada".

"Este diseño responde a la necesidad de flexibilidad. Cada modalidad de picking está alineada con la diversidad de productos y canales que manejamos", añade la gerente de Logística. La optimización del WMS ha sido clave para soportar las nuevas operaciones. Este software, combinado con la reestructuración de los procesos, ha permitido a la empresa ganar en eficiencia y productividad, superando los desafíos que antes limitaban su operación.

En cuanto a la distribución, la gerente de Logística sostuvo que la clave del proceso está en la flexibilidad y para eso han determinado atender la Región Metropolitana con una flota propia que les permite operar bajo esa cualidad. A regiones, en tanto, "llegamos con un partner logístico con un lead time acordado para abastecer nuestras tiendas y también contamos con otro partner logístico para abastecer al retail".

El nuevo CD no solo es una mejora operativa, sino también un espacio diseñado para potenciar el bienestar de sus colaboradores que alcanzan las 90 personas en temporada alta y 70 en temporada baja. Empresas DBS diseñó espacios con altos estándares para sus colaboradores, incluyendo camarines modernos y áreas de descanso.

Además, las capacitaciones previas al traslado facilitaron la adaptación del equipo al nuevo modelo de trabajo, logrando un 100% de compromiso y colaboración. "El bienestar de nuestro equipo es una preocupación constante en Empresas DBS. Sabíamos que este cambio iba a ser desafiante,



Liliana Ramírez
Gerente de Logística
de Empresas DBS



pero nos enfocamos en hacer una transición cuidando a nuestro equipo,” explica Liliana. La empresa para asegurar el éxito se enfocó en el proceso de gestión del cambio, con foco en los colaboradores, donde las capacitaciones previas y hacer sentir a cada uno parte de este proceso, permitió llegar con seguridad a la nueva casa, mejorando el proceso de adaptación.

UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CON MIRADA AL FUTURO

30

El nuevo CD no solo soluciona los desafíos actuales, sino que también prepara a Empresas DBS para los próximos años con un diseño pensado en la expansión. Este espacio se convierte en un pilar estratégico y está en el corazón de la compañía.

Esta mirada de futuro está conectada también con la mirada de sustentabilidad y El medio ambiente, destacando, por ejemplo, la certificación Leed Gold obtenida por el CD, lo que lo acredita que el edificio está construido con los estándares de ecoeficiencia y cumple con los requisitos de sos-

tenibilidad desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos (US Green Building Council).

Adicional a esto, se han implementado las siguientes actualizaciones: reemplazo maquinaria con baterías de ácido de plomo por maquinaria eléctrica con batería de ion-litio, luminarias con sensores de presencia en todo el edificio e iluminación natural en bodega, utilización de griferías y artefactos sanitarios con bajo consumo, tanto en oficinas principales como en baño de servicio y el no uso de refrigerantes basados en Clorofluorocarbonatos. “Este cambio no es solo un ajuste logístico, es un paso hacia la modernización y profesionalización de nuestra operación. Ahora contamos con un CD que cumple con los estándares más altos y que nos impulsa a seguir creciendo,” concluye Liliana.

Asimismo, la ejecutiva se declara feliz con el resultado del traslado. “Hemos respondido una encuesta de clima donde nos fue muy bien, considerando la dimensión de los cambios. Estamos contentos porque no afectamos la operación ni la venta, más ahora que estamos en temporada alta y eso era un desafío. “Sabíamos que estábamos al debe. Necesitábamos un espacio más

grande y que respondiera a nuestras necesidades actuales para agilizar nuestros procesos y potenciar la productividad. Este CD es la respuesta y la base del crecimiento que se viene. Hicimos este diseño pensando en 10 años, lo que no significa que no nos vaya a quedar chico antes. Es un CD con un modelo que nos funciona perfecto”.

Según Liliana, el área logística es primordial para la compañía, reconociendo el rol que tiene para el éxito comercial, la relación con los clientes y el crecimiento. “Desde los directores vemos que la logística está en el corazón de la compañía. Tenemos un espacio muy importante y así lo declaran todos. Es un lugar reconocido en términos de inversión y en cómo se ve hacia delante y eso es una tremenda garantía para operar”.

“Tenemos que seguir abasteciendo, mirando el presente de nuestras tiendas y canales y al futuro y la expansión. Ningún año es igual al anterior. Era necesario cumplir con el estándar del CD que nos permitiera hacer un trabajo del más alto nivel con los procesos eficientes acorde a la empresa que somos. Tenemos el impulso para seguir creciendo y acompañando el desarrollo de Empresas DBS”, enfatiza la ejecutiva. ■