

LOGISTICA 360

THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

AÑO 5 / N° 24 / DICIEMBRE 2017 - FEBRERO 2018

FUSIÓN SUNAT-ADUANAS

15 años después

ARCA CONTINENTAL LINDLEY

El desarrollo de su red logística

ISO 39001

Gestión de seguridad vial

TECNOLOGÍAS DE PUNTA EN LOGÍSTICA

En tiempos de omnicanalidad

Maestría en
**> Supply Chain
Management**

**Sin límites.
Sin fronteras.**



esan.edu.pe

Informes e inscripciones:

Asesora Comercial:

Adela Cáceres **T/** 317 7226 **Anexo:** 4127 **E/** acaceres@esan.edu.pe

 conexionesan.com  [@esanperu](https://twitter.com/esanperu)  [esanposgrado](https://facebook.com/esanposgrado)

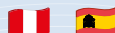
VENTAJAS DE LA MAESTRÍA

> Inauguración
13 diciembre
2017

> Inicio de clases
16 enero
2018



Doble titulación:
ESAN - La Salle



Viaje Marítimo
Short Sea Shipping
(Barcelona Roma Barcelona)



Componente
internacional
Barcelona



Malla curricular
con enfoque 360



Networking
en SCM



Acreditación



Desarrollo de
Habilidades
Directivas



Mayor red de
graduados en SCM



Project
Management
Professional



Simulador The
Fresh Connection



Primera escuela de
Negocios del Perú*



En Operaciones
América Latina**



* Ranking América Economía 2017

** Sub ranking Mejores Escuelas de Negocios de América Latina 2016 (América Economía)

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN ESTE



Como parte del proceso de modernización de nuestro sistema logístico y comercial en Lima, y luego de una inversión de 48 millones de dólares, inauguramos un nuevo centro de distribución para atender las crecientes necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Esta nueva operación tiene un área de 68,000 m², gran capacidad de almacenamiento, procesos más eficientes respaldados por alta tecnología y un gran equipo humano compuesto por más de 750 colaboradores directos e indirectos.

¡Seguimos creciéndolo!



A man in a light blue shirt is seen from behind, sitting in a red chair with his hands clasped behind his head. He is in a large warehouse with high ceilings and tall blue metal shelving units filled with cardboard boxes. The perspective is looking down a long aisle between the shelving units.

ALQUILE CON CONFIANZA, TENEMOS LOS ALMACENES MAS SEGUROS DEL PERÚ

- **CENTRO LOGISTICO VILLA EL SALVADOR**
130,000 m² de terrenos y 80'000 m² de almacenes techados.
- **CENTRO LOGISTICO PORTADA DE LURIN**
700,000 m² de terrenos y 420'000 m² de almacenes techados.
- **PROXIMAMENTE PORTADA DE LURÍN SUR**
2'700,000 m² de terreno y 1'600,000 m² de almacenes techados proyectados.

BSF **ALMACENES
DEL PERÚ**

Contáctanos: (511) 625-4300 / info@bsf.pe / www.bsf.pe



ITSANET

A la vanguardia logística **16**

XXII Expogestión

Las tendencias en nuevas tecnologías **20**

DEPSA

Ejecuta plan de inversión para la demanda 2018 **24**

ALSUD

Implementará autoportado semi automatizado más grande del país. Empresa estima crecimiento no menor a 22% durante el 2017 **32**

DHL e Indurama: un caso de éxito

A noviembre de este año DHL ha transportado 85% del total de sus embarques **66**

Tecnologías para vencer las contingencias

Desde drones hasta impresoras 3D **84**



Logística, creciendo con los mercados

El año culmina con positivas noticias en la economía nacional. Las exportaciones cierran el 2017 con altas tasas de crecimiento en su volumen y valor, se avocinan nuevos tratados de libre comercio con importantes países, como Australia y la India, el sector minero transita hacia un repunte de sus inversiones y la confianza del consumidor aumenta.

Por parte del Gobierno, proyectan impulsar la economía con futuras inversiones públicas, encabezadas por las obras de reconstrucción y los Juegos Panamericanos 2019.

En este panorama, la tarea de los responsables de la cadena de suministro y la logística es seguir mejorando el desempeño de los procesos, apoyándose de herramientas tecnológicas, para atender eficientemente las necesidades que demandará el crecimiento del país.

Todos los eslabones de la cadena de suministros, tanto del comercio externo como interno, serán claves.

En ese sentido, en la presente edición, un alto ejecutivo de Maersk Line analiza las tendencias del transporte marítimo y las necesidades de infraestructura complementaria a los puertos.

Igualmente, especialistas en soluciones integrales comparten sus claves de éxito en el almacenamiento de bienes que requieren cuidados especiales; asimismo, explican la importancia de realizar un eficiente control de inventarios, despacho de mercancías, diseño de layout, entre otros asuntos.

Asimismo, empresas líderes en el desarrollo y comercialización de tecnologías explican el impacto de estas herramientas en las operaciones logísticas.

Finalmente, esta última edición del año incluye una especial cobertura de las reuniones más importantes del ámbito del supply chain. Presentamos información de Expogestión 2017, Encuentro Logístico (Perumin 2017), TOC Américas, así como foros organizados por AMCHAM y APPROLOG.

No queremos terminar el año sin agradecer a todos nuestros lectores por seguirnos, no solo en nuestra versión impresa sino también en nuestros canales digitales, y decirles que renovamos nuestro compromiso para seguir brindando el contenido que necesita nuestro sector durante el 2018.

¡Felices fiestas de fin de año!



Consejo Editorial

LOGISTICA360
THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

Gerente General
Marina Ayres Lima

Gerente Comercial
Janet Hernández

Director
Oscar J. Hdez

Jefe de Prensa
Jorge Choque

Community Manager
Guido Secco

Prensa y Redacción
Cecilia Dall'orso
Nicolli Silva Aguilar

Dirección de Arte y Diseño
Mónica Tamashiro

Colaboradores
Cristian Murillo Villegas
Hernán Valdivia Romero
Carlo Vargas Bolívar
Nadia García Quiroz
Javier Oyarse Cruz

Edición de Fotografía
Sandra Pereda

OFICINA LIMA - PERÚ
Calle William Gilbert 191 - 802, San Borja
Tel + 51 3208051
Cel + 51987989441

OFICINA MADRID - ESPAÑA
Calle Génova N°6 2º 28850
Torrejón de Ardoz
Tel + 34 658 178 640

Todos los derechos están reservados.
Queda rigurosamente prohibida la reproducción total y parcial sin la autorización escrita de los directores.
Las opiniones de los columnistas son personales y no representan necesariamente las posiciones de esta revista ni de las empresas de las que son parte.
Logística 360 es una revista editada e impresa por Medios 360 E.I.R.L.; RUC 20600933940
Edición 23, Mes Septiembre, año 2017

Suscripciones
+51987989451 - marketing@logistica360.pe

www.logistica360.pe



PIQUEO LOGÍSTICO



Inversión: US\$ 50 millones

Primer puerto “seco” del país se construirá en Huachipa

La construcción del primer puerto “seco” del país se iniciará el próximo año, calculó Bryson Hills Perú, promotor del proyecto. Un puerto seco es un terminal intermodal de mercancías que se conecta con un puerto marítimo a través de la red ferroviaria.

La iniciativa, que demandará una inversión aproximada de US\$ 50 millones sin contar el terreno, se levantará en la “ciudad industrial” que la promotora tiene en Huachipa, a 30 kilómetros del puerto. Así lo precisó Jorge Zegarra, presidente del directorio de la empresa.

Zegarra explicó que sólo faltan algunos trámites y autorizaciones de la operadora portuaria APM Terminals y de las autoridades respectivas para habilitar, nuevamente, un tramo de 500 metros de vía de tren con el que se completará la conexión con el puerto del Callao.

“Si todo sale bien esperamos concluirlo en los próximos dos años. Este puerto seco ayudará a solucionar la congestión vehicular en el Callao y abaratará el costo de las importaciones y exportaciones”, comentó Zegarra.

Efecto de la demanda interna

Proyección del crecimiento económico para el 2018 podría elevarse

Actualmente, la proyección de crecimiento para el PBI peruano en el 2018 es de 4%, pero el viceministro de Economía, César Liendo, ha manifestado que existen factores que inyectan optimismo y señales de un crecimiento mayor.

“No veo riesgos para el próximo año, al contrario, veo presiones al alza. Se estima un crecimiento de 4% pero puede ser mayor”, señaló Liendo al destacar que la demanda interna será el principal impulso económico.

No obstante, reconoció que el contexto internacional no brinda mayor predictibilidad: “Hay riesgos acotados a la baja como un retiro desordenado de la Reserva Federal o la reforma fiscal que Estados Unidos que trae un paquete agresivo”.

Con seguridad, Liendo indicó que la economía peruana cuenta con “las herramientas suficientes” para contrarrestar cualquier escenario adverso, como un desastre natural igual o similar a El Niño costero.





En el mediano plazo

Comercio con Rusia podría llegar a los US\$ 1000 millones

En plena efervescencia por la clasificación de la selección peruana al Mundial de fútbol, que se realizará el próximo año, el consejero comercial de la Embajada rusa en Perú, Sergey Sirenko, calculó que el comercio bilateral entre su país y el Perú podría llegar, en el mediano plazo, a los US\$ 1000 millones.

El comercio entre ambos países, detalló el funcionario, sumó US\$ 400 millones en el 2016 y el monto podría llegar a los US\$ 1000 millones en el mediano plazo. “Desde este año el vínculo comercial se fortaleció más”, dijo Sirenko al detallar que hasta setiembre el intercambio bilateral sumó cerca de US\$ 288 millones, lo que representa un crecimiento de 43%, en el comparativo interanual.

Rusia es un mercado relativamente nuevo y tiene una elevada barrera por el idioma, señaló la Asociación de Exportadores (ADEX). No obstante, destacó la importancia de acercar la oferta peruana con valor agregado al público ruso.

“El Mundial Rusia 2018 será una interesante oportunidad para vincularnos más con ese país, al que exportamos principalmente alimentos, pero sin duda, demanda más productos que podemos satisfacer”, señaló el gremio exportador.

Rusia, que será la sede del Mundial, representó el 1.8% del PBI mundial en el 2016, es el noveno país más poblado con 146 millones de habitantes y un líder en recursos naturales, como el agua, los hidrocarburos y los metales.

En la evaluación del BM

Aduana del Perú mejora su desempeño

La superintendencia tributaria, Sunat, informó que la aduana peruana ha mejorado su desempeño en la evaluación que realiza el Banco Mundial (BM), en donde se elevó en 20 puntos su calificación.

Dicha evaluación contempló 146 indicadores que englobaron aspectos neurálgicos de la gestión aduanera como la orientación a procesos, el pensamiento estratégico, el control, la eficiencia, efectividad, facilitación y transparencia.

Según la medición del BM (que mide en una escala del 0 al 100), la aduana peruana

tiene una calificación de 79 puntos que le alcanzan para liderar los resultados a nivel regional, destacó la Sunat.

Si bien el avance de la institución ha sido notable en todos los aspectos, una mención especial merece lo relativo a los eslabones “pensamiento estratégico” y “orientación a procesos” que están enfocados a la mejora de la gestión y al trabajo a largo plazo. Otro aspecto destacado en la evaluación fue la transparencia y efectividad, que fueron impulsados desde la reforma que implementó la Sunat en la década del 90.



Tiene el sector privado

Grandes oportunidades para invertir en infraestructura de transporte

Una “gran oportunidad de inversiones” tiene el sector privado en la construcción de proyectos de infraestructura vial, portuaria, ferroviaria y de telecomunicaciones, destacó el ministro de Transportes y Comunicaciones (MTC), Bruno Giuffra, y precisó que esa cartera está calculada en US\$ 58 000 millones hasta el 2025.

“Desde el MTC buscamos generar infraestructura que impacte en la competitividad y productividad de las empresas y las personas que emplean el sistema de transporte”, afirmó Giuffra quien reveló que su sector viene elaborando un “Plan Nacional de Infraestructura” que mantenga solidez ante el “ruido político”.

Giuffra detalló que el plan nacional será “consensuado, discutido y estudiado” pero, sobre todo, aseguró que será el derrotero para el desarrollo de la infraestructura peruana.

Dentro del paquete de proyectos de infraestructura que maneja el MTC está la licitación del terminal portuario de Chimbote, prevista para el 2018; la modernización del Terminal Portuario San Juan de Marcona; la concesión de un grupo de ocho aeropuertos (Jaén, Jauja, Huánuco, Ilo, Yurimaguas, Chimbote, Rioja y Tingo María) que ingresará a un proceso de licitación; la instalación de 700 puentes, entre otros.



PIQUEO LOGÍSTICO



Cinco productores retomaron los envíos Pisco peruano sigue entrando a Chile como “aguardiente”

Tras el escándalo que se armó cuando se supo que el pisco peruano debía entrar a Chile bajo la denominación de “aguardiente” -al punto que intervino Indecopi para proteger la denominación de origen-, las exportaciones al vecino país se han retomado sin que haya cambio alguno.

En su momento se identificó a 10 empresas que enviaban su producción bajo la denominación aguardiente y varias decidieron seguir haciéndolo para competir en un certamen internacional que se realizaba precisamente en Chile. Ahora son cinco marcas las que han vuelto a enviar su pisco con el nombre aguardiente que son: Bodegas y Viñedos Tabernero (Tabernero), Bodegas Don Luis (Pancho Fierro y Cuatro Gallos),

Bodegas Viñas de Oro (Viña de Oro), Bodegas San Isidro (Barsol) y Vitivinícola de La Mancha (F.Delfino).

Un grupo de productores nacionales ha manifestado su molestia con la decisión de esos productores porque sostienen que se está dejando de proteger la denominación de origen (DO) de la bebida de bandera.

Desde la Asociación de Exportadores (ADEX) se informó que los envíos de pisco a Chile han disminuido desde el incidente pero destacó que hay otros mercados que pagan un mejor precio por el producto. Se espera que nuevamente el Indecopi tome cartas en el asunto y defina si mantiene la protección estricta de la DO.

Sumarán US\$ 44 mil millones Crecimiento de exportaciones peruanas es el mayor de todo el continente

Las exportaciones peruanas han logrado un formidable desempeño este año y han alcanzado el mayor nivel de crecimiento de todo el continente, informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Según la entidad, se espera que los envíos nacionales sumen US\$ 44 mil millones en envíos hasta fin de año.

“Las perspectivas del crecimiento exportador peruano son alentadoras. Cerraremos el año con un crecimiento de alrededor de 25 %, alcanzando un valor de US\$ 44 000 millones aproximadamente”, resaltó destacó Eduardo Ferreyros, titular del Mincetur.

En el periodo enero-setiembre, los envíos del sector agropecuario crecieron 11%; los de la industria pesquera, 33%; los del segmento sidero metalúrgico, 15%; las exportaciones metalmecánicas, 10%; y las del rubro textil, 5.4%.

De igual forma, según estadísticas de la Organización Mundial del Comercio, la expansión de las exportaciones peruanas alcanzó el 25%. “Este dinamismo nos permitió posicionarnos como el primer exportador más dinámico en el continente, superando hasta en 17 puntos porcentuales el aumento promedio de la región”, destacó Ferreyros.





Cinco productores retomaron los envíos Habrá seis vías alternas a la Carretera Central

Para el 2021, año del Bicentenario de la Independencia, se habrán construido seis vías alternas a la Carretera Central, proyectó el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). De esta forma se podrá descongestionar esta estratégica autopista que tiene como destino la sierra y selva central.

La vía más importante de este grupo de seis proyectos será la ruta Lima-Canta-Huayllay-Unish que, se calcula, disminuirá la congestión de la Carretera Central un 35%.

“Tuvimos algunos inconvenientes con esta vía pero ya logramos destrabar el proyecto para que se inicie la construcción en el corto plazo”, comentó Bruno Giuffra, titular del MTC.

La segunda carretera en importancia será la que una Huaral-Acos-Huayllay-Unish, pero también está la vía Cañete-Lunahuaná-Desvíos Yauyos-Chupaca; Huaura-Oyón-Ambo-División Cerro de Pasco- Tingo María; y desvío de Pisco-Lircay-Huancavelica-Huancayo, todas esas variantes evitan pasar por Ticlio.

Crecimiento anual de 12% Años dorados para la exportación de arándanos

El Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) informó que la exportación de arándanos pasa por un gran momento al haber alcanzado un crecimiento de 12% anual, en promedio.

En el 2016, el valor exportado de ese producto ascendió a US\$ 242 millones pero en el 2014, el monto sólo llegaba a US\$ 30 millones. Es decir, estos envíos han tenido un crecimiento sorprendente.

Pero lo mejor está por venir pues la CCL pronostica que en los próximos cuatro años,

la tasa de expansión para estas exportaciones será mayor al 12% y esto responde a dos factores: mayor demanda de los principales mercados y un incremento de la producción.

Estados Unidos sigue siendo el principal mercado de destino para los arándanos al representar el 54% del total de envíos en el 2016.

“Es muy seguro que nuestros principales mercados como Estados Unidos, Hong Kong, la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) y la Unión Europea demanden más de este producto en los próximos años, porque los arándanos peruanos están reconocidos en el exterior como saludables”, señaló la CCL.



Crecimiento anual de 12% 300 mil puestos de trabajo se crean cada año

El ritmo de crecimiento del empleo en el Perú es acelerado y ha alcanzado un nivel de 300 mil plazas laborales por año, según las cifras del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Esos 300 mil nuevos puestos, según el ministerio, fueron ofrecidos por el Gobierno en el 2017, alcanzado un nivel no visto hace siete años.

Tras la catástrofe causada por El Niño costero y la aplicación de una serie de medidas gubernamentales, se espera que el ritmo de crecimiento laboral actual sea aún mayor con miras a superar la meta trazada por el

Ejecutivo: generar 1.5 millones de puestos laborales hasta el 2021.

El MTPE señaló que el mayor “reto” en la generación de empleos, es el de crear plazas formales y de calidad en donde los derechos laborales sean respetados en todo nivel.

“El mercado laboral está dinámico y la Población Económicamente Activa (PEA) creció 2.8% a setiembre de este año en comparación al año previo, el mayor crecimiento en los últimos cuatro años”, manifestó Alfonso Grados, ministro de Trabajo.



PIQUEO LOGÍSTICO



Centro para el Desarrollo Global advierte El Perú nunca será un país desarrollado si sólo crece a un 3% anual

La directora para Latinoamérica del Centro para el Desarrollo Global, Liliana Rojas-Suárez, alertó que si el Perú no acelera su crecimiento económico, incrementando así el ingreso per cápita y disminuyendo la brecha frente a otros países, no llegará a ser una nación desarrollada.

“Si el Perú crece a 3%, simplemente no llegará a ser un país desarrollado nunca o quién sabe cuándo. Simplemente no está en

las estadística el poder predecirlo”, manifestó Rojas-Suárez, quien sostuvo que el país debe apuntar a crecer, de forma sostenida, a un nivel de 7% al año.

“El punto es que no puedes conformarte con decir que estamos entre los países de la región que más crece porque aunque crezcamos 4% y el resto lo haga a 2%, el Perú simplemente no llegará al desarrollo”, aseguró.

Según cifras de la SNI

Régimen laboral de exportación no tradicional es un impulsor de empleos formales

El régimen laboral de exportación no tradicional fue implantado en 1979 y hasta el día de hoy ha impulsado la creación de 85 mil puestos de trabajo formales, informó la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

Esas 85 mil plazas representan el 17% del empleo formal generado por la industria peruana en dicho periodo. Según el gremio, el régimen también elevó en un 7.2% anual los envíos de productos con mayor valor agregado, al apoyarse en la apertura de la economía y a la suscripción de tratados de libre comercio con las principales economías del mundo.

La SNI destacó que el régimen permite a las empresas exportadoras de rubros tan diversos, como los textiles y la agroindustria, contratar de manera temporal e indefinida a trabajadores, en función a su demanda y nivel de trabajo.

“Hay que considerar que los puestos de trabajo generados bajo este régimen acceden a todos los derechos y beneficios laborales que la ley peruana considera: dos gratificaciones al año, 30 días de vacaciones anuales, 1.17 sueldos por CTS, acceso a la seguridad social, participación en las utilidades de las empresas, licencia pre y post natal, asignación familiar, entre otros beneficios”, detalló el gremio.



SOCIEDAD
NACIONAL DE
INDUSTRIAS



Números positivos

Superávit comercial llegará a los US\$ 4800 millones

El país alcanzará un superávit comercial de US\$ 4800 millones, aproximadamente, calculó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Su proyección se sustenta en los buenos resultados registrados en la balanza comercial desde julio del 2016.

Eduardo Ferreyros, el responsable del Mincetur, manifestó que el superávit esperado para este año es más del doble del que se alcanzó en el 2016.

“La diferencia entre importaciones y exportaciones desde julio de 2016 a la fecha muestra una balanza comercial positiva, esta

recuperación se produjo luego de 20 meses de déficit comercial para el Perú”, explicó Ferreyros.

Tras 41 meses de caída de exportaciones, se ha logrado un repunte y en los siete primeros meses del 2017 se alcanzó una expansión de 25% en las exportaciones totales.

En esa línea, el funcionario destacó que el número de productos peruanos exportados en los primeros nueve meses del año fue de 4510, cantidad que supera en más de 100 a la cantidad alcanzada en similar periodo del 2016.

Tras cuatro años

Inversión pública y privada en crecimiento conjunto

Tras cuatro años, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) registró un crecimiento conjunto de las inversiones públicas y privadas en lo que va del 2017. La titular del MEF, Claudia Cooper, destacó que, producto de este positivo fenómeno, se está trabajando una cartera de inversiones en infraestructura y minería por US\$ 70 mil millones.

Cooper destacó que el “crecimiento generalizado” de las inversiones ha sido diversificado pero ha tenido, comentó, énfasis en actividades como la construcción, la manufactura, el comercio y los servicios. Sobre la inversión pública, la funcionaria destacó que en los últimos tres meses ha tenido un avance de dos dígitos en todos los niveles de Gobierno.

“En el tercer trimestre del 2017, mientras la inversión en minería e hidrocarburos creció 23.2% en términos reales, la inversión privada en el resto de sectores hizo lo mismo en 2.6%”, indicó la titular del MEF.

Hasta setiembre de este año, acotó Cooper, los anuncios de inversión aumentaron 42.2% respecto al mismo periodo del 2016. “Entre el cuarto trimestre del 2017 y el 2018 se adjudicarán bandas anchas por 315 millones de dólares que beneficiarán a Amazonas, Ica, Puno y Tacna. También se adjudicará Michiquillay en Cajamarca por 1,950 millones de dólares y los terminales portuarios de San Juan de Marcona y Chimbote por 692 millones de dólares”, adelantó.



Por 60 años

Plantean extender concesiones portuarias

El Poder Ejecutivo, mediante un proyecto de Ley presentado al Congreso, ha propuesto la posibilidad de ampliar las concesiones portuarias por 30 y 60 años, con la finalidad de facilitar la ejecución de inversiones en la modernización de esa infraestructura.

La iniciativa busca fortalecer el trabajo de los operadores para que se animen a introducir innovaciones y llevar adelante proyectos que respondan a las necesidades de un mercado con proyección a crecer.

Para ello, la norma prevé una amortización de las inversiones realizadas previamente para generar tarifas más competitivas y menores costos para el comercio internacional. De esta forma, se dinamizaría la actividad exportadora a lo largo de la costa peruana.

También se busca facilitar el proceso de concesión tanto para empresas que aún tienen contrato vigente como con aquellas que buscan ingresar al país. Así, los contratos actuales podrían adaptarse a la norma si es que una de las partes lo solicite y tomando como base los resultados obtenidos por el actual operador.

Agenda 360

AMCHAM

FACILITACIÓN DEL COMERCIO

FECHA: 12 DE DICIEMBRE DEL 2017

HORA: 8:00 A.M. A 10:00 A.M.

LUGAR: THE WESTIN LIMA HOTEL

EXPOSITOR: INTENDENTE NACIONAL DE DESARROLLO E INNOVACIÓN ADUANERA DE SUNAT.

DELEGACIÓN AMCHAM FERIA CES'18

FECHA: DEL 8 AL 12 DE ENERO 2018

LUGAR: LAS VEGAS

SE ANUNCIARÁN Y EXHIBIRÁN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DISRUPTORAS QUE REVOLUCIONAN LA FORMA EN QUE LOS CONSUMIDORES VIVEN Y TRABAJAN: VEHÍCULOS AUTÓNOMOS, AUTOS ELÉCTRICOS, ENERGÍA SOLAR, IMPRESIÓN 3D, SENSORES DE MOVIMIENTO, ROBÓTICA, CONEXIÓN A INTERNET, REALIDAD VIRTUAL, ETC.

ESAN Y EL TECNOLÓGICO DE MONTERREY, JUNTOS EN EL PADE INTERNACIONAL EN OPERACIONES Y LOGÍSTICA.

INAUGURACIÓN: 19 DE MARZO DE 2018

INICIO DE CLASES: 5 DE ABRIL DE 2018

LA CURRÍCULA DEL PROGRAMA CUENTA CON UN STAGE INTERNACIONAL EN GUADALAJARA - MÉXICO, EN LA QUE COMPRENDEN CONFERENCIAS GERENCIALES Y VISITAS A EMPRESAS RELACIONADAS AL SECTOR. DE ESTA MANERA PODER BRINDARLE AL EJECUTIVO UNA VISIÓN MÁS AMPLIA DE LOS MERCADOS, QUE PUEDA CONOCER DE CERCA OTRAS REALIDADES Y TAMBIÉN COMPARTIR CON DIRECTIVOS, GERENTES Y ACADÉMICOS LAS MEJORES PRÁCTICAS DEL PAÍS.

THE SMF GROUP

SOCIAL MARKETING SUMMIT (LIMA-PERU) 2018

FECHA: 22 Y 23 DE MAYO DEL 2018

HABRÁN DISCUSIONES Y APRENDIZAJE PRÁCTICO DE ESTRATEGIAS AVANZADAS DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES, COMPARTIENDO ESTRATEGIAS EXITOSAS USADAS EN EUROPA, ASIA, USA Y LATINOAMERICA.

EXPO PLAST PERÚ 2018

FECHA: 23 AL 26 DE MAYO DEL 2018

LUGAR: CIUDAD FERIA COSTA VERDE DE SAN MIGUEL

SE PRESENTARÁ LO ÚLTIMO EN PRODUCTOS, EQUIPOS Y TECNOLOGÍA. EN SIMULTÁNEO SE DESARROLLARÁ LA TERCERA EDICIÓN DE PACK PERÚ EXPO (FERIA DE ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES).

13° SIMPOSIUM INTERNACIONAL DEL ORO Y DE LA PLATA (CONFERENCIAS Y EXHIBICIÓN MINERA)

FECHA: DEL 29 AL 31 DE MAYO DE 2018

LUGAR: THE WESTIN LIMA HOTEL & CONVENTION CENTER

ESTE EVENTO ES ORGANIZADO POR LA SOCIEDAD NACIONAL DE MINERÍA, PETRÓLEO Y ENERGÍA DEL PERÚ Y TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL PROMOVER LA CONCIENCIA EN EL POTENCIAL DE LOS RECURSOS NATURALES, EN PARTICULAR LOS RECURSOS DE ORO Y PLATA, ASÍ COMO FOMENTAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN Y NEGOCIO.

Si estas interesado en algunos de estos eventos escríbenos a:
marketing@logistica360.pe
y te enviamos más detalles.



**Líderes en Diseño e Implementación
de Centros de Distribución.**

ABRA ESTA VENTANA PARA
EL FUTURO DE SU EMPRESA

Desde la consultoría inicial, diseño, implementación, hasta la puesta en operación y constante apoyo operacional en los Centros de Distribución.

► **ALGUNOS CLIENTES EN LATINOAMÉRICA Y EL MUNDO**

ABCDIN
ABERCROMBIE &
FITCH
AEROPOSTALE
AGUNSA
AGROSUPER
ALIFRUT
ALVI
AMPHORA
APL LOGISTICS
AQUACHILE
ARIZTIA
ASDA GEORGE
AUSTRAL FREEZER
BCBG
BERTRAM
CAFARENA
CASA&IDEAS


CHILETABACOS
CHILEXPRESS
CIA HERING
CONCHA Y TORO
C&A
CUEROS VÉLEZ
DIMERC
DITZLER
DORIAN
FALABELLA
FARMACIAS
GUADALAJARA
FARMACORP
FEROUCH
GEODIS WILSON
GEP
GOLDENFROST
GUANTE

GUESS
HEAD
ICB
INDUMOTORA
INKAFARMA
JOHNSON'S
J.C PENNEY
KAUFMANN
KOMATSU
KOMAX
LA POLAR
LEVI STRAUSS
LOEHMANN'S
LOGINSA
MAGAZINE LUISA
MATALAN
MERCOS
MK

MTS
MOLETTA
MONSOON
NIKE
NORDSTROM
OECHSLE
PARIS
PESCACHILE
PF
PREUNIC
PRISA
PRIMARK
PROMERCO
RENNER
RIPLEY
SALINAS & ROCHA
SERVICIOS
POSTALES

NACIONALES S.A.
SOPROLE
SOPRAVAL
STI
SUBURBIA
TELEMERCADOS
TGESTIONA
TK MAXX
TPS
TRANSLOGIC
TARGET
THE GAP
UNIMARC
WH SMITH
SALCOBRAND
ENTRE OTROS MÁS...

Contáctenos:

 **Perú:** Tel.(511) 650 8348
 **Brasil:** Tel.(5511) 3109 3200
 **Chile:** Tel. (562) 2958 8000
 **Colombia:** Tel.(571) 313 6888
 **México:** Tel.(5233) 3124 5144
 **USA:** Tel.(818) 890 6002



LA ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE ARCA CONTINENTAL LINDLEY

La compañía busca cubrir y satisfacer la creciente demanda con un servicio cada vez más óptimo y eficiente; para ello, están ejecutando importantes desarrollos en su red logística.

Con la consigna de atender la demanda creciente de los clientes en todo el Perú, Arca Continental Lindley, embotelladora y distribuidora exclusiva de las marcas de The Coca-Cola Company en Perú, ha realizado importantes inversiones en su capacidad y eficiencia productiva, con un enfoque tecnológico, de cuidado del medio ambiente y seguridad.

En esa línea, para soportar su crecimiento productivo y mejorar el nivel de servicio a los clientes, la empresa ha continuado trabajando en la ampliación y modernización de su sistema logístico y de distribución. El gran salto lo dieron en agosto de este año, con la implementación del primer Mega Centro de Distribución Este en Lima.

Asimismo, esta reconfiguración logística ha significado la incorporación de tecnología de punta en la gestión de sus almacenes y en la distribución y transporte de la mercadería, que no solo optimizarán sus operaciones sino que además darán seguridad a sus trabajadores y protegerán el medio ambiente.

Como parte de sus objetivos comerciales, actualmente se encuentran en proceso otras implementaciones de infraestructura logística en Lima; además, tienen planes de ampliar sus operaciones en Arequipa.

En la presente entrevista, la compañía Arca Continental Lindley, a través de su

Directora de Distribución y su Director Logístico, Marcela Paez y Roberto Figari, respectivamente, nos informan acerca del significado de estos desarrollos logísticos.

¿En qué ha consistido el plan de reconfiguración logística y comercial de Arca Continental Lindley? ¿En qué se ha invertido?

Desde el año 2010, nuestra compañía inició un plan para la reconfiguración de nuestras instalaciones de producción para atender a la creciente demanda del mercado peruano. En el 2012 se inauguró Planta Trujillo y en el 2015 Planta Pucusana, dos instalaciones que destacan por su alto nivel de tecnología, eficiencia, estándares de calidad y cuidado del medio ambiente.

En línea con la consolidación de estas operaciones, se continuó trabajando en la modernización de nuestro sistema logístico y comercial en Lima, a través de la definición de nuevas operaciones de almacenaje.

Dentro de Lima Metropolitana la compañía contaba con 12 centros de distribución que, en su mayoría, estaban ubicados sobre predios alquilados y contaban con instalaciones que no permitían el crecimiento natural de la operación. Por ello, en 2016, decidimos acompañar la necesidad de crecimiento en metros cuadrados con un rediseño de nuestra red logística. Adicionalmente, esta reconfiguración nos permitirá alcanzar mayores sinergias en nuestras operaciones.



Directora de Distribución, Marcela Paez y Director

¿A qué responde la ejecución de este plan?

Los principales objetivos de este proceso de reconfiguración son:

- Reforzar la red logística y de distribución, para afrontar el crecimiento de la industria en los próximos años.
- Optimizar e incrementar la capacidad de almacenamiento.
- Mejorar la eficiencia de nuestras operaciones.
- Incrementar el nivel de servicio a nuestros clientes.
- Desarrollar operaciones propias, efectuando procesos de manera interna que antes se manejaban a través de terceros.

¿Cuánto crecerá y mejorará su logística de almacenamiento y distribución?



tor Logístico, Roberto Figari.

Estamos incrementando la capacidad instalada en un 40%. A esto debemos agregar que pasaremos a trabajar sobre predios propios.

¿Hay innovación tecnológica y automatización en su cadena logística dentro de estas inversiones?

Nuestras antiguas operaciones no contaban con un alto nivel de tecnología. Aprovechamos la reconversión para incorporar tecnologías necesarias para nuestro tipo de negocio. Por ejemplo, hemos incorporado sistemas de picking por voz (voice picking) y WMS para el manejo de nuestros inventarios.

Adicionalmente, se han incorporado algunas innovaciones que nos permitirán generar eficiencias dentro del proceso productivo. La principal innovación está

“En 2016, decidimos acompañar la necesidad de crecimiento en metros cuadrados con un rediseño de nuestra red logística.”

relacionada al tipo de pisos utilizados, los cuales permiten un desplazamiento uniforme, más rápido y de menor desgaste en equipos de montacargas.

También hemos puesto foco en el cuidado del medio ambiente. Un ejemplo de ello es el aprovechamiento de la luz natural. Utilizamos la iluminación natural durante el día y equipos de iluminación de bajo consumo de energía en la noche, generando así un mejor uso de este recurso natural.

¿Qué otras mejoras incluye la inversiones ejecutadas?

Las inversiones efectuadas nos permitirán incrementar nuestras eficiencias, disminuir el esfuerzo físico de nuestro personal y llegar de una forma más eficiente a nuestros clientes, de la mano con nuestro permanente compromiso con la seguridad, calidad, nivel de servicio y cuidado del medio ambiente.



En materia de seguridad, estamos equipando los centros de distribución con equipos de protección, señalética y sistemas de gestión que garanticen

un trabajo seguro para nuestros colaboradores.

Adicionalmente hemos montado un plan de renovación de flota y estamos equipando los camiones con tecnología de monitoreo por telemetría, sensores y accesorios para minimizar los accidentes de tránsito y de trabajo, para nuestro equipo de reparto y la población.

Para garantizar la calidad y frescura de nuestros productos, estamos equipando los almacenes con sistemas de gestión de lotes, que nos permita asegurar una adecuada rotación. Adicionalmente estamos mejorando nuestras herramientas tecnológicas para estabilizar la cadena de siniestros con una adecuada planificación que nos permita brindar cada día un mejor

nivel de servicio a nuestros clientes y consumidores.

Finalmente estamos equipando nuestras instalaciones con centros de reciclaje, para segregar adecuadamente todos los residuos y asegurar que sean debidamente canalizados para que puedan ser reciclados.

Nuestras inversiones en la cadena de suministro van de la mano con nuestro compromiso con la seguridad, calidad, nivel de servicio y cuidado del medio ambiente.

¿Implica también optimización de costos en operaciones logísticas?

Todo incremento de eficiencias ayuda a la optimización de costos logísticos.

“Estamos incrementando la capacidad instalada en un 40%. A esto debemos agregar que pasaremos a trabajar sobre predios propios.”



¿Tienen alguna expectativa de mayor cuota de mercado o de crecimiento de rentabilidad con esta reconfiguración?

Nuestro principal foco es poder atender la demanda de nuestros clientes, con un óptimo nivel de servicio dentro de operaciones seguras tanto para sus trabajadores como para el medio ambiente.

“De la mano con el crecimiento de la economía, estaremos siempre anticipando las futuras necesidades de nuestros clientes y consumidores para adecuar nuestra red logística con tecnología moderna e infraestructura.”

¿En cuánto tiempo creen que verán los primeros resultados de esta inversión?

Los resultados son generados desde el inicio de las nuevas operaciones.

¿Cuánto impacto tendrá su nivel logístico en su ROI?

El recupero de la inversión es en 10 años, dado que la misma ha sido muy importante.

¿En general, cuánto está creciendo y mejorando su red logística a nivel nacional en los últimos años?

Desde el año 2014 estamos dando pequeños pasos de reconfiguración en nuestra red logística nacional, donde el principal foco ha sido incrementar el nivel de servicio a nuestros clientes y contar con instalaciones seguras para el personal.

Con la implementación del primer Mega Centro de Distribución Este en agosto del 2017 hemos dado un gran salto en nuestra forma de trabajo, al incorporar nuevas tecnologías en la operación logística.

¿Realizarán nuevas inversiones y proyectos en los próximos años?

En este momento nos encontramos en el proceso de construcción de un nuevo Centro de Distribución que estará ubicado en Villa el Salvador, el cual atenderá a los distritos del sur de Lima. Asimismo, estamos trabajando en la remodelación de otro local de distribución en el Centro de Lima.

De la mano con el crecimiento de la economía, estaremos siempre en búsqueda de anticipar las necesidades de nuestros clientes y consumidores para adecuar nuestra red logística con tecnología moderna e infraestructura, con la finalidad de asegurar la disponibilidad de nuestro amplio portafolio de productos a nivel nacional. 🔥





ITSANET: A LA VANGUARDIA LOGÍSTICA

ITSANET Perú, experto en servicios logísticos, es miembro de la Red Logística de empresas ITSANET, el cual opera en 8 países de Latinoamérica y tiene su casa matriz en Argentina.

Con más de 10 años de experiencia, ITSANET Perú ha destacado por estar a la vanguardia en el mercado logístico nacional, fortaleciendo y ampliando su portafolio de servicios gracias a su know how y al respaldo de la Red Logística a la que pertenece.

«Nuestro objetivo es seguir desarrollando servicios nuevos en la medida en que el mercado lo demande», recalca su Gerente General, Fernando Peirano.

Es así que hoy, la compañía provee servicios a nivel nacional en Almacenaje (Simple, Senasa, Digesa y Dígemid), así como operaciones de Cross Docking, Distribución, Logística Inversa y Servicio de Valor Agregado, para los canales moderno y tradicional en diversos sectores.

“Nuestras propuestas no solo son personalizadas sino que también aportan valor añadido a lo que espera el cliente.”



ITSANET Perú lleva a cabo estos procesos cumpliendo con las normas más exigentes del mercado; prueba de ello es que cuenta con las certificaciones BASC, ISO 9001 y de BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento).

Asimismo, ITSANET Perú se diferencia por brindar un servicio flexible y personalizado, recursos que han consolidado su ventaja competitiva entre los proveedores de operaciones logísticas.

«Nosotros diseñamos los procesos a medida de las necesidades del cliente. Hoy en día los clientes buscan soluciones válidas y competitivas para sus problemas. Nuestras propuestas no solo son personalizadas sino que también aportan valor añadido a lo que espera el cliente. El estándar de la logística es la personalización y esto es lo que nos hace diferentes frente a nuestros competidores», resalta la Gerente Comercial, Yalile Facuse.

Adicionalmente, Itsanet Perú puede operar el 100% de todos los servicios que el cliente solicite, con los beneficios en optimización y eficiencia operativa que ello implica.

Las operaciones de ITSANET Perú se encuentran ubicadas dentro del centro logístico de BSF, en Punta Hermosa, a un lado de la panamericana Sur, ubicación estratégica para los objetivos de transporte y distribución, así como de expansión de sus clientes.

«Estando en BSF tienes la posibilidad de ampliar y reducir espacios en función a las estrategias de los clientes», comenta el Gerente General de ITSANET Perú, Fernando Peirano.

El éxito ITSANET Perú

La excelencia de ITSANET Perú está demostrada en los beneficios de sus operaciones y el desarrollo de moderna tecnología. Por ejemplo, la compañía ofrece a sus clientes inventarios rotativos; con ello evitan los inventarios Wall to Wall, el cual presenta desventajas en relación con los conteos cíclicos.

Para estos inventarios rotativos se apoyan de un WMS de desarrollo propio, el cual adaptan a las necesidades del cliente a través de aplicativos; este WMS

“ITSANET Perú cumple con las normas más exigentes del mercado; prueba de ello es que cuenta con las certificaciones BASC, ISO 9001 y de BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento).”

genera inventarios rotativos en un periodo determinado de tiempo según la operación.

«Acordamos si lo quiere por código, si lo quiere por posición, y el sistema aleatoriamente va lanzando información de lo que hay que ir a contar; lo registra y lo archiva generando un ID que es auditable», detalla la Gerente Comercial, Yalile Facuse.

De otro lado, la compañía ha implementado un sistema de interface que genera comunicación en línea entre cliente y proveedor para entregas de pedidos por Zip Code en lugar de entregas por dirección. Con el Zip Code y el interface, la operación es automática y más eficiente.

Asimismo, ITSANET Perú tiene implementado el sistema de Track & Trace; este sistema envía reportes de información en tiempo real de los pedidos que están en distribución; de esa manera, el cliente puede ver el estado de su pedido y hacer consultas.

«Por la mañana envía un reporte de todo lo que ha salido en distribución para un cliente, durante el día reporta entregas en tiempo real, y al final del día envía el mismo reporte de la mañana pero con el resultado de todo lo realizado en el día», explica Peirano.

Adicionalmente, la empresa ha desarrollado un mecanismo para recoger información que permita medir el grado de satisfacción de clientes externos, con respecto al cumplimiento en la calidad de la prestación del servicio. Se envían encuestas online mediante un aplicativo comercial.

«El resultado de estas encuestas nos permite reflejar cómo perciben el servicio nuestros clientes, y tomar acciones inmediatas si el resultado de nuestro indicador está por debajo de la media», acota Facuse.

Todos estos beneficios y propuestas de valor han significado el crecimiento sostenido de ITSANET Perú, empresa logística que sigue consolidándose como uno de los principales aliados del mercado.



Gerente Comercial, Yalile Facuse y Gerente General, Fernando Peirano

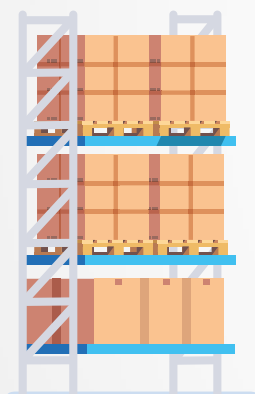


Almacén con certificación BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento).

UN POCO MÁS SOBRE **ITSANET**



SERVICIOS Almacenaje Simple, Almacén con certificación y autorizado para productos regulados por Senasa, Digesa y Digemid; Logística Inversa, Cross Docking, Disposición Final, Servicio de Valor Agregado (VAS) para atención al Retail, Integraciones y Mudanza de Data Center; Distribución de mercaderías a nivel nacional.



INFRAESTRUTURA

- Área de almacenes de 16,000 m²:
- 8,000 posiciones de rack para almacenamiento simple
- 6,000 m² de almacenaje en piso
- 1,280 posiciones de rack para almacenamiento con BPA



SEGURIDAD


Las instalaciones de ITSANET Perú cuentan con personal de vigilancia permanente (7 x 24) y están equipadas con sistema de CCTV, sistema de alarmas, sensores de humo, de movimiento y magnéticos; además, cuenta con pólizas globales de seguro.



UBICACIÓN

Carret. Panamericana Sur Km 38.
Punta Hermosa – Lima 24.
BSF Almacenes del Perú.
Módulos A-01, A-03, A-05, y A-07.

DATO:

ITSANET Perú a raíz de la coyuntura sobre las nuevas disposiciones legales respecto al almacenamiento de productos regulados, y aprovechando la experiencia y el know how con más de 10 años de experiencia en el mercado logístico, decidió ampliar su línea de negocio implementando un almacén con BPA (Buenas Prácticas de Almacenamiento) con aprobación para el almacenamiento de productos registrados por Digesa, Digemid y Senasa. Hoy en día cuenta con más de 1280 posiciones. 



INVENTARIOS

SI NECESITAS HACER UN INVENTARIO. CUENTA CON NOSOTROS.

Panorama BPO con más de 30 años de experiencia, más de 100 clientes satisfechos y más de 300 profesionales a tu servicio.

- › Inventario de Existencias.
- › Inventario, Conciliación y Tasación de Activos Fijos.



• servicios@panoramabpo.com • T. (511) 213 7220 • www.panoramabpo.com



SC-CER553231



OS-CER553236



SA-CER553234



«SI TODAVÍA ESTAMOS APRENDIENDO A MANEJAR BICICLETA, NO QUERAMOS COMPRAR EL CARRO CON LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA»

Durante vigésima segunda edición de Expogestión se resaltó tendencias en nuevas tecnologías; sin embargo, se recomendó empezar con tecnologías sencillas que mejoren las operaciones logísticas, sobre todo en respuesta a los retos del mundo digital.

La aplicación de las tecnologías de la denominada cuarta revolución, que están cambiando la manera en cómo se realizan los negocios, es ya una realidad; su creciente tendencia hace necesario que las empresas adapten sus negocios.

Al respecto, Jorge Motje, CEO de Miebach Consulting Group, Alemania, recuerda -por ejemplo- que en el año 2012 Amazon compró la empresa de robots Kiva Systems, para la automatización de sus almacenes.

Cuando se habla de la industria 4.0 o cuarta Revolución Industrial, básicamente se refiere a las tecnologías del internet de las cosas (IoT), la impresión 3D, los drones, la inteligencia artificial; estos desarrollos ya son aplicados en procesos y operaciones en la cadena de suministros y logística de grandes compañías en el mundo.

En caso del internet de las cosas y la interconexión, su importancia radica en que, primero, permiten transferir y compartir información en tiempo real entre todos los que intervienen en los procesos (personas, máquinas, sistemas); y, segundo, hace posible que estos elementos operen coordinadamente gracias a que están conectados.

Ello ayuda a que las tareas se realicen con mayor exactitud, velocidad y eficiencia, y además permite que las empresas tomen mejores decisiones al contar con información de cada operación en tiempo real.



Mary Wong

“Cuando se habla de la industria 4.0, básicamente se refiere a las tecnologías del internet de las cosas (IoT), la impresión 3D, los drones, la inteligencia artificial”.

«Para eso necesitamos tecnologías de captura de datos, capacidad analítica, sensores, interconexión de máquinas con humanos; que todos estén conectados: personas, procesos, máquinas, sistemas», dice Jorge Motje.

Esto al mismo tiempo es impulsado por otra de las nuevas tecnologías, como el big data, que «es el uso inteligente de toda esa gran información que está disponible».

La impresión 3D ya está demostrando su gran poder de impacto en las piezas de recambio de algunas industrias. Es más, hoy se puede imprimir

prácticamente de todo, incluso material orgánico o comestible, anota el ejecutivo.

«Sus beneficios alcanzan el reducir o eliminar inventario de piezas de recambio, tener disponibilidad global y a largo plazo, reducir costos de transporte, etc.».

Jorge Motje señaló que, en el retail y el consumo masivo, muchas de estas tecnologías son impulsadas por una necesidad de responder al impacto en la logística del comercio electrónico y el comportamiento del consumidor, principalmente los milenial y la generación Z.

Empezar con lo sencillo

Mary Wong, gerente general adjunta de GS1 Perú, resalta la indiscutible necesidad de atender los retos del mundo digital a través de ciertas tecnologías, como sistemas y equipos que interconecten, dispositivos que capturen información y den visibilidad, etc.

Al respecto, sostiene que es clave contar con información de los productos, y que sobre todo esta sea de calidad y exacta.

«Hay una demanda cada vez más grande de contar con información completa, exacta y oportuna de los productos y servicios para los diferentes canales por donde ese producto o

servicio pasa. Y que esa información sea de calidad. Sin embargo, las empresas por lo general no cuentan con ello», advierte.

Wong mencionó que GS1 de Colombia hizo un estudio (hace un año y medio) con 22 mil productos de 400 proveedores del sector retail, el cual arrojó que el 96% de los 400 proveedores tenía problemas de calidad de información en al menos uno de sus productos, y que el 48% de los productos (de los 22 mil) tenía toda la información equivocada.

Asimismo, recordó que GS1 Perú el año pasado realizó un estudio similar con una distribuidora local, en el cual se analizó alrededor de 476 productos. El resultado de una auditoría inicial arrojó que ni el 1% de los 476 productos tenía los datos registrados de manera correcta.

«Por ejemplo, en lugar de la marca se había colocado el nombre de la empresa proveedora; dentro de la descripción del producto no figuraba el atributo diferenciador, valga decir si era un champú, colonia, crema, desodorante. Ni las dimensiones del producto. Y eso impacta en los procesos logísticos de las empresas», apuntó.

Otro aspecto es la visibilidad de inventarios. «No podemos pensar que en un mundo digital nuestras empresas no tengan visibilidad en tiempo de cuanto stock hay en cada punto de la cadena, ya sea los cd, almacenes, puntos de venta, puntos de despacho», detalló.



Jorge Motje




Igualmente, acotó que no solo importa que haya visibilidad del inventario sino que esa data que arroja el sistema sea la cantidad real sobre la cual se pueda tomar decisiones en tiempo real.

«A nosotros (GS1 Perú) nos ha pasado muchas veces en procesos de consultoría, cuando preguntamos a la persona que trabaja en el área de inventarios si realmente confía en la información del inventario que tiene su sistema, y la respuesta del 80% de las veces es no. Sin ello no podemos dar paso al mundo digital», afirmó.

«No podemos pensar que en un mundo digital nuestras empresas no tengan visibilidad en tiempo de cuanto stock hay en cada punto de la cadena...».

Marý Wong hace un paréntesis. La especialista sostiene que las empresas deben adaptarse de manera rápida a las tecnologías, pero que es recomendable ir paso a paso, implementando inicialmente tecnologías sencillas que ayuden a responder al mundo digital.

«Cuando hablamos de big data, de data analytics, de internet de las cosas, de transformación digital, mi sensación es que estamos queriendo manejar el último modelo de BMW, cuando no hemos terminado de aprender a manejar bicicleta. Lo que va a pasar es que no vamos a aprovechar al máximo el automóvil», señala. 





LOGÍSTICA PERSONALIZADA QUE GENERA VALOR

Brindamos soluciones con un alto nivel de adaptabilidad y servicio; soportados en infraestructura, tecnología y profesionales calificados.

Nuestra eficiente gestión de operaciones nos permite brindar soluciones competitivas para las necesidades de su empresa.

Almacenamiento y transporte de MATPEL, IQBF y carga seca

Certificación ICMi para el manejo de Cloruro de Sodio

190.000 m² de área de almacenamiento

WMS
(Warehouse Management System)

Servicios de valor agregado (maquila, trasvase y acondicionado)



DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE

- Almacenaje y alquiler
- Almacenes BPA
- Intemperie / Techado
- Rack / Piso
- Carga Seca, IQBF y MATPEL



SERVICIOS A LA CARGA

- Recepción e inspección
- Control de inventarios
- Maquila
- Picking y preparación de pedidos
- Cross-docking
- Carga y descarga
- Servicio in-house



ALMACENAMIENTO

- Nacional
- Local
- Transporte carga general
- Transporte de MATPEL e IQBF

📍 Carretera antigua Panamericana sur km 29.5, Lunín - Lima
📍 Lote 2B Lomas Chutana unidad catastral N° 13453, Chilca - Lima

☎ +511 618 1616
✉ info@alpa.com.pe



DEPSA SE PREPARA ANTE FUERTE DINAMISMO DE SUS SERVICIOS

La compañía logística viene ejecutando un plan de inversión para responder a una mayor expansión de la demanda de sus servicios en el 2018.



Depsa, empresa que forma parte de Ransa desde el año 2013, estuvo presente en la feria Expoalimentaria 2017, en donde mostraron sus servicios de almacenamiento y de warrant para la exportación de mercadería agroindustrial; en vista del crecimiento actual y futuro de la demanda de sus servicios, la empresa ha realizado importantes inversiones de expansión y planea realizar otras el próximo año.

La compañía cuenta con almacenes y equipamiento para todo tipo de

productos agroindustriales, tanto para la carga seca como para línea de fríos y a granel. Para la carga fría, dispone de cámaras acondicionadas para manejar diferentes rangos de temperatura; además, tienen un laboratorio especializado en el control de temperatura y humedad de los productos a granel.

Además, Depsa posee los mayores estándares de calidad y seguridad en sus procesos que garantizan el óptimo manejo de estos diferentes tipos de mercadería, como son las certificaciones

BASC e ISO 9001.

En la presente entrevista, el gerente general de Depsa, Alex Kudzuma, nos habla acerca de las inversiones que han realizado y que ejecutarán próximamente, así como de sus proyecciones de crecimiento para el 2018.

¿Háblenos de Depsa y los servicios que brindan?

Somos una empresa logística y ofrecemos los servicios de almacenes en sus diferentes modalidades: en frío, en seco, depósitos aduaneros y depósitos simples. También tenemos nuestra línea de warrants. En ambas líneas, la logística y los warrants, apoyamos a toda la cadena de exportadores agroindustriales, que requiere utilizar nuestros servicios de frío o almacenes secos donde almacenan su mercadería. Le damos un servicio óptimo hasta que sus productos son exportados.

Con respecto al warrant, éste facilita mucho obtención de capital de trabajo para las exportaciones e incluso el proceso de exportación a través de la modalidad de warrant con endoso para embarque, ya que permite trasladar la mercadería que se va a exportar hasta el puerto sin necesidad de liberar el warrant hasta que la mercadería es embarcada: nosotros entregamos el conocimiento de embarque al financiador para liberar la mercadería. Eso agiliza y facilita mucho el proceso de exportación.

¿Cuánto están creciendo en este servicio?

Nosotros tenemos aproximadamente 400 millones de soles de mercadería en warrant, de diferentes productos y en diferentes localidades; la ventaja que tiene el warrant es que se puede constituir sobre mercadería que está almacenada en nuestras instalaciones y también en los almacenes del mismo cliente, bajo la modalidad de almacén de campo. Actualmente, manejamos alrededor de 100 almacenes de campo de clientes a nivel nacional, estamos desde Tumbes hasta Tacna en las principales ciudades del país, con representantes en cada una de esas ciudades, lo que facilita mucho la operación.

¿Qué aspectos principalmente se demandan en la cadena para la exportación agroindustrial?

De lo que se trata es de optimizar la cadena. Las eficiencias se alcanzan no solo por aspectos relacionados al precio, sino también por la optimización del tiempo. Asimismo, la calidad del servicio es un aspecto muy importante; mantener la cadena de frío, de acuerdo a las temperaturas que el producto requiere. El tema es asegurar al cliente que la cadena de frío nunca se romperá y que el producto llegará en el menor tiempo posible y en las mejores condiciones posibles al consumidor.

¿Qué procesos garantizan la calidad y seguridad de la mercadería que almacenan?

Nosotros contamos con el certificado BASC, por lo que nuestros almacenes que reciben mercadería para exportación son muy estrictos en el cumplimiento de los procesos de control. Recientemente hemos ampliado el alcance de la certificación BASC a nuestros almacenes de Frío Callao, Tumbes y Tacna. De otro lado, nosotros también manejamos estándares ISO 9001, que certifica la calidad de nuestros procesos a nivel de toda la empresa, tanto operativos como de soporte, garantizando la calidad de nuestros servicios.

¿Esto que representa para la demanda de sus servicios?

Esto representa una garantía para nuestros clientes, porque ellos pueden estar tranquilos de que su mercadería será tratada de acuerdo a procedimientos estandarizados de calidad.

¿Con qué productos y mercados operan?

En la línea de frío, operamos con productos agroindustriales congelados y refrigerados, incluso frutas, pulpa de frutas. En nuestros centros de distribución, operamos con líneas de conservas, ya sea enlatados o en frascos de vidrio, de hortalizas, pimiento, ajíes, espárragos, etc.

Asimismo, en nuestros almacenes de frío, manejamos toda la línea de almacenamiento de productos cárnicos, que viene de importación y se distribuye a nivel interno. Y entre otros productos a los que les damos servicio, tenemos insumos para la industria de pastelería y panificación.

En seco también damos servicios de almacenamiento para los granos andinos: quinua, chíca, etc. De la misma manera, operamos en los diversos mercados descritos en la línea de warrants.

¿Qué herramientas tecnológicas utilizan en sus almacenes?

Para el manejo de almacenes se utiliza el WMS, que permite un óptimo manejo de la mercadería de nuestros clientes; la mercadería ingresa al almacén y el programa indica en qué posición del almacén debe ser colocada esa mercadería. Igualmente cuando recibimos el pedido del cliente para sus despachos; extraemos desde diferentes posiciones la mercadería para armar el pedido del cliente; el WMS indica de qué paletas -ubicadas en qué posiciones del almacén- debemos seleccionar la mercadería para armar esta nueva paleta de pedido. Incluso facilita con qué maquinaria se va a trabajar, quién es la persona que va a atender ese pedido; todo queda en una trazabilidad para el control posterior.

En la línea de warrants, nuestro departamento de inspección optimiza el uso de sus smartphones a través de apps diseñadas para el envío online de los inventarios en almacenes de campo. Asimismo, nuestra plataforma web Infodepsa permite a nuestros clientes acceder a información sobre la mercadería almacenada (ingresos, salidas, kardex, etc.), facturación electrónica y gestionar el proceso de negociación de los warrants.



¿Cómo les está yendo actualmente?

Nosotros pensamos seguir creciendo con nuestros clientes actuales y con nuevos clientes que opten por nuestros servicios; para eso estamos incrementando la capacidad de nuestros almacenes. Este año por ejemplo, hemos inaugurado un almacén de 69 mil m2 que está orientado al almacenamiento de granos; de la misma manera, hemos ampliado área techada en otros almacenes, lo que nos permite destinar bodegas especiales para el almacenamiento de arroz y azúcar importada, siempre bajo procesos que aseguren un tratamiento óptimo a costos competitivos para nuestros clientes.

¿Qué proyecciones de crecimiento tienen para el siguiente año?

Todos esperamos que el próximo año sea mejor para el país; nosotros tenemos en concreto tres proyectos de crecimiento para implementar el 2018; vamos a incrementar nuestra capacidad de frío en el Callao. Nosotros contamos con tres almacenes de frío, uno en el Callao, otro en el distrito de San Luis, y el tercero en la ciudad de Paita; para el 2018, tenemos el proyecto de incrementar 4 cámaras en nuestro almacén en el Callao. En el caso de Paita, estamos proyectando crecer en almacenes techados secos, que la demanda nos está exigiendo en la zona. Está destinado básicamente para productos agroindustriales que van a la exportación. Y en el caso del almacén de granos que tenemos en el Callao, también tenemos un proyecto para iniciar el techado de algunas bodegas. 🔥



«QUEREMOS QUE EL "LEJANO ORIENTE" SEA UN "CERCANO ORIENTE"»

Con innovación tecnológica las exportaciones pueden llegar a lugares donde antes no se podía, sostiene ejecutivo de Maersk Line.



Uno de los grandes objetivos que se ha trazado Maersk Line, la naviera más grande del mundo, en vista de las necesidades y las oportunidades de crecimiento del flujo comercial vía marítima, es ofrecer las condiciones para que las exportaciones e importaciones puedan llegar a más puntos sin que la distancia sea una barrera; «convertir el lejano oriente en un cercano oriente», sintetiza Francisco Javier Ulloa, Managing Director – West Coast of South America, Maersk Line.

Según el ejecutivo, en el Perú, un país con gran potencial de crecimiento de sus exportaciones de carga perecible, ese es uno de los grandes desafíos que guían sus operaciones. Para ello, desde hace años Maersk Line ha liderado el desarrollo de soluciones innovadoras, las cuales ayudan a que la carga durante su recorrido sea rastreado y controlado para asegurar su mayor calidad al llegar a su destino, así sean distancias largas.

Ulloa afirma que ese es el desafío al que apunta el mercado naviero, el abrir nuevas oportunidades de intercambio comercial en mercados cuyas distancias son consideradas lejanas. Una de las maneras de hacerlo, es través de innovación tecnológica.

Francisco Javier Ulloa, Managing Director
West Coast of South America, Maersk Line.



Hablamos sobre este tema con el Managing Director – West Coast of South America, Maersk Line, Francisco Javier Ulloa, quien también hace un rápido repaso de la situación de las exportaciones en Latinoamérica y la necesidad de una mayor infraestructura de respaldo a los puertos.

En qué situación se encuentra el sector naviero. ¿La demanda global ya se está recuperando? ¿Cómo están las exportaciones en la región?

Hemos estado hablando de los mercados a nivel mundial y cómo se ha ido recuperando levemente pero en forma constante la demanda de carga marítima a nivel mundial. Cuando hablamos específicamente de América Latina, lo podemos dividir en los países del Asia Pacífico y el resto. Los países del Asia Pacífico están creciendo cerca del 8%, lo cual es muy positivo, y cuando hablamos de toda América Latina, estamos hablando entre un 2% y 4%. Cuál es la noticia positiva en los mercados: que efectivamente tienes países como Argentina, que está en un proceso de recuperación; Brasil, que pasó por épocas de menor desarrollo pero que se está recuperando; tenemos un crecimiento constante del sector agrícola en Perú; en Ecuador las exportaciones de banana han aumentado (se espera que este año haya nuevamente un record de exportación de la banana); en Chile hay también un buen desarrollo de la importación, esto habla de que hay un dinamismo en la economía, lo que genera más exportaciones. En ese sentido, se ve que hay un ambiente positivo de la economía mundial.

Maersk Line tiene el 15% del mercado global. ¿A nivel latinoamericano cuál es su participación?

A nivel latinoamericano las participaciones son bastante similares; es difícil de entender exactamente la participación, porque los mercados en este dinamismo que han estado poscrisis o durante la crisis, crecen o se reducen; pero te diría que nosotros estamos creciendo más o menos como lo está haciendo el mercado, entre un 2% y 4%, y nuestra participación

“Los países del Asia Pacífico están creciendo (volumen de exportaciones) cerca del 8%, lo cual es muy positivo, y cuando hablamos de toda América Latina, estamos hablando entre un 2% y 4%.”

debería ser similar, cualquier cosa parecida entre 15% y 17%.

¿Qué carga es la que está creciendo más en sus operaciones de Perú?

Maersk Line es una compañía 100% de contenedores; en el caso específico del Perú, los principales commodities son carga de importación, normalmente para el retail y para el consumo que viene de Asia; tiene exportación de minerales, de harina de pescado (el país más importante en el mundo en la exportación de harina de pescado es Perú); y la estrella en el Perú es el gran desarrollo que tiene su área agrícola, con desarrollos como el valle de Chavimochic, donde vemos que las plantaciones de arándanos, plantaciones de palta, el crecimiento de la uva, es lo que genera no solamente un potencial, sino que es el presente del Perú que ya está en la liga mundial de productos frescos.

Pero, lo más importante es cómo puedes proveer y acercar origen y destino con productos frescos de alta calidad. Y en ese sentido, Perú tiene mucho que decir, pues ha estado creciendo año a año a 2 dígitos, y lo que viene es muy interesante, hablando de arándanos, de uva y otros productos.

En ese sentido, ¿cuál es el desafío en el transporte marítimo?

Nuestro foco está en acelerar el servicio al cliente y ser el carrier preferido por los clientes al acercar los productos de los exportadores e importadores del Perú a sus destinos u orígenes; y para hacerlo necesitas ser innovador. Siempre se habla del “lejano oriente”, cuando nosotros queremos que sea un “cercano oriente”. Esto es importante porque todo lo que sea aumento del comercio internacional genera más riquezas para los países. El aumento de las exportaciones genera mayores ingresos al país, mayor empleo, mayores sueldos, y cuando el país es más rico consume más importaciones. Es un círculo virtuoso.

¿Cómo lograr este acercamiento a destinos “lejanos”? ¿Cómo ayuda la tecnología a este objetivo?

Por ejemplo, lo más importante que hemos hecho en Maersk en el último tiempo es un desarrollo tecnológico que acabamos de implementar. Se llama Remote Container Management (RCM), que es básicamente un chip que está implementado en toda nuestra flota de contenedores (más de 270 mil contenedores refrigerados de Maersk Line, el 100% tiene el chip). Este dispositivo es un cambio en la industria, Maersk en ese sentido está liderando la innovación. El exportador tendrá control total de su carga al ver la temperatura, los niveles de energía y oxígeno. Cada uno de los clientes puede ver online y en tiempo real dónde está su contenedor, a qué temperatura se encuentra, si es con atmósfera controlada, o cuáles son los niveles de gas; esto que parece algo evidente en otro tipo de industria, es una verdadera innovación en el sector naviero.

Cuando despachas con contenedor desde Maersk Line, puedes ver exactamente dónde está en el camión camino al puerto, puedes verlo en el puerto, a qué temperatura; pero además tienes la posibilidad de verlo en el mar, y en el mar no hay internet: para eso, Maersk ha diseñado en sus buques unas antenas satelitales que permiten en tu



computador, desde donde estés, hacer seguimiento del contenedor a la mitad del Pacífico y a la mitad del Atlántico. De esa forma, puedes transmitir esa visibilidad de toda la cadena a tu cliente y puedes ayudarlos a tomar decisiones de acuerdo a los registros del contenedor que se estén rastreando. Por ejemplo, si es que hay algún tipo de incidente en el contenedor, nuestro equipo de reparación lo sabe en el momento exacto. Eso es a donde va a la industria. Esto es lo que hemos agregado a la propuesta de valor para los contenedores refrigerados.

¿Qué otras soluciones aplican en su transporte de contenedores?

“Cuando nosotros desarrollamos tecnología para los contenedores refrigerados, estamos abriendo mercados.”

Además de RCM, que es el controlador de manejo de contenedores, también tenemos lo que nosotros llamamos StarCare, que es de atmósfera controlada; lo que hace el StarCare es que de acuerdo al seteo que se le da al contenedor, disminuye la velocidad de maduración de la fruta; entonces cuando tienes que mover carga a lugares “lejanos”, (que ahora nosotros llamamos “cercaños”), que es como el lejano oriente, tiene la capacidad de hacer que la fruta llegue con mejor calidad, para carga sensible como pueden ser los cherrys o bananas (para largas distancias sirven mucho). Y eso es lo que nosotros creemos que los clientes están necesitando. Cuando nosotros desarrollamos tecnología para los contenedores refrigerados, estamos abriendo mercados. Entonces, a lugares donde antes no podías llegar, ahora se puede gracias a la tecnología.

La empresa se caracteriza por brindar un servicio ecoeficiente.

La agenda ecológica de Maersk es bien importante. Maersk ha decidido disminuir sus emisiones de CO₂, para eso ha generado eficiencias tecnológicas en nuestros buques y mediciones de cuánto estamos disminuyendo las emisiones de CO₂; tenemos un plan y estamos bastante contentos porque estamos logrando superar nuestras metas.

Por otro lado, ¿Cree que haya una infraestructura suficiente en los puertos?

Desde el punto de vista de Maersk Line, consideramos que la capacidad portuaria al menos a la costa oeste de Sudamérica, es adecuada y productiva, tanto en Chile, en Perú, en Colombia, como en Ecuador, este último con alguna restricción básicamente por la profundidad del acceso de canal de Ecuador, pero desde el punto de vista de productividad de los puertos, es la adecuada.


Lo que siempre es importante recalcar, es que a medida que los buques aumenten de tamaño, los puertos deben adaptarse; como es el caso del incremento del tamaño del canal de Panamá, donde antes podían pasar buques de hasta 5 500

“Lo más importante es cómo puedes proveer y acercar origen y destino con productos frescos de alta calidad. Y en ese sentido, Perú tiene mucho que decir.”

Teus, y ahora pueden pasar buques de hasta 100 mil 500 Teus, casi tres veces el tamaño original.

Cuando tienes buques más grandes recalando nuestras costas, y los puertos son productivos, ¿cuál es la infraestructura de respaldo? Cuando descargas un buque grande, y lo quieres movilizar hacia dentro de la ciudad o al interior de los países, necesitas puentes, carreteras, camiones, porque de lo contrario se genera la falta de productividad. Yo creo que hay que poner foco en eso, dado que es algo muy importante.

¿Cómo ve la infraestructura de respaldo en el Perú y América Latina?

En general en América Latina estamos al debe en infraestructura, y en el caso del Perú también. Hay mejoras que generarían un impacto aún más importante en el Perú; el Perú tuvo inversión importante en los puertos en los últimos 10 años, puerto de primer nivel como el APM Terminals y DP World; y lo que nos gustaría ver es cómo esa gran inversión en puertos, también se refleja en las carreteras. Si uno va a los puertos y ve los camiones esperando en la carretera o en un tráfico, ahí es cuando uno debe decir “aquí hay algo que se puede hacer para mejorar la productividad”. Para mí no hay nada más claro que la falta de productividad que ver a un camión, que es 100% productivo y que lleva carga de un lugar a otro, parado en una vía. 



stgo PERÚ

Southern Technology Group

wmstek

SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE BODEGAS

wmstek permite
optimizar sus procesos de

- Recepción
- Auditoría
- Almacenamiento
- Picking
- Inventario
- Despacho

Los beneficios son:

- Información en línea y centralizada
- Mayor control en los procesos
- Exactitud de inventario
- Trazabilidad de los productos
- Aumento en la capacidad de trabajo
- Y mucho más

**Nuevo
MC9200**

Compatible con
wmstek



stgo  PERÚ
Southern Technology Group

stgo  CHILE
Southern Technology Group

☎ 6241400 - 6241455
✉ marketing@stgperu.com
🌐 www.stgperu.com



IMPORTANCIA DE LA DIGITALIZACIÓN Y EL CONOCIMIENTO DE TECNOLOGÍAS EN MAERSK LINE

Ejecutivo de naviera asegura que empresas deben apostar por invertir gente experta en tecnologías, pues poseen una perspectiva que busca la innovación y mejora de los procesos.

Desde el 2009, la actividad naviera ha atravesado un complicado escenario producto del desbalance entre la oferta de espacio y la demanda global de carga: hay más barcos y espacio de lo requerido para la cantidad de carga que los países demandan transportar.

Esto, que ha presionado las tarifas cobradas por los contenedores transportados por las empresas navieras,

ha continuado hasta finales de 2016 e inicios de 2017, en que comenzaron a reportarse mejores indicadores con respecto al crecimiento de la demanda.

«Al final de 2016 y principios de 2017, el crecimiento de la demanda fue superior al crecimiento de la capacidad; ha habido una importante cantidad de buques que están sin utilizar, los cuales han ido entrando gradualmente a cubrir esta necesidad de espacio. Las noticias son positivas, en

el sentido que se ve un mejor balance», dice Francisco Javier Ulloa, Managing Director – West Coast of South America, de Maersk Line.

No obstante, las navieras han venido asimilando este bajo flujo de carga como un desafío para incrementar sus niveles de eficiencia y tener un mayor acercamiento con la innovación tecnológica, considerando que a esa misma dirección apunta la demanda de sus clientes.





“Maersk Line ha liderado iniciativas desde el punto de vista tecnológico, como por ejemplo la solución con tecnología blockchain que ha desarrollado con IBM.”

En ese sentido, empresas como Maersk Line han sido pioneras en la incorporación de la digitalización y la trazabilidad en los servicios de transporte de contenedores.

«Cuando vemos que empresas similares a nosotros, Amazon por ejemplo, que, claramente es una empresa de logística, tiene un desarrollo muchísimo más avanzado que todas las compañías navieras en temas digitales; nos damos cuenta que esto es un arma que no debemos dejar de lado, y eso significa que nosotros no podemos ignorar lo que viene en el futuro en temas de automatización y digitalización», resalta el ejecutivo de la empresa naviera que tiene el 15% del mercado global.

La digitalización de Maersk

Para Ulloa, la exigencia de los clientes de las empresas navieras acerca de servicios con tecnología que optimice y haga más eficiente el transporte de carga de un punto a otro punto, es indudable. En ese sentido, Maersk Line ha liderado iniciativas desde el punto de vista tecnológico, como por ejemplo la solución con tecnología blockchain que ha desarrollado con IBM, que da transparencia y seguridad a toda la cadena de suministros.

La solución blockchain o cadena de bloques aplicada a la logística permite el intercambio en tiempo real de eventos y documentos en la cadena de suministro en un ecosistema que conecta a todos los participantes en la misma.

La adopción de la solución blockchain a escala, tiene el potencial de reducir enormemente el coste y complejidad del comercio mundial, estableciendo relaciones de transparencia entre las partes, ayudando a reducir el fraude; los errores; el tiempo que pasan los productos en tránsito y el proceso de envío, mejorando la gestión del inventario y, en última instancia, reduciendo el desperdicio y el coste.

«En un análisis que se hizo para mover carga desde Kenia hasta Europa se encontró a más de 30 personas no óptimas de documentación necesaria para mover un contenedor. Lo que hace la tecnología blockchain es que si consideramos los output y los input de todos los documentos en una misma plataforma, podemos disminuir los costos de la cadena e incrementar el comercio internacional», comenta.

Asimismo, recientemente Maersk implementó uno de los desarrollos tecnológicos más importantes llamado Remote Container Management (RCM); esta solución consiste en un chip que se inserta en los 270 mil contenedores refrigerados de la compañía, que permite que el exportador tenga control completo de su carga: puede ver online y en tiempo real la temperatura, la ubicación del contenedor en el camión, en el puerto y en el mar, los niveles de energía y oxígeno, etc.

Gracias a esta solución se tiene una visibilidad y registros completos de lo que ocurre en gran parte de la cadena de la carga containerizada, haciendo posible

que, en caso se descubra o reconozca algún inconveniente o problema con la carga, se solucione inmediatamente y asegure el buen estado de los contenedores y los productos al llegar a su destino.

En vista de la penetración de las tecnologías en los negocios y sus grandes ventajas, para Francisco Ulloa no solo es necesario aplicar estas innovaciones en el diseño de sus servicios, sino que esto debe ir acompañado de una inversión en capital humano especializado en nuevas tecnologías, que sepa exactamente cómo funcionan el big data, el analytics data, la inteligencia artificial, etc.

Al respecto, asegura que no tiene importancia si estos profesionales no provienen directamente del negocio naviero; lo realmente necesario, es que logren desarrollar la industria desde un punto de vista tecnológico. «Es así como Maersk tiene divisiones especializadas en digitalización, con gente muy capacitada que no necesariamente es experto en el sector. 🔥»

“Maersk tiene divisiones especializadas en digitalización, con gente muy capacitada que no necesariamente viene del negocio.”





ALSUD IMPLEMENTARÁ AUTOSOPORTADO SEMI AUTOMATIZADO MAS GRANDE DEL PAÍS

ALMACENES SUDAMERICANOS S.A.

Uno de los principales objetivos de ALSUD es perfeccionar sus líneas con productos de mejor tecnología y al mismo tiempo más competitivos. Las soluciones y el servicio que ofrece apuntan en esa dirección. Un ejemplo reciente de ello es el montaje que vienen realizando de un sistema de almacenamiento que se convertirá en el autosoportado automatizado más grande del país orientado al sector industrial.

De esa forma, ALSUD sigue consolidando y reforzando sus principales pilares: asegurar la mejor tecnología y calidad en la fabricación e ingeniería de sus soluciones, pero al mismo tiempo ofreciendo un costo que se adecúe a las necesidades de sus clientes.

Para ello, ALSUD cuenta con un equipo de asesores técnicos y comerciales que se aseguran de plantear la mejor alternativa. La empresa se preocupa por acompañar -incluso antes de que inicie la gestión del proyecto- a sus clientes con el objetivo de que puedan elegir la solución ideal que se ajuste a sus operaciones y a su presupuesto.

Asimismo, la compañía planea concretar alianzas y socios estratégicos para ampliar sus partidas e implementar proyectos que abarquen todas las necesidades de sus clientes.

Todo esto ha permitido que Almacenes Sudamericanos S.A. (ALSUD) se diferencie por tener uno de los mejores niveles de fidelización en el mercado peruano; muestra de ello es que según cifras actuales, el 80% de sus clientes de todos los tamaños les compran 2 o más veces.

“Estamos reforzando nuestros equipos operacionales a fin de soportar la carga comercial que se viene.”

En la presente entrevista conversamos con Mariano Kazmierski, Gerente General de ALSUD.

¿Qué línea de soluciones ofrecen al mercado?

En ALSUD contamos con una gama completa de soluciones de almacenamiento, que abarcan todas las variantes de sistemas de racks, automatismos, control de accesos como puertas automáticas, manuales, rampas de nivelación, etc. Asimismo, contamos con la línea de naves industriales e infraestructura de acero para plantas de proceso, hangares de aeronaves.

¿Cuál es el principal motivo de fidelización de sus clientes?

Tenemos un alto porcentaje de fidelización de nuestros clientes, porque mantenemos un vínculo muy cercano a ellos, no solo en épocas cercanas a las

compras, sino también mucho antes y también a través de distintos servicios vinculados.

¿Qué nuevos proyectos han llevado a cabo y en qué destacan?

En estos momentos estamos efectuando el montaje de sistemas de almacenamiento al sur de Lima, que se convertirán en las plataformas de servicios logísticos más grandes de la capital. También estamos ejecutando un proyecto de almacén para el sector industrial con la implementación de un sistema semiautomatizado.

¿Qué clientes podría resaltar?

No quiero mencionar algunos clientes, pues debería de obviar otros, por lo tanto puedo mencionar que el sector industrial, servicios logísticos y farmacéutico son los que están impulsando el crecimiento en estos meses.

¿Cuáles dirían que son las mayores fortalezas en la fabricación de sus sistemas y atención al cliente?

En un negocio como el nuestro, todos los parámetros deben estar debidamente controlados y por ende son todos importantes. Probablemente el que se considera más crítico, es el diseño y su ingeniería, pues no hay dos almacenes iguales, y cada uno tiene una función y deriva en una forma de operación distinta. No es lo mismo almacenar aceite comestible, que almacenar aceite automotriz, siendo el mismo cliente el que lo gestiona. El proceso de diseño es el que más tiempo debe demorar, y en donde más pruebas ácidas se deben conducir.



ALSUD

SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO

Mariano Kazmierski, gerente general de ALSUD.

“Este año estimamos un crecimiento no menor a 22%, con lo que debemos seguir en la parte alta del market share.”

El resto que representa la producción y el montaje, viene luego.


¿Tienen algún plan, lanzamiento o inversión especial para este o el otro año?

Estamos reforzando nuestros equipos operacionales a fin de soportar la carga comercial que se viene. Lógicamente que estos esfuerzos van de la mano con hacer más potentes a nuestros equipos comerciales también.

¿Qué proyecciones tienen para los siguientes años en cuanto a colocación de sistemas y market share?

Este año estimamos un crecimiento no menor a 22%, con lo que debemos seguir en la parte alta del market share.

¿A través de que estrategias planean incrementar y fortalecer su crecimiento?

Es parte de nuestra estrategia tener alianzas/consorcios en diferentes rubros que nos permitan dar a nuestros clientes una cobertura completa, en todo su requerimiento. Con la experiencia de buenos proyectos, estas partidas serán parte de nuestro negocio principal. 





SI HABLAMOS DE EFICIENCIA HABLEMOS DE UNA INDUSTRIA “LEAN POWER MANAGEMENT”

Reconocida filosofía Lean promueve la eficiencia en las industrias tomando como recurso fundamental a las personas. «No existirá industria sostenible si las personas son el eslabón más débil».



Cristian Murillo Villegas
Fundador de
Lean Power
Management

En el mes de septiembre Mundo Lean de España premio al ingeniero Cristian Murillo Villegas, fundador de la Lean Power Management, como la Filosofía más revolucionaria del último año.

Lean Power Management fundamenta su Visión en: “Hacer Industrias Eficientes a través de las Personas”.

Hoy por hoy solo se habla de Industria 4.0, la cuarta Revolución Industrial, Lean Manufacturing, Six Sigma, Kayzen. Pero poco se habla de las personas. Es ahí donde lean Power Management coloca un pie delante de las nuevas filosofías Lean.

“La revolución de los procesos y las personas”, una hermosa frase que el

ingeniero Cristian Murillo Villegas no se cansa de exponer en sus conferencias y escritos en más de 12 países.

“La industria de hoy está destinada a invertir tiempo y recursos en actividades que no le generan valor, lo anterior gracias al olvido que han tenido de su impulsor primario, las personas”, decía Murillo Villegas en la entrevista realizada para Mundo Lean.

Para tener industrias eficientes, necesitas personas felices, las personas felices se logran cuando tienen convicción y confianza en lo que hacen. Pero tanto la convicción como la confianza se logran cuando las personas tienen un contexto real de lo que hacen y saben para qué lo hacen.

Cultivar el “ser” para el “hacer” es el fundamento principal de la Escuela de Lideres Lean Power Management en Colombia. “Formamos personas antes que profesionales”, eso dice el Dr. Murillo en los apartes de su presentación corporativa.

Para Mundo Lean en América, es un privilegio encontrar filosofías Lean que buscan la excelencia a través del ser humano. Es por eso que nos hemos dado a la tarea de difundir este concepto de manera masiva. Estamos convencidos que quien cultiva el ser potencializa el hacer.

Es momento de abrir un debate donde las industrias se reinventen, se den cuenta que ya acabó el antiguo modelo donde las maquinas eran el impulsor primario. Hoy la calidad y las máquinas no son un diferenciador, son parte del engranaje necesario para producir de

“Hoy por hoy solo se habla de Industria 4.0, Lean Manufacturing, Six Sigma, Kayzen; pero poco de las personas. Es ahí donde lean Power Management coloca un pie delante de las nuevas filosofías Lean.”

“Cultivar el «ser» para el «hacer» es el fundamento principal de la Escuela de Lideres Lean Power Management en Colombia. «Formamos personas antes que profesionales»”

cara a un cliente que necesita y quiere estar totalmente satisfecho.

Son palabras fuertes e inquietantes las que exponemos en este escrito, palabras sustraídas de una entrevista cálida pero vehemente.

Esa vehemencia es la que ha llevado a Lean Power Management a estar en lo más alto para Mundo Lean España el último año.

Invitamos a las industrias tradicionales y nuevas industrias, no importa su tamaño, a referenciar un futuro de la mano eficiente de las personas. No existirá industria sostenible si las personas son el eslabón más débil.

Reflexionemos, ¿qué industria queremos tener?



Logística y Warrants

› Ofrecemos soluciones especializadas,
brindando soluciones ágiles y seguros.



› **Nuestras unidades de negocio:**
• Almacenes • Graneles • Warrants • Frío

www.depsa.com.pe

Av. Jorge Chávez 154, piso 9, Miraflores | Jr. Gaspar Hernández 700, Lima
Servicio al cliente T: +51 (1) 611.6380 | Central T: +51 (1) 611.6363
servicio@depsa.com.pe | ventas@depsa.com.pe





¿VALE LA PENA ARRENDAR UN ALMACÉN?

OPORTUNIDADES EN EL SUR DEL PERÚ

Antes de inclinarse por el arriendo de un almacén, es indispensable sopesar una serie de factores que garanticen los objetivos de esta decisión. Uno de ellos es valorar si el lugar elegido tiene una ubicación estratégica, como es actualmente considerada la ciudad de Arequipa. En el siguiente artículo, el Grupo Inca explica estos factores, que justamente aplicaron al construir en la Ciudad Blanca CONCEPTO NAVE, uno de los almacenes logísticos en Perú de más alto estándar.



**Hernán Valdivia
Romero**

Jefe de Administración y
Desarrollo de Negocios –
Carmen Inmuebles S.A.

El enfoque de la administración de la cadena de suministros en las organizaciones busca encontrar el equilibrio entre la producción y la demanda, garantizando productos terminados al alcance de los consumidores. La decisión de contratación de un almacén estará sujeta principalmente al nivel de servicio que busca lograr la empresa; para evitar una disminución de este nivel se necesita alinear toda la cadena de suministros, empezando desde un

correcto planeamiento de la demanda, planeamiento de la producción, abastecimiento de materiales, almacenamiento y distribución de productos terminados.

La estrategia de las empresas siempre apuntará a mantener e incrementar su nivel de servicio, para ello se debe garantizar la disponibilidad de sus productos en el momento en el que el cliente los demande en el punto de venta. Esto permite llegar al mercado con

una estrategia intensiva de penetración y garantiza mantener cobertura territorial pues cada vez que los productos que se comercializa no están disponibles en el punto de venta, se genera una venta perdida que en el tiempo puede mermar el market share.

Case example: Tengo sed y veo una tienda de conveniencia cerca. Tengo preferencia por determinada marca de agua, sin embargo, si no está disponible en ese punto de venta lo más probable es que terminaré comprando una botella de agua de la competencia. El hecho de no tener la botella de agua de la marca de mi preferencia en el momento que como cliente lo requiero genera una venta perdida.

En muchas ocasiones las ventas perdidas y su consecuente reducción de participación de mercado se generan por la falta de rapidez y flexibilidad para darle suficiente stock a los puntos de venta. Es entonces donde las empresas deben plantearse si vale la pena o no alquilar o arrendar un almacén para atender esta demanda.





El arrendamiento de un almacén significa pagar por un espacio para mantener productos con un valor monetario guardado, es decir, pagar por un espacio arrendado y almacenar dinero, ya que son productos que pueden ser vendidos. En este sentido, resulta sumamente importante determinar si vale la pena o no que una empresa cuente con un almacén y si el mismo debe contar con un estándar mínimo. Para responder esta incertidumbre, debemos determinar si las ventas que las empresas dejan de registrar por la ausencia de sus productos en los puntos de compra son mayores que el costo de arrendar y operar un almacén; por ende, el costo de alquilar y operar un almacén debe ser menor al costo de venta perdida. (Ver *Gáfico 1*)

¿Cómo calcular el costo de la venta perdida? En primer lugar, se debe consolidar todos los pedidos realizados y compararlos con la cantidad de pedidos atendidos; aquellos pedidos que no pudieron ser atendidos deben ser valorizados revisando su margen de contribución total. Este margen de contribución debe ser proyectado en el tiempo, para luego compararlo con el costo de operar y mantener un almacén para responder adecuadamente ante las variaciones de la demanda. Pueden afectar este cálculo algunos otros factores como la posibilidad de ingresar a nuevos mercados, colocando mayor cantidad de productos por punto de venta con posibilidades de incrementar los volúmenes globales a comercializar dependiendo de las estrategias que los equipos comerciales determinen.

A la hora de escoger un almacén fuera de los centros productivos se

“Debemos determinar si las ventas que las empresas dejan de registrar por la ausencia de sus productos en los puntos de compra son mayores que el costo de arrendar y operar un almacén”.



puede tener problemas con muchos factores. Existen factores referentes a infraestructura, seguridad, calidad y finalmente a la operación que deben ser considerados y sopesados antes de cerrar cualquier trato de alquiler. Entre los factores referentes a la infraestructura se debe considerar desde las vías de acceso y patios de maniobras para el tipo de transporte que usamos, calidad de las losas, altura de apilamiento y luz entre columnas que puede permitir el local. No menos importante están los factores referentes a la seguridad en la operación, señalización adecuada, vías de acceso, evacuación, sistemas de lucha contra incendios y seguridad patrimonial como la vigilancia. En relación con la calidad debemos considerar condiciones de apilamiento, contaminación cruzada, cercanía a otros materiales, exposición a polvo y radiación UV que deben ser controlados. Finalmente, en relación a la

operación se debe considerar si es que su operación requiere de muelles de carga y descarga, así como espacios adecuados para maniobrar montacargas y camiones que pueden restringir mucho la paleta de elección.

Si tomamos en cuenta y valoramos el costo de no contar con todos estos factores podríamos encontrarnos con algunas sorpresas. Costos de calidad referentes a contaminación y rechazo de producto; costos por incidentes y accidentes al contar con medidas de seguridad adecuadas en las instalaciones e inclusive sobrecostos por transportes poco óptimos a la hora de manejar cargas en unidades pequeñas debido a restricciones municipales o por vías de acceso deficientes. La decisión de alquilar un almacén debe considerar todos estos factores para garantizar condiciones adecuadas para la operación,



ALMACENAMIENTO

maximizando el uso y rentabilidad de un almacén al reducir posibles costos de calidad y costos por operaciones subestándar. Debemos tener mucho cuidado a llegar a la innegable frase de "lo barato sale caro".

Determinada la prudencia de contar con un almacén podría también considerar descentralizar su operación e ingresar a una ciudad del norte o del sur y así tener mayor rapidez de respuesta. Hoy en día el sur del Perú tiene un crecimiento dinámico, impulsado por actividades como la minería, retail, industria, comercio y servicios. Muchas empresas han empezado a dirigir sus esfuerzos hacia el sur por lo que nos preguntamos ¿Es posible que Arequipa pueda convertirse en un Hub Logístico de toda la Región Sur del Perú?

Arequipa, pese a ser la segunda ciudad más importante del país, tiene aún grandes temas pendientes por mejorar: vías de acceso e infraestructura aún deficientes y costos elevados de transporte de carga. Sin embargo, se vienen haciendo esfuerzos multisectoriales importantes para revertir este panorama. Los esfuerzos se han sumado desde el gobierno con la construcción de intercambios viales, reparación de vías, la construcción tan ansiada del acceso hacia Arequipa denominado Variante de Uchumayo

"CONCEPTO NAVE nace con el objetivo de cubrir las exigencias logísticas modernas y cuenta con grandes almacenes en alquiler desde 2500 m² modulables, teniendo como capacidad máxima 30 000 m² de área techada de almacenamiento".

hasta la inversión privada con centros de almacenamiento.

A lo largo de los últimos años, Arequipa ha vivido un dinamismo en sus actividades económicas que le han permitido convertirse en una ciudad muy atractiva para las inversiones. Si bien su economía se caracteriza por una fuerte concentración en la actividad minera (37.6% del total del PBI de Arequipa) y una importante participación de esta actividad a nivel nacional (16.5% del total del PBI Minero del Perú), Arequipa actualmente cuenta con otros atributos

y características que la convierten en un foco de atención.

Desde el 2001, año en que se inauguró la primera tienda por departamento en la ciudad, han arribado más de 15 tiendas por departamento, supermercados anclas y otras más de 100 tiendas especializadas ubicadas dentro de los 5 centros comerciales que actualmente existen en Arequipa. Asimismo, las inversiones en este sector no se han detenido pues recientemente fue inaugurado el centro comercial Mall Plaza, el cual alberga a dos de las tiendas por departamento más importantes del Perú (Saga Falabella y Ripley) ubicado en una de las avenidas principales de la ciudad; adicionalmente, el centro comercial más grande de la ciudad, Mall Aventura Plaza, se encuentra en fase de expansión y remodelación con una inversión estimada de S/ 50 millones, el centro comercial insertará a su campus 12 nuevos restaurantes, 2 nuevas tiendas anclas (posiblemente H&M y Estilos) y 500 estacionamientos.

Arequipa no solo ha sido sede de grandes inversiones en el sector retail, también recibe inversiones en el sector industrial y minero pues las empresas de estos sectores han tomado en consideración la ubicación estratégica de la ciudad y están apuntando a la construcción de puntos logísticos estratégicos con la finalidad de atender las necesidades de sus clientes ubicados en el sur del país y en los países vecinos como Bolivia y Chile.

Arequipa limita con 6 regiones del Perú, cuenta con territorio costero con relativa cercanía a Bolivia y Chile. Considerando lo anterior, no resulta difícil entender por qué Tisur, el terminal portuario más grande del sur del país, decidió invertir US\$ 280 millones en la construcción del recientemente inaugurado proyecto "Muelle F" el cual cuenta con 3 almacenes de 150mil, 100mil y 50mil toneladas métricas destinados a captar los minerales provenientes de las mineras Cerro Verde, Las Bambas y Antapaccay respectivamente con el objetivo de aprovechar tanto el incremento de la producción minera como la ubicación estratégica de la región.

Adicionalmente, Ferreyros, una de las empresas más importantes del Perú en la comercialización de bienes de capital como maquinarias y repuestos,





“Muchas empresas han empezado a dirigir sus esfuerzos hacia el sur por lo que nos preguntamos ¿Es posible que Arequipa pueda convertirse en un Hub Logístico de toda la Región Sur del Perú?”.

la realización de actividades de carga y descarga, el acceso a servicios complementarios como el transporte local, etc., dichos servicios están al alcance del mercado local.

Infraestructura adecuada: Arequipa cuenta con la infraestructura apropiada para sostener el desarrollo de una actividad logística intensa ya que cuenta con amplias vías de acceso a la ciudad, cercanía a vías portuarias, proyección de construcción de ciudades industriales, entre otras. A esto se suma el creciente interés de inversión en construcción de infraestructura de alto estándar como centros de almacenamiento, oficinas de operación y centros de distribución.

Buen clima: Arequipa presenta un clima seco, soleado durante todo el año, lo cual es ideal para el almacenamiento de la mayoría de mercaderías. No está afectada a humedad, granizadas, tormentas, inundaciones, etc.

Bajos costos de almacenaje: Este punto es uno de los más importantes. Toda decisión empresarial está basada en un análisis costo-beneficio, ya que el mayor beneficio que se obtiene de la contratación de un almacén es mantener el nivel de servicio, consolidar la penetración de mercado e incrementar el volumen de compra de los clientes. El almacenamiento, no es un aspecto que se debe pasar por agua tibia; por el contrario, quizá sea uno de los puntos más importantes en la cadena logística ya que un centro de almacenamiento o de distribución de alto estándar cumple no solo la función de conservar en buen estado las existencias, sino que

decidió invertir en la construcción de un Centro de Reparación de Componentes (CRC) y concentrar la atención de las minas ubicadas a lo largo de sur del país, ampliar su capacidad operativa y aminorar los costos de transporte en beneficio de sus clientes.

Así como las empresas mencionadas, muchas otras empresas e inversiones han comprendido que Arequipa ofrece las características ideales para convertirse en un hub logístico y buscarán cubrir sus procesos desde el transporte, almacenamiento y distribución de mercancías, lo cual alentará la competitividad de las empresas e incentivará a que otras empresas alberguen sus operaciones en la región.

Las empresas deben analizar la ubicación ideal teniendo en cuenta principalmente la cercanía al mercado objetivo, el acceso de proveedores, las condiciones de la infraestructura, los costos de almacenaje y las condiciones climáticas. A continuación, se analizarán cómo se comportan estos factores si

se piensa contar con un almacén en Arequipa.

Cercanía al mercado objetivo: Después de Lima, La Libertad y Piura, Arequipa cuenta con la mayor cantidad de población y una proyección de desarrollo sostenible, situándola como una de las ciudades con mayor índice de migración de personas. Asimismo, la región ha sufrido un crecimiento y desarrollo de la clase media y se estima que en el largo plazo el consumidor arequipeño incrementará su poder adquisitivo gracias a una clase media más desarrollada.

Acceso a proveedores: Tomando en consideración que Arequipa es la ciudad con mayor movimiento económico del sur del país, los inversionistas tanto locales como extranjeros, están considerando establecer sus operaciones en la ciudad y así proveer de servicios a las empresas de consumo masivo. Asimismo, se debe tener en cuenta que la cadena logística lleva consigo



ALMACENAMIENTO

aporta agilidad, eficiencia, reducción de tiempos de entrega y colabora en la precisión de los inventarios. La suma de cada uno de esos beneficios permite la reducción significativa de gastos. Así, un almacén eficiente debe pasar de ser un costo, a ser un colaborador en el incremento de la utilidad.

Apostando por el desarrollo y crecimiento de Arequipa, el Grupo Inca percibió esta necesidad y construyó CONCEPTO NAVE, uno de almacenes logísticos en Perú de más alto estándar, que nace con el objetivo de cubrir las exigencias logísticas modernas y cuenta con grandes almacenes en alquiler desde 2500 m² modulables, teniendo como capacidad máxima 30 000 m² de área techada de almacenamiento. Este proyecto desarrollado por el Grupo

Inca, es un centro de almacenamiento y distribución de alto estándar ubicado en el distrito de Cerro Colorado, situado muy cerca del Aeropuerto Internacional Rodríguez Ballón, a escasos metros de una de las principales vías de acceso y salida de la ciudad, la vía de evitamiento, que permite unir a Arequipa con el sur del país.

El proyecto inicial contempló la construcción de un área de más de 10mil m² de espacios techado para arrendamiento de almacenes. Cada nave cuenta con una altura mínima de 7.50 metros y una máxima de 10.00 metros. La estructura fue desarrollada con perfiles para luces de 25 metros de ancho que permite la eliminación de columnas en el interior, pisos de losas fibro-reforzada ideal para montacargas eléctricos, amplio patio de maniobras que alberga

camiones de gran envergadura tipo T3S3. Adicionalmente, cada nave cuenta con 6 puertas por almacén (4 tipo cortina de 3 x 3m con muelles por delante, 2 por detrás a piso de 5x5 m) que permite el trabajo de carga y descarga simultánea. Los servicios complementarios contemplan muelles, vigilancia permanente y accesos controlados, sistemas de video vigilancia, oficinas, comedor, entre otros servicios.

Concepto Nave actualmente está desarrollando una segunda etapa con la construcción de 5 mil m² adicionales. Todo ello concebido con la finalidad de entregar almacenes de alto estándar que cumplan con las exigencias logísticas empresariales, apuntando a trabajar como socios estratégicos y alcanzar un nivel de servicio adecuado para las operaciones logísticas en el sur del Perú.





SOLUCIONES
INTEGRALES DE
ALMACENAMIENTO

24

AÑOS

CALIDAD GARANTIZADA

TENEMOS LA SOLUCIÓN QUE TU ALMACÉN NECESITA



- Rack Selectivo
- Rack Acumulativo
- Rack Dinámico
- Estanterías metálicas
- Autoportantes
- Naves industriales
- Equipamiento de andenes
- Sistemas contra incendio
- Iluminación y ventilación

Y MUCHAS SOLUCIONES MÁS...

CONTÁCTANOS:

(01) 619 4040

ventas@jrmsac.com.pe

www.jrmsac.com.pe



PERÚ



BOLIVIA



ECUADOR



ALPA: PILARES DE EXCELENCIA EN LOGÍSTICA DE MATERIALES PELIGROSOS



Enrique Lau, Gerente General de ALPA

La logística de materiales peligrosos es un reto por sí mismo. Su almacenamiento, operación al interior del almacén y transporte hacia sus destinos es posible siempre y cuando se cuente con infraestructura, equipos, procesos y capacidades exclusivamente certificados y diseñados para ello.

En el Perú, ALPA es una de las pocas compañías que posee todas estas condiciones. Gracias a ello, la empresa tiene una fuerte participación en servicios logísticos para materiales peligrosos y bienes fiscalizados, con gran enfoque en el sector minero y cobertura en otros sectores.

En la siguiente entrevista, Enrique Lau, Gerente General de ALPA, nos cuenta los pilares y claves de su consolidación como experto en cadena logística para materiales peligrosos, y nos adelanta sus próximos pasos en materia de ampliación de capacidad de almacenamiento.

¿Qué soluciones logísticas brindan para insumos químicos y bienes fiscalizados (IQBF)?

Actualmente ALPA cuenta con todos los permisos para el almacenamiento y transporte de Insumos Químicos y Bienes Fiscalizados (IQBF); para lo cual contamos con un almacén exclusivo con

capacidad superior a los 2,000 m³, que son controlados y monitoreados las 24 horas. Asimismo, nuestro personal ha sido capacitado y entrenado en el manejo y respuesta de emergencias de materiales peligrosos y bienes fiscalizados.

Nuestro sistema de gestión de almacenes WMS por sus siglas en inglés (Warehouse Management System) nos permite lograr una trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de suministro.

Además, nuestras unidades de transporte cuentan con permisos para el transporte de IQBF y son monitoreados



“Nuestras unidades de transporte cuentan con permisos para el transporte de IQBF y son monitoreados constantemente a través de sistemas de gestión de GPS.”

constantemente a través de sistemas de gestión de GPS.

¿Qué beneficios y ventajas otorgan a sus clientes para brindar un servicio de calidad y seguro para mercadería de este tipo?

ALPA capacita constantemente a sus clientes y colaboradores en el manejo de materiales peligrosos y productos fiscalizados; esto nos ha permitido registrar cero accidentes a lo largo de nuestra trayectoria. A ello se suma los estrictos controles con que cuentan nuestros almacenes, que incluyen: restricción de accesos, control de personal, monitoreo por CCTV, segregación de los productos y monitoreo constante de las condiciones de almacenamiento.

¿Cuánto han crecido en su capacidad de almacenamiento para insumos químicos y bienes fiscalizados?

Nuestro crecimiento ha sido progresivo, ya que inicialmente sólo estábamos destinados al almacenamiento de productos para el sector farmacéutico en ambientes de temperatura controlada; actualmente, con el incremento de nuestra capacidad de almacenamiento, también ofrecemos servicios a sectores como el minero, industrial y de laboratorios.

¿El sector minero es el principal sector de sus servicios para estos bienes?



Efectivamente, nuestros principales clientes están en el sector minero por los volúmenes que manejan; pero también tenemos una participación importante de otros sectores productivos.

¿A través de qué estrategias están sumando más clientes mineros o de proveeduría minera?

La industria minería maneja un gran porcentaje materiales peligrosos, y con grandes volúmenes, debido a esto recientemente hemos inaugurado un nuevo local en el distrito de Chilca, el cual permite duplicar nuestra capacidad de almacenamiento llegando a los 200,000 m². Este almacén está especializado en materiales peligrosos,

“En el presente somos uno de los pocos operadores logísticos especializados en el manejo de materiales peligrosos e IQBF.”



equipos sobredimensionados, vehículos y maquinarias.

De otro lado, en nuestras operaciones de transporte estamos en la capacidad de incluir el servicio de resguardo y ploteo para la seguridad de la carga, asimismo brindar primera y segunda respuesta en caso de accidentes que involucren productos químicos.

¿Qué proyecciones de crecimiento tienen?

Como ya mencionamos anteriormente, hemos duplicado nuestra capacidad de almacenamiento (alcanzamos los 200,000m² de área), ubicado estratégicamente en el distrito de Chilca, el cual se convertirá muy pronto en el hub industrial de Lima, donde se vienen construyendo nuevos parques industriales.

En el 2018 debemos incrementar nuestra capacidad de almacenamiento bajo techo con la construcción de naves implementadas con racks, sistema de rociadores contra incendio, etc.

¿Hacia qué desafíos y tendencias se enfocará ALPA en la cobertura de estos productos?

En el presente somos uno de los pocos operadores logísticos especializados en el manejo de materiales peligrosos e IQBF, venimos mejorando constantemente nuestra infraestructura y estamos en la capacidad de adecuarla según las necesidades de nuestros clientes; diseñamos su operación a lo largo de toda la cadena de suministro con la finalidad de optimizar sus procesos y reducir sus costos, contando para ello con personal altamente entrenado y capacitado. Además, estamos haciendo uso de tecnología de punta para mejorar nuestros controles de stock y seguridad.



En la cadena de suministros **NO se improvisa**



TRAYECTORIA
+35 AÑOS de
de EXPERIENCIA



ESPECIALIDADES

CENTROS LOGÍSTICOS SECOS
CENTROS LOGÍSTICOS REFRIGERADOS
PLANTAS DE PROCESOS

CONOCIMIENTOS
MILES DE PROYECTOS
EJECUTADOS EN LOS
ÚLTIMOS AÑOS



REFRICENTRO

Experiencia, Calidad y Soporte

**Niveladores y Sellos de Andén - Puertas Seccionales
Cortinas Automáticas - Accesorios de Aproximación
Equipos de Refrigeración - Telemetría**

LIMA - PERÚ

Av. Canadá 1561
La Victoria, Lima - Perú
+51 1 683 2458
www.refricentro.com.pe

SANTIAGO - CHILE

Claudio Arrau 9458
Pudahuel, Santiago - Chile
+56 2 2411 2900
www.refricentro.cl

PUERTO MONTT - CHILE

Bernardino 1057 - Modulo 14
Puerto Montt - Chile
+56 65 489 234
ventaspmc@refricentro.cl

PERÚ



CHILE



LINKEDIN





MECALUX: LA SOLUCIÓN DE ALMACENAMIENTO ÓPTIMA PARA CADA CLIENTE

En los últimos años la logística se ha convertido en una función clave dentro de la gestión de las empresas. Por este motivo, Mecalux fabrica, proyecta e instala todo tipo de sistemas de almacenamiento a medida, con una amplia variedad de productos que le permiten ofrecer la solución idónea y más rentable para cualquier flujo de mercancías o necesidad de almacenaje.



Mecalux es una compañía líder a nivel mundial en sistemas de almacenamiento, con más de 50 años de experiencia en el diseño, fabricación, comercialización y prestación de servicios relacionados con las estanterías metálicas, los almacenes automáticos, software de gestión para almacenes y soluciones de intralogística en general.

Una de las claves de la posición de liderazgo de Mecalux es su apuesta por la expansión internacional. Desde sus inicios, la empresa ha tejido una red mundial que cuenta en la actualidad con presencia comercial en más 70 países y 11 centros productivos repartidos por todo el mundo, siete de ellos en América: tres en EE.UU, dos en México, uno en Brasil y uno en Argentina. Esta extensa red de producción, comercialización y distribución permite a Mecalux estar muy cerca de sus clientes, en cualquier parte del mundo.

En un entorno que cambia a una gran velocidad, otra de las claves para el éxito de cualquier empresa es la innovación tecnológica y la mejora continua. En este sentido, Mecalux destina importantes recursos a sus departamentos de ingeniería y a sus 4 centros tecnológicos, donde se trabaja en proyectos de I+D+i de estanterías metálicas, robótica y software de gestión de almacenes, cumpliendo con las normativas vigentes en cada país. Esto permite a Mecalux estar a la vanguardia tecnológica en el desarrollo de nuevos productos y en soluciones avanzadas para almacenes, así como posicionarse en primera línea para atender las demandas de sus clientes y ayudarles a optimizar sus recursos.

Orientación al cliente y flexibilidad

El objetivo básico de Mecalux es ofrecer en cada caso un servicio integral que logre el máximo rendimiento y optimización del espacio del almacén. Para ello, Mecalux ha desarrollado una amplia gama de soluciones de almacenamiento, que se distinguen por su flexibilidad, calidad y seguridad.

La oferta de productos de Mecalux se divide en tres grandes grupos:

- **Estanterías de picking:** Estanterías diseñadas para almacenar cajas o productos sueltos, destinados generalmente a la preparación de pedidos. Son sistemas idóneos para mercancías que se depositan y retiran manualmente, siguiendo el principio "hombre a producto".

“Mecalux apuesta por la expansión internacional, manteniendo al mismo tiempo fuertes lazos locales”.



Estanterías de paletización: En estos sistemas de almacenamiento los palets se ubican sobre las estanterías con la ayuda de carretillas o máquinas de elevación. La paletización puede realizarse con acceso directo a cada palet, por compactación y con sistemas que combinan ambas técnicas.

- **Almacenes automáticos:** Los sistemas automáticos permiten gestionar, optimizar y agilizar los procesos derivados del almacenamiento, preparación y expedición de todo tipo de mercancías. Las soluciones automáticas para cajas y para palets multiplican las prestaciones de la cadena logística, reducen costos y aportan valor a la actividad de la empresa.

Automatización al alcance de todos

La creciente importancia de la logística en la gestión empresarial ha generado la necesidad de rediseñar los almacenes, para que sean cada vez más ágiles y competitivos y ayuden a las empresas a mejorar su rendimiento y aumentar el valor de su cadena de suministro.

Mecalux dispone de diversas soluciones automáticas y semiautomáticas que permiten a las empresas potenciar un crecimiento sostenido con una inversión controlada. Entre estas soluciones, destacan especialmente tres por los beneficios que aportan a corto y medio plazo:

- **Estanterías móviles Movirack:** Sistema de almacenamiento de alta densidad que multiplica la capacidad del almacén y optimiza el rendimiento: las estanterías se instalan sobre bases móviles que se desplazan sobre carriles empotrados en el suelo.
 - Incremento de la capacidad del almacén: entre el 80% y el 120%.
 - Eliminación de pasillos de almacenamiento sin perder el acceso directo a cada palet.
 - Sistema óptimo para cámaras frigoríficas, tanto de refrigeración como de congelación.
- **Pallet Shuttle:** Sistema compacto semiautomático que multiplica el rendimiento del almacén gracias a un carro eléctrico que desplaza

la carga por el interior de las estanterías. El operario transmite las órdenes mediante una tableta con conexión WIFI.

- **Alta productividad:** aumento del flujo de entradas y salidas de mercancía. Mayor diversificación: cada canal de almacenamiento puede tener una referencia distinta.
- **Ahorro de espacio:** hasta 40 m de profundidad de almacenamiento.

Desde junio de 2011, cuando Mecalux inició sus operaciones en Perú, la empresa ha realizado importantes proyectos en el país para reconocidas empresas de diferentes sectores, entre los que destacan según producto:

- **Estantería Compacta / Drive In:** Corporación Lindley, Grupo Gloria, PAMOLSA, Cía. Nacional de Chocolates de Perú, Procesadora Torreblanca, Rotoplast, PROTISA, San Fernando, Medifarma.
- **Estantería Convencional / Selectiva:** Grupo Gloria, Hyrcó (Almacén para operación Logística de Alicorp), Supermercados



Ing. Juan Carlos Rojas Coronel, Gerente General de MECALUX



“Orientación al cliente significa ofrecer en todo momento la mejor respuesta a las necesidades planteadas”.

Peruanos (Plaza Vea), UNIQUE, Souther Perú, Electrolux, Hersil (Almacén Autoportante Sismo-Resistente + Pasarelas), DHL (almacén para operación logística

de la marca de ropa europea H&M), ITSANET, Delta Plus, Medifarma, PROTISA, FLSmidth. Kuene + Nagel.


- **Estantería Dinámica:** Eckerd (Inkafarma), PROTISA, Corporación Lindley.
- **Estantería Pallet Shuttle:** Medifarma (Almacén Autoportante Sismo-Resistente).
- **Estantería Picking convencional:** Tai Loy, Austral Group (Picking con pasarela), DHL (almacén para operación logística de la marca europea de ropa H&M), Electrolux (Picking con pasarela), DIELCA (Picking con pasarela), SUCOPUR.
- **Estantería Picking Dinámico:** Herbalife
- **STL - Transportadores de rodillos:** Herbalife, Oxford

En todos ellos la clave para un resultado óptimo ha sido ejecutar todas las fases del proyecto con la plena colaboración e implicación de cada cliente, ya que la solución idónea es aquella que tiene en cuenta y se adapta a las necesidades específicas de cada caso.

En la siguiente dirección:

www.mecalux.pe/videos-almacenaje

se puede revisar algunos videos de proyectos implementados por la compañía a nivel mundial.

Para más información, Mecalux Perú pone a su disposición, su experiencia y conocimiento para atender a sus clientes de la mejor manera. 



AHORA EN AREQUIPA

EL MEJOR ESTÁNDAR INTERNACIONAL

con la seguridad de una bóveda



SEGURIDAD 24/7

CCTV, vigilancia,
control de accesos y
Sistema de lucha contra incendios.



Ubicación estratégica

INMEJORABLE

Estamos entre el aeropuerto y
la vía de evitamiento. A 15 min
del centro de Arequipa.



Más de 30 000 m²

altura de techos 10 m,
muelles de carga y descarga y
amplio patio de maniobras.

Concepto

N.A.V.E

Almacenes Arequipa

www.nave.com.pe

info@nave.com.pe

Av. Italia 105 - Cerro Colorado, Arequipa, Perú



De izquierda a derecha: Jordi Pons, Executive Business Development Manager USA & Latam de AuraPortal; Flavio San Martín, socio de BDO Consulting; Omar Chavesta, Gerente de Consultoría de BDO.

AURAPORTAL BPM: HERRAMIENTA DE AUTOMATIZACIÓN ASEGURA ÉXITO EN PROCESOS DE CADENA DE SUMINISTROS

Desde grandes hasta pequeñas empresas tienen la oportunidad de hacer más eficiente sus procesos y operaciones, cualquiera que sea la naturaleza de sus negocios, a través de innovadoras herramientas de automatización y transformación digital.

Una de las tecnologías de automatización más novedosas, que ya aplican compañías de diversos sectores en el mundo, es el AuraPortal BPM, un sistema de automatización capaz de controlar cualquier proceso de principio

a fin de un negocio o solo áreas organizativas específicas.

«Con el BPM de AuraPortal, una empresa puede automatizar de manera sencilla cualquier proceso, incluidos los relacionados con recursos humanos, control de calidad, compras, etc.», comenta Flavio San Martín, socio de BDO Consulting, perteneciente a BDO Internacional, organización de auditoría y consultoría líder a nivel local y mundial

Esta herramienta disminuye actividades manuales, optimiza la ejecución de tareas de los

empleados, disminuye tiempos de las actividades (en algunos casos hasta un 50%), brinda trazabilidad, mejora la coordinación y comunicación de los participantes; en definitiva, aumenta la productividad de sus negocios hasta en un 83%.

Asimismo, si los procesos se han diseñado correctamente, el ahorro en costos operacionales, gracias a un uso adecuado de todos los recursos que ofrece la tecnología BPM, será tal que el retorno de la inversión (ROI) podría llegar fácilmente al 400%.

«En términos de costo, se puede lograr



más de 50% en ahorro; y más de 70% en temas de ciclo, es decir, la duración de un proceso desde que arranca hasta que termina», Jordi Pons, Executive Business Development Manager USA & Latam de AuraPortal, empresa líder en automatización de procesos en España y Latinoamérica

Esta herramienta, comercializada e implementada en Perú por BDO Consulting, puede ser insertada en la estructura de las empresas proceso a proceso, es decir, empezar implementando el sistema en un proceso con una inversión inicial muy baja, e ir añadiendo otros procesos de acuerdo a las necesidades.

«No es que tenga que comprar una solución gigante para automatizar todos los procesos y me embarque en un proyecto de un año o año y medio con una inversión muy grande; de esa forma, la inversión y el riesgo son controlados», dice Flavio San Martín.

Por otra parte, el AuraPortal BPM, consolidada como una herramienta world class, tiene la gran ventaja de integrarse con cualquier sistema transaccional tipo ERP, ya sea SAP, Oracle, etc., cubriendo las limitaciones de cobertura que pudieran tener estos.

«Cuando finalmente se logra implementar un ERP, esta no necesariamente cubre todas las necesidades de información, de control de tiempos, de dashboard, de un serie de funciones que la integración con una herramienta como la de AuraPortal, sobre una herramienta ya existente (puede ser una ERP), sí cubre; es más, incluso hay empresas que no necesitan tener un ERP para poder utilizar esta herramienta», comenta Omar Chavesta, Gerente de Consultoría de BDO.

Además, este BPM puede conectarse de manera sencilla con las apps empresariales más usadas, identificando aquellos aplicativos que generan y no generan valor a la empresa.

AuraPortal BPM en Logística

El AuraPortal BPM es una tecnología que agiliza todo el ciclo de vida de los procesos, desde su diseño hasta su puesta en marcha, seguimiento, monitoreo y mejora continua.

Esta tecnología permite que no solo los usuarios internos tengan acceso a la herramienta, sino que incorpora a usuarios externos: distribuidores, proveedores o clientes de la empresa, quienes pueden ingresar a la herramienta a través de uno de los portales externos (Extranet) libremente diseñados por la compañía.

«Los usuarios empleados tienen el mayor alcance de rendimiento. Entran al sistema a través del portal de empleados (Intranet), desde donde pueden iniciar procesos, trabajar con tareas de proceso y tareas libres y tener acceso a todos los recursos de la aplicación como familias de documentos, cuentas, ítems, proyectos, áreas, procesos, etc.», explica Jordi Pons.

Los beneficios de esta herramienta son de gran impacto en procesos de cadena de abastecimiento, como lo puede ser el proceso de compras para la comercialización o fabricación, por ejemplo, así como el almacenamiento, despacho, transporte local e internacional, etc.

«Por ejemplo, cuando se genera una orden de compra, esa orden de compra tiene que ser aprobada, recibida y luego pagada; todas esas tareas, integraciones y coordinaciones que hay en ese proceso

logístico de entrada, entre las áreas y los actores, pueden ser muy bien soportadas y controladas por la herramienta», señala San Martín.

De esa forma, durante toda la cadena de suministro se gana en trazabilidad, tiempos de respuesta, reducción de tareas repetitivas, ejecución correcta de las operaciones, factores que impulsan la optimización de costos y la productividad de una empresa de cara hacia la satisfacción de sus clientes.

«Lo que hace el AuraPortal BPM es un unir todo en una suite. Al orquestar en una plataforma de automatización todos estos procesos, puedes alertar e informar a las partes, incluso a los clientes, acerca de cualquier acción», indica.

Con el BPM de AuraPortal, el flujo de procesos opera automáticamente sin necesidad de que los empleados deban revisar algún manual de asignaciones o procedimientos, ya que todo está bajo parámetros definidos por la herramienta, ya sea en la parte comercial, administrativa, etc.

«Por ejemplo, alguien del departamento de ventas ingresa al sistema, crea una oferta, realiza una acción comercial, luego tiene que pasar





la factura a tal sitio, etc.; todo ello está previsto por el motor. El mismo sistema indica qué hacer a cada usuario y te brinda información de manera inmediata: si yo necesito saber qué crédito tiene un cliente, por ejemplo, el sistema me lo dice automáticamente porque ha conectado con un ERP», detalla Jordi Pons.

Según Jordi Pons, el uso de una herramienta de automatización de procesos, de excelencia demostrada, es clave para el éxito del negocio de una empresa, desde el punto de vista de sus procesos logísticos u otros.

Proceso de implementación


El AuraPortal BPM tiene una acertada metodología de implementación. En primer lugar, se hace un levantamiento detallado del proceso o los procesos que se quieren automatizar, junto con los principales usuarios que participan del proceso. «Incluso se podría incluir a clientes y a proveedores», dice Omar Chavesta, Gerente de Consultoría en BDO Consulting

En segundo lugar, se realiza una tarea de rediseño a través de la cual, después de haber identificado la situación actual, se identifica

los principales problemas (si es un tema de servicios, de tecnología, de organización, etc.), para con ello abordar aquellos cambios que le generen valor al proceso.

«En función a ese trabajo de rediseño, en el flujograma rediseñado se ingresa la herramienta, y la herramienta lo que automáticamente hace es crear un código automático de programación, en donde dice: esta tarea en específico va a realizar el cliente A, esta otra un persona interna de la organización, y esta tercera instancia un proveedor, por ejemplo», explica Chavesta.

Luego de la diagramación en la herramienta, el siguiente paso es la configuración en cada una de las actividades. Finalmente, viene la ejecución: los usuarios (internos y externos, de acuerdo al caso), ya pueden interactuar dependiendo del rol que tengan en el proceso.

«Más allá del proceso que sea, lo importante es cuál es la metodología que nosotros utilizamos para tener los procesos automatizados en cualquier rubro», resalta. 

Datos:

El software BPM AuraPortal Helium, es uno de los mejores del mundo, a tal punto que ha sido galardonado año tras año con los premios Global Awards for Excellence in BPM & Workflow.



Más de 25 años Ofreciendo soluciones para tu empresa



215 - 8000



HYUNDAI
FORKLIFTS



CROWN



Venta, Alquiler y Servicio Técnico

www.triton.com.pe

📍 Antigua Panamericana Sur Km 17.5, Lima 42 - Villa El Salvador,
Lima - Perú ✉ contacto@triton.com.pe

TRITON

MAQUINARIA . RESPUESTAS . SIEMPRE



Bobcat



CROWN

LIEBHERR



**Chicago
Pneumatic**



Кубота



rosenbauer

LOGÍSTICA MINERA: EXPERIENCIAS Y TENDENCIAS

Altos ejecutivos de compañías mineras y proveedores de logística compartieron aprendizajes en procesos y operaciones de la cadena de suministros. Esto en el marco del Encuentro Logístico de Perumin 33 Convención Minera, organizado por el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP).

Resultados de estudio

La eficiencia del manejo logístico de las empresas mineras en el Perú alcanza un 70%; asimismo, existen grandes oportunidades ya que solo un 58% de compañías de sector tienen establecidas estrategias formales para su gestión logística, destacó estudio elaborado por la Ipsos Opinión y Mercado.

Según el "Estudio sobre la situación de la logística y el Supply Chain Management en el sector minero peruano", las áreas logísticas podrían tener un mayor nivel dentro de las estructuras organizacionales y estar más integradas a otras áreas funcionales para optimizar su desempeño, dijo Patricia Rojas, gerente de cuenta de Ipsos Perú.

Asimismo, Rojas indicó que prácticamente la totalidad de los encuestados dijo que el supply chain management es muy relevantes dentro de sus organizaciones, sin embargo, «se ha encontrado que en la realidad solo el 50% de las empresas que hemos encuestado tiene un área de SCM propiamente dicha», refirió.

«Esto es más complejo en medianas y pequeñas mineras donde solo las dos terceras partes cuenta con un área de SCM, las otras tienen gerencias o jefaturas de logística», mencionó.

Otro resultado obtenido del estudio es que 7 de cada 10 ejecutivos mencionaron que sus áreas logísticas cuentan con indicadores de niveles de servicios, que permiten tener visibilidad, poder hacer seguir seguimiento a la gestión propia de la logística de las empresas, etc.

Asimismo, anotó que, de acuerdo con otros estudios, hay una mirada



más integral del supply chain management en sectores como el retail y el consumo, a diferencia del minero.

«Hay una mirada más integral, desde las compras hasta la entrega de los productos a los clientes; eso no hemos visto en minería, no ha habido una mirada holística en supply chain. Se deben trasladar esas prácticas de las otras industrias a la minería», dijo.

El estudio también abordó la relación que hay entre las empresas mineras y sus proveedores. Comentando los resultados de esto, Luis Miguel Maldonado, gerente general de Dinert Perú, resaltó que la relación entre las mineras y los proveedores ha mejorado en los últimos 17 años.

«Ambos han crecido, en costos, tecnología, seguridad, medio ambiente», dijo. «Las mineras consideran como socios estratégicos a sus proveedores», agregó.



“... se ha encontrado que en la realidad solo el 50% de las empresas que hemos encuestado tiene un área de SCM propiamente dicha”.

Maldonado recalcó que, según el estudio, un verdadero socio estratégico debe ser motivador y generador de oportunidades de reducir costos y mejorar eficiencias; *«todas las redes de abastecimiento tienen que funcionar adecuadamente, no solo una»*, comentó.

Por su parte, el gerente general de Fastpack, José Antonio Tord, opinó que el logístico minero tiene que entender la operación, al usuario y las tecnologías *«para interpretar y saber qué es lo que tiene que comprar, cuánto tiene que comprar, cómo lo tiene que comprar, para cuándo lo tiene que comprar»*, resaltó.

Asimismo, señaló que en el caso del proveedor este tiene que ser una salida de escape para el logístico. *«Tiene que ser parte integral de las estrategias mineras que tienen las empresas, saber las necesidades del minero para darle la mejor solución»*, apuntó.

Planeamiento de la gestión logística

De otro lado, Raúl Ponce León, gerente de logística de Sociedad Minera El Brocal, explicó en qué consistió el proceso de transformación de su área logística en los últimos años.

Ponce contó que cuando decidieron incrementar su producción minera, encontraron que los procesos y herramientas de su organización no estaban listos para soportar este mayor desarrollo.

Una de las deficiencias de su área logística, por ejemplo, era que

su responsabilidad en el proceso de adquisiciones solo alcanzaba un nivel de 34% sobre las adquisiciones de la empresa (solo bienes).

«Todos los servicios que en suma representan el mayor porcentaje de las adquisiciones eran realizadas directamente por las áreas usuales, incluido las áreas de proyecto que gestionaron su propia procura», indicó.

Esto ocasionada una falta de control. Además, era un atraso ya que las áreas logísticas de empresas similares ya manejaban el 70%, 80%, 85% de la responsabilidad de las adquisiciones.

Además, anotó que el nivel de servicios que brindada el área de logística era percibido en niveles bajos por los usuarios en campo. Y que su gestión logística en general tenía un nivel bajo de madurez.

En ese sentido, la empresa decidió abordar un nuevo modelo en donde su área logística tenga una mayor responsabilidad, esté enfocado a resultados y cuente con mejores prácticas y una mayor integración tanto interna como con proveedores y clientes.

En esa línea, la empresa se concentró en la calidad y cantidad de recursos humanos en logística, con perfiles profesionales con alta experiencia; asimismo, se fortaleció el ERP con herramientas necesarias para una correcta gestión logística.

«Implementamos un sistema de gestión de contratos y desarrollamos herramientas

“Además, era un atraso ya que las áreas logísticas de empresas similares ya manejaban el 70%, 80%, 85% de la responsabilidad de las adquisiciones”.



tanto de planificación como de control de materiales, de inventarios; implementamos compras estratégicas, etc.», detalló.

Servicio logístico brindado por minera

Miguel Butrón, gerente general de Mur Wy (Perú), empresa de servicios mineros integrada al Grupo Aruntani, expuso sobre las ventajas de ofrecer servicios logísticos siendo una empresa creada u originada de una empresa minera.

«Cuando nosotros hacemos la integración vertical, eso nos ayuda en la reducción de costos, porque si estoy trabajando con una empresa, por el sur, y estoy llevando algo, en el regreso estoy aprovechando porque de Aruntani está regresando un componente hacia mi taller, así hago sinergia con una y otra cosa. Lo mismo con el taller, que repara absolutamente todo. Repara a mí mismo y aparte repara a terceros, y eso genera reducción de costos. Eso también cuando participe de una licitación sea mis precios sean mucho más competitivos», explica.

Al respecto, James Spitzer, gerente de Contratos y Logística de Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A., comentó que lo hecho por Mur Wy es un claro ejemplo de que el conocer bien nuestros procesos, costos, oportunidades, *«nos demuestra que no siempre la mejor opción es tercerizar sino internalizar algunos procesos que nos van ayudar a ser mucho más eficientes y más competitivos»*, dijo.

“... lo hecho por Mur Wy «nos demuestra que no siempre la mejor opción es tercerizar sino internalizar algunos procesos que nos van ayudar a ser mucho más eficientes y más competitivos”.

Colaboración y valor agregado

El vicepresidente de Infraestructura de Minera Las Bambas (Perú), Tomas Martínez, se refirió a la importancia de los sistemas colaborativos entre las empresas mineras y sus proveedores.

«El win-win es la única forma de obtener buenos resultados. En el caso del proveedor, este debe dar propuestas de valor», dijo.


Al respecto, Martínez relató una experiencia en la que hicieron un protocolo de prueba para elegir a uno de dos proveedores en la adquisición de unos camiones. La lección fue que los tres salieron ganando, la minera y los dos proveedores.

«El que perdió, que era con el que teníamos una alianza a largo plazo, nos dijo que habían aprendido mucho de la negociación. Con el otro se decidió por esta negociación en particular. Hubo un win-win de las tres partes. Eso también alcanza a la logística», indicó

Por su parte, José Antonio Valle, de MIQ Logistics Inc. SRL (Perú), enfatizó que crear valor es la única manera que una compañía de servicios en logística (u otros) pueda salir adelante dentro de un mercado tan competitivo como lo es América Latina.

El ejecutivo señaló que hay muchas empresas que se concentran en el valor del flete, logrando ahorros importantes en este aspecto, pero que, sin embargo, sufren otras consecuencias negativas para el servicio.

«Los materiales no llegan a tiempo, el costo de inventario es mayor, la rotación de inventario es más lenta, en vez de que los usuarios compren 5 piezas de inventarios terminan comprando 8, porque no confían en su departamento de logística, porque el logístico solo pide reducir el flete», explica.

En ese sentido, Valle destacó que la fórmula de MIQ Logistics es entregar la mayor cantidad de valor, en sistemas, en KPIs; asignar claramente los costos logísticos a cada uno de los usuarios dentro de una mina u otro. 



SACO SHIPPING PERÚ

CONSOLIDADOS PROPIOS MARÍTIMOS

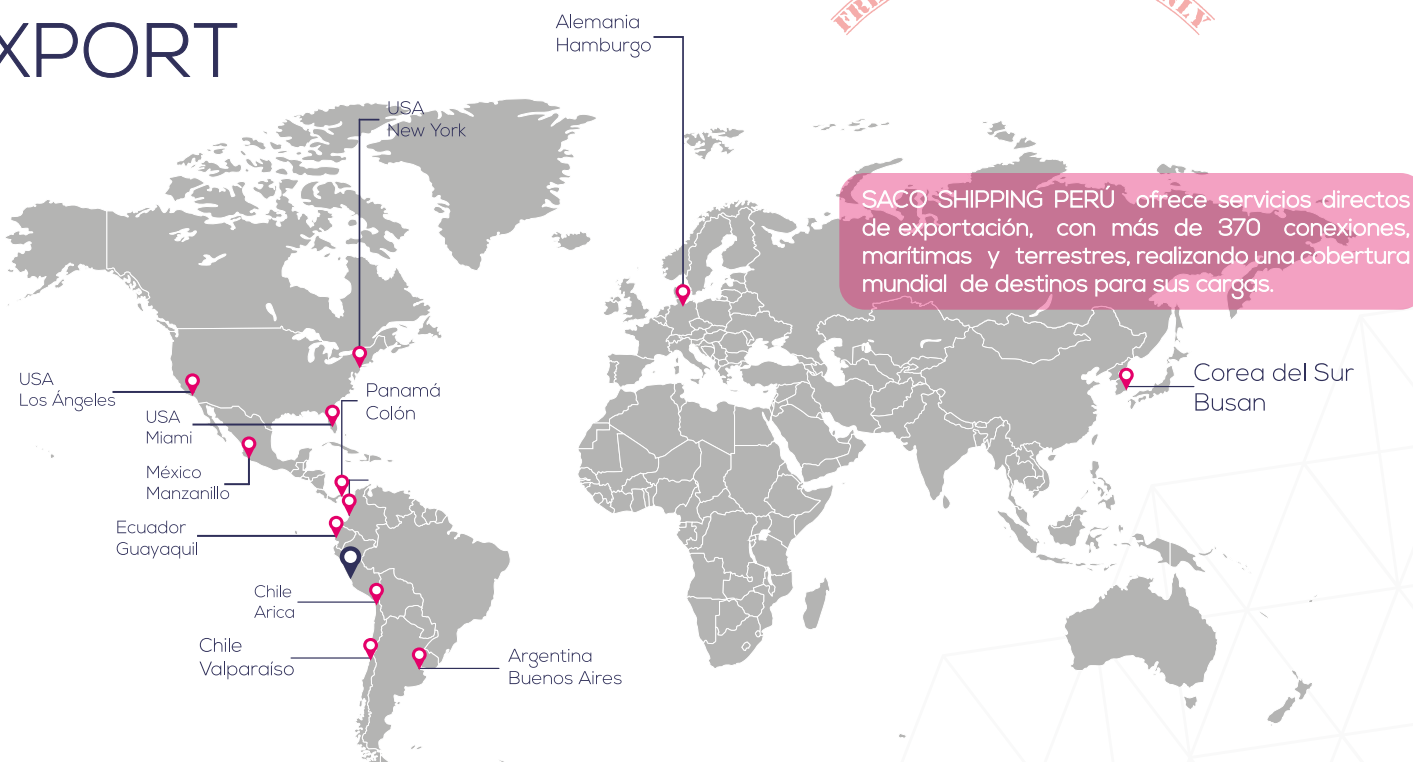
saco

...shipping and more!

IMPORT



EXPORT





STG: TECNOLOGÍA DE PUNTA PARA LOGÍSTICA EN TIEMPOS DE OMNISCANALIDAD



Gerente de Ventas de STG Perú, Leonardo Navarrete

La omnicanalidad y el comercio electrónico han modificado la relación de compra de las empresas con sus clientes; ahora los usuarios pueden acercarse a un producto a través de múltiples vías; asimismo, exigen mayor información y disponibilidad del producto de su interés, así como visibilidad y rapidez en la entrega de sus pedidos.

En este escenario, la logística y la cadena de suministros se ha visto fuertemente impactado: contar con inventarios en línea de la tienda o del centro de distribución se ha hecho indispensable, así como tener una mayor visibilidad de la mercadería en almacén, tienda o durante su transporte.

Asimismo, las empresas deben preocuparse por planificar y gestionar con mayor eficiencia el transporte y la distribución, para cumplir con rapidez los envíos a sus clientes, quienes

utilizan más de un canal durante su proceso de adquisición.

Ante ello, muchas empresas se ven en la necesidad de rediseñar y hacer más eficiente sus operaciones, entre ellas las concernientes a la logística, con la ayuda de herramientas y soluciones tecnológicas de punta, ya que hacia esa dirección están avanzando los negocios más competitivos.

Todos los mercados y sectores de la economía apuntan hacia ese mismo horizonte, siendo las empresas de consumo masivo y venta al detalle en donde se observa gran interés y desarrollo.

Al respecto, STG (Southern Technology Group), compañía chilena fundada el año 2002, tiene amplia trayectoria en el mercado de integración de tecnologías modernas para el sector logístico y procesos empresariales en

“La omnicanalidad ha llevado a las grandes tiendas a invertir mucho en tecnología para tener información en tiempo real de sus operaciones.”



diversos mercados verticales, tales como venta al por menor, industria y de salud.

La empresa, que está presente en Chile, Perú y Argentina, ofrece para estas necesidades un completo portafolio de soluciones y productos innovadores con un rápido retorno a la inversión, avalados por las marcas más reconocidas de Estados Unidos y Europa, catalogadas como de "categoría mundial" por la consultora Gartner.

Por ejemplo, STG ofrece herramientas de RFID, picking por voz, redes inalámbricas, capturadores de datos, sistemas de administración de almacenes, sistemas de optimización de transporte, monitoreo de dispositivos móviles, etc.

Gracias a esta amplia gama de productos y soluciones, y a sus más de 14 años de experiencia y liderazgo, STG está en la capacidad de implementar megaproyectos integrales end to end, logrando integrar cada una de las tecnologías para que puedan operar correctamente en toda la cadena.

Debido a la importancia de este asunto, platicamos sobre las tendencias logísticas frente a la omnicanalidad con el Gerente de Ventas de STG Perú, Leonardo Navarrete, quien nos adelanta, por otro lado, que la compañía viene expandiendo su presencia en otros países de la región latinoamericana además de Chile, Perú y Argentina.

¿Cómo define la omnicanalidad?

Básicamente, la omnicanalidad es la integración de todos los canales existentes en un mercado, de tal manera que se pueda generar caminos que se interrelacionen para que un cliente, quien hizo comunicación o contacto por una vía, pueda continuar su proceso de compra por otros canales. Es una plataforma múltiple de comunicación del consumidor con el producto de la empresa. Por ejemplo, la tienda física con todo lo que es el e-commerce, la aplicación móvil, la página de Facebook, etc.

¿Cómo influye esto en la logística de las empresas?

La omnicanalidad ha llegado a impactar fuertemente a las industrias porque las personas que compran por internet, por lo general, son jóvenes que quieren información en línea (del precio, del stock, etc.), por lo tanto ha llevado a las grandes empresas a tener información en línea de sus procesos en almacén, recepción, despacho, picking, transporte, tienda, etc. Por ejemplo, quiero comprar un producto a través de mi aplicación de teléfono, o quiero ver un producto a través

"(Amazon) tiene su gran centro de distribución, con grandes procesos logísticos, y no tiene tiendas. Y eso es el mayor desafío de las tiendas físicas, pues estas tienen grandes inversiones y grandes costos."

de la página web, y para eso necesito saber cuál es el stock de esa tienda, o saber en qué tienda se encuentra el producto que deseo, o dónde retirarlo. Eso ha llevado a que las grandes tiendas tengan que invertir mucho en tecnología para poder estar alineados a estos cambios y exigencias.

Eso cambia las formas de despacho y de distribución.

Nosotros viajamos frecuentemente a Estados Unidos, y el mismo presidente (Donald) Trump lo ha dicho: se están cerrando muchas tiendas físicas, porque el comercio electrónico está creciendo mucho, en el cual ya puedo despachar desde un teléfono un libro; por ejemplo, Amazon en los estadios de la NFL, entrega cervezas en línea: haces tú pedido y te dejan el producto automáticamente en el estacionamiento, digamos, donde te encuentres. Frente a ello, la idea es que las tiendas físicas se adapten para seguir existiendo.





¿Y esto seguirá aumento, tomando en cuenta que el comercio electrónico está creciendo?

El comercio electrónico a nivel mundial está creciendo a tasas de 20%, eso es impactante. Uno dirá que Amazon no tiene tiendas pero mira todo lo que factura y vende diariamente; tiene su gran centro de distribución, con grandes procesos logísticos, y no tiene tiendas. Y eso es el mayor desafío o desventaja de las tiendas físicas, pues estas tienen grandes inversiones y grandes costos. El mismo costo es igual para los dos, pero el mayor costo está en el físico: la persona, el mantenimiento, el edificio, la ubicación, el espacio. El otro le gana en precio porque obviamente tiene solamente su producto almacenado y despacha desde su almacén al cliente final.

Los grandes retailers están siendo desafiados a ver el negocio no de una manera distinta; en supermercados, por ejemplo, muchas personas están comprando por internet y como quieren el producto más rápido, lo van a recoger a la tienda preferida; asimismo, mucha gente va a mirar el producto a la tienda y después lo compra, y se lo envían a domicilio. Los negocios están mudando porque las tecnologías les permiten a los usuarios un mayor acceso a información; eso está haciendo mucho más fácil el proceso y experiencia de compra para el usuario pero un poco más complicado para las operaciones que están acostumbradas a tener un lugar físico.

¿Cómo responde STG con sus soluciones y productos ante estas nuevas necesidades?

En todas estas tecnologías tanto en el tema de la trazabilidad como en el tema de la omnicanalidad, nosotros estamos a la vanguardia; en términos de tecnología tenemos socios muy estratégicos que nos permiten abarcar estos tipos de proyectos en Latinoamérica, porque hoy en día estamos en Perú, Chile, Argentina, pero ya estamos extendiendo nuestras redes a otros países de la región.

Tenemos socios que nos acompañan, tenemos la tecnología, tenemos sistemas que les permiten a los clientes hacer procesos mucho más rápidos y eficientes para poder despachar y dejar la mercadería a tiempo, para poder avisar al cliente que el producto le va a llegar en media hora o más, por ejemplo. Como STG global tenemos las herramientas, los dispositivos y la infraestructura para dar un buen servicio al cliente.

¿Cuáles son algunas de estas soluciones y herramientas?

Por ejemplo, en el tema de la omnicanalidad, que obviamente se refiere o está muy ligado al canal online, es muy importante tener inventarios en línea. En este caso, nosotros estamos con varias tiendas de retail haciendo proyectos de RFID para tener los inventarios en línea; porque cuando se realiza una compra online y yo quiero retirar o despachar de esa tienda, los grandes retailers ya no van a distribuir los pedidos desde el centro de distribución, sino desde el punto de referencia del cliente, es decir, desde la tienda más cercana al cliente (de lo contrario no habría necesidad de las tiendas físicas).

“En empresas como Macy's, en Estados Unidos, todos los productos demo o de exhibición están con RFID.”

Con esta tecnología podemos ayudar al cliente, a la tienda o al retail a saber cuál es el inventario que tiene por tienda de manera online; por lo tanto, ellos saben desde dónde pueden abastecer a ese cliente en forma más rápida y eficiente y no tener que despacharle desde el centro de distribución que queda a 5 horas del cliente. De esa forma, le puedo despachar desde una tienda que esté cercana y se lo envían o lo viene a recoger.

Tenemos sistemas de inventarios, sistemas de RFID, sistemas de picking por voz; esto último permite al centro de distribución despachar más rápido, por ejemplo en el caso de productos de mayor valor; tenemos también sistemas de transportes, que le permite saber al cliente de manera online en qué camión o en qué ruta va su pedido. Porque hoy en día los millennials y en general los que están comprando online son personas de más o menos de 30 a 35 años hacia abajo, que tienen una gran noción del producto online.



¿Cuál es el proceso de este inventario online?

La idea es aplicar RFID para tomar de manera online el inventario diario de los productos, del producto de valor agregado o caro por ejemplo. Eso primero que nada. En segundo lugar, con este inventario en línea el jefe de almacén o el supervisor de piso o de la tienda va a poder saber cuáles son los diferentes inventarios de las tiendas, por lo que automáticamente puede mandar a un supervisor a tomar inventario específico del producto.

El RFID facilita la operación porque te puedes pasear por todo el piso y saber en qué sección está la mercadería y cuánto tienes; en cambio, al hacerlo manual te arriesgas a no encontrar el producto en el lugar que pensabas, pues el producto está fuera de su ubicación, o está dentro de la tienda y no en el almacén de la tienda: eso no lo vas a saber.

En empresas como Macy's, en Estados Unidos, todos los productos demo o de exhibición están con RFID. Eso es lo que busca Macy's, que cuando una mujer por ejemplo entre a una zapatería a probarse unos zapatos, estos estén siempre disponibles y de rápido acceso, pues toda la mañana pasa un supervisor tomando inventario con un dispositivo RFID que permite registrar cuántos pares tiene y en qué piso están, por ejemplo.



tendencias afuera pero lo importante es que el mercado local esté dispuesta a hacerlo.

¿Cuánto se puede optimizar en espacios de carga en camión con esta tecnología?

Por lo general, el espacio que se ocupa está entre un 70% y 75%, por lo que te queda un 30%, 25% de espacio. No es que el camión vaya vacío, sino que simplemente cargaste mal el camión, por lo tanto lo ves completo pero en realidad está mal cargado. Esta herramienta permite aumentar la productividad entre un 30% y 25%.

¿La compañía a qué sectores está enfocado?


Hoy estamos enfocados en empresas del retail, que son compañías multinacionales; estamos orientados también a empresas de manufactura, como empresas de fabricación de alimentos y productos terminados; minería, mayorista. Estamos orientados a grandes y medianas empresas.

¿Cómo han respondido en estos periodos de desaceleración de la economía en el Perú?

Como a muchas empresas nos ha golpeado. Pero nuestra estrategia es que si antes me bastaba atender a 5 clientes, ahora tengo que atender a 50. Es la diferencia. Tenemos que ser creativos para encontrar los clientes correctos y la multiplicación de clientes y ventas.

El último año se ha notado un poco más lento, pero hemos logrado avanzar en los negocios. Hemos tenido que ser mucho más abiertos para innovar en nuevas tecnologías y también buscando clientes en otros segmentos que nos permitan apalancar las ventas.

¿Cuál es la ventaja en las ventas de sus soluciones y productos tecnológicos?

Nosotros nos definimos como una empresa de integración en cadena de suministros. La gran ventaja nuestra es que en una sola mano le podemos dar todas las soluciones, les podemos dar el software, el hardware, servicio técnico, proyecto, consultoría. El cliente no tiene la necesidad de contratar 3 o 4 empresas para hacer su megaproyecto, sino que nos contrata a nosotros y le hacemos todo el proyecto. Si tienen problemas, nos llaman por teléfono solicitando soporte. No tienen inconvenientes de integración ni de soporte porque hay una sola empresa que le abarca la solución, una solución end to end. Es la gran diferenciación que tenemos como STG en los países donde operamos. 

¿Cuál es el origen de sus soluciones y productos?

Nuestros partners, por lo general, diría que el 99% son todas empresas americanas, grandes fábricas de software y de hardware, y todos están en Gartner, donde están las principales fábricas catalogadas como de categoría mundial.

¿Están buscando nuevas alianzas o innovaciones tecnológicas?

Por lo general nosotros viajamos a Estados Unidos o a Europa a ver nuevas tendencias; por ejemplo, hemos ido a ver operaciones de Zara para saber qué cosas podemos replicar, pues tenemos partners que trabajan con esta compañía y eso nos ha permitido ir aprendiendo mucho de ellos. Nunca podemos cerrar la posibilidad a hacer nuevas alianzas, tenemos que tener las puertas abiertas porque cada día la tecnología va avanzando tan rápido que un cliente quiere un requerimiento puntual o diferente.

¿Cuáles son estas tendencias que ya están aplicando?

Ahora que acabamos de llegar de Estados Unidos, uno de los temas que se aborda mucho es el de los sensores con RFID para carga en los camiones: el objetivo es poder a través de beacons, a través de tecnología RFID, cargar en camión de forma óptima y eficiente.

Hoy los costos de transporte son muy fuertes, por lo tanto las empresas necesitan que la carga sea mucho más eficiente al no perder espacio dentro del camión; para eso hay soluciones que te ayudan a optimizar la carga en el camión (a través de sensores o beacons). En tecnología hay muchas

“Hoy los costos de transporte son muy fuertes, por lo tanto, las empresas necesitan que la carga sea mucho más eficiente al no perder espacio dentro del camión; para eso hay soluciones que te ayudan a optimizar la carga en el camión.”



ISO 39001: GESTIÓN DE SEGURIDAD VIAL, EN MIRAS DE RUTAS MÁS SEGURAS

El objetivo de la norma ISO 39001 es que las organizaciones mejoren sus estándares de seguridad y con ello reduzcan y eliminen los accidentes de tráfico, víctimas, heridos y costos relacionados a ello.



Carlo Vargas Bolívar
Gerente General ICDQ
PERU

Estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) indican que “las lesiones causadas por el tránsito son la octava causa mundial de muerte, y la primera entre los jóvenes de 15 a 29 años. Las tendencias actuales indican que, si no se toman medidas urgentes, los accidentes de tránsito se convertirán en 2030 en la quinta causa de muerte”.

Por ello es que en la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2010, se proclama el Plan Mundial para el Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2011-2020. El Plan tiene la finalidad de servir de documento de orientación para los países y, al mismo tiempo, de facilitar la aplicación de medidas coordinadas y concertadas destinadas al logro de las metas y objetivos del Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2011-2020.

Este Plan mundial será útil para apoyar el desarrollo de planes de acción locales y nacionales y, al mismo tiempo, ofrecerá un marco para favorecer la realización de actividades coordinadas a nivel regional y mundial. Está destinado a un amplio público, en particular a los gobiernos locales y nacionales, la sociedad civil y las empresas privadas que deseen ajustar sus actividades a la consecución del objetivo común, manteniendo una perspectiva genérica y flexible, conforme con las necesidades de los países.

El Plan se base en 05 Pilares básicos:



Pilar 1:

Gestión de la seguridad vial.



Pilar 2:

Vías de tránsito y movilidad más segura.

**Pilar 3:**

Vehículos más seguros.

**Pilar 4:**

Usuarios de vías de tránsito más seguros.

**Pilar 5:**

Respuesta tras los accidentes.

Asimismo, los países deben elaborar una estrategia nacional (a nivel ministerial o del Consejo de Ministros) coordinada por organismos principales, mediante la promoción de iniciativas de gestión de la seguridad vial tales como la norma ISO 39001 relativa a la Gestión de la Seguridad Vial. En la actualidad, se han promulgado leyes sobre seguridad vial en más de 35 países, pero solo un 7% de la población mundial está cubierta por leyes integrales.

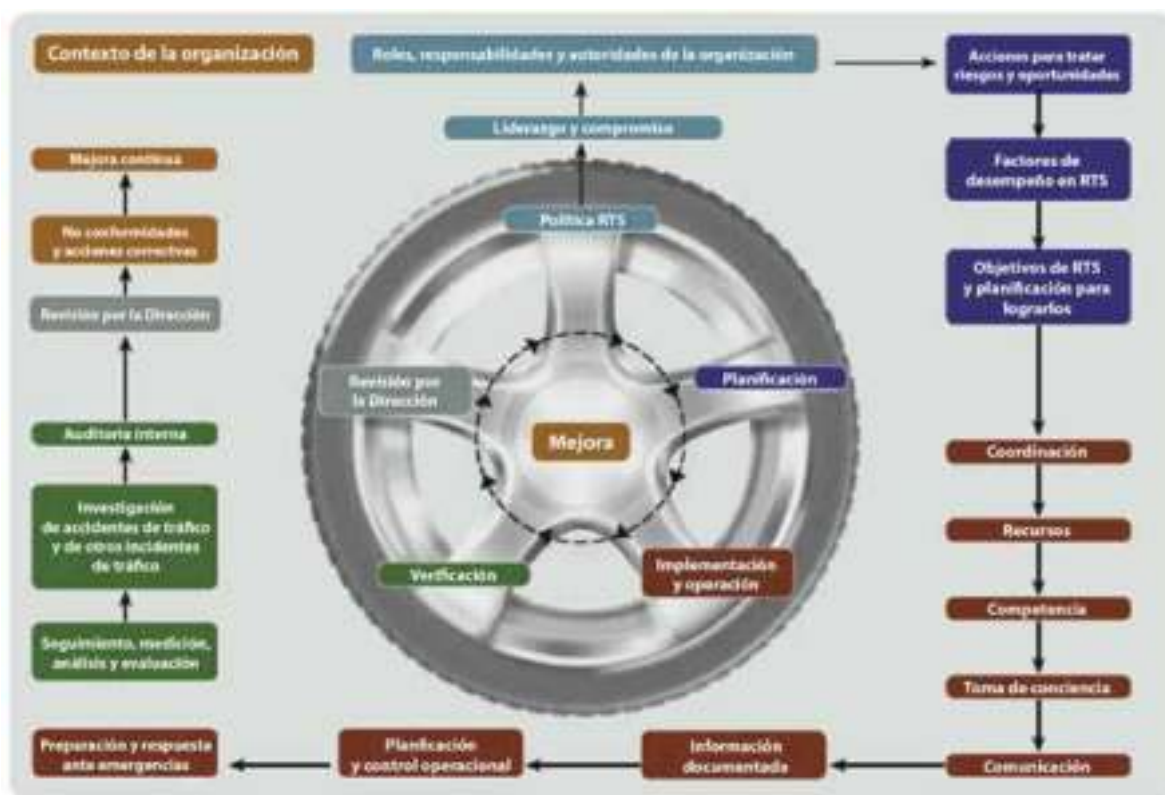
La norma ISO 39001 es una norma que tiene por objetivo reducir los accidentes de tráfico. La norma nace para ser una herramienta que ayude a las organizaciones a reducir y eliminar, en la medida de lo posible, los accidentes de tráfico, así como las víctimas, heridos y costos relacionados a los mismos.

La norma es aplicable a todas las organizaciones sin importar el tipo que sean, el tamaño que tengan o el servicio que desarrollen, siempre y cuando estas organizaciones pretendan establecer, mantener y mejorar un sistema de

gestión. Cabe mencionar que la norma está estructurada en el nuevo esquema de 10 puntos de alta dirección de la ISO y se base en la metodología PHVA (Planear – Hacer – Verificar – Actuar).

“La norma es aplicable a todas las organizaciones sin importar el tipo que sean, el tamaño que tengan o el servicio que desarrollen, siempre y cuando pretendan establecer, mantener y mejorar un sistema de gestión.”

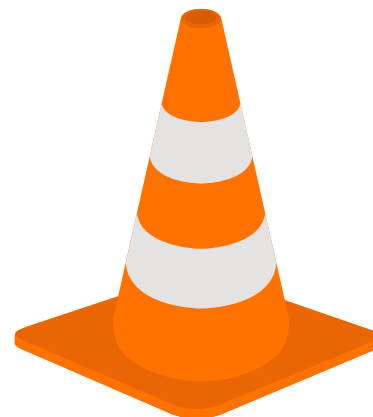




Entre las organizaciones, públicas o privadas, que pueden optar por la certificación ISO 39001, se encuentran las Direcciones Generales de Tráfico, Concesionarias de Vías, Servicios de Transporte de Personal y Carga de cualquier índole, Construcción y Mantenimiento de Vías, Centros de Apoyo a Emergencia, entre otras.

En conclusión, cualquier organización comprometida con la mejora de sus estándares de seguridad, se beneficiará con la implementación de la norma ISO 39001, al igual que cualquier otro usuario de las carreteras, ya que el enfoque hará que nuestras vías sean más seguras para todos los que las usan. 🔥

“En la actualidad, se han promulgado leyes sobre seguridad vial en más de 35 países, pero solo un 7% de la población mundial está cubierta por leyes integrales.”



BSF MEJORANDO LA CALIDAD DE VIDA DE LOS POBLADORES DEL SUR

Uno de los aspectos importantes dentro del marco de la Responsabilidad Social, es permitir que la población que nos rodea cuente con herramientas para mejorar su nivel de vida. En esta oportunidad, BSF Almacenes del Perú, en coordinación con el Municipio de Punta Hermosa y el Municipio de Lurín hicieron posible la realización del curso de logística “Eficiencia Operativa y Control de Almacenes”, dirigido a la población de bajos recursos económicos de los distritos de nuestra área de influencia como Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Lurín, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo.

Este curso básico de logística, que ya está en su octava versión, se desarrolló del 06 al 17 de noviembre del presente y contó con la participación de aproximadamente 60 personas interesadas en aprender sobre este interesante tema. La capacitación que tuvo una duración de 18 horas teórico-prácticas, estuvo a cargo del magíster Patricio Gajardo, experto consultor internacional con amplia experiencia en logística.

Los alumnos, tuvieron la oportunidad no sólo de conocer todos los aspectos y terminologías en logística, sino que participaron de la forma de trabajo de la empresa

XPO Logistics, cliente de BSF, cuyos almacenes se encuentran en el Centro Logístico Portada de Lurín.

A partir de esta experiencia, los alumnos tienen la posibilidad de ingresar a una bolsa de trabajo, en donde serán seleccionados por las grandes empresas de almacenes que alberga BSF Almacenes del Perú en su complejo de Punta Hermosa. Asimismo, tendrán una ventaja diferencial al momento de presentarse a una plaza de empleo que cualquier empresa que lo requiera. 🔥



Nota:

El curso de logística “Eficiencia Operativa y Control de Almacenes”, cuyo inicio se dio el año 2013, es una actividad académica gratuita, promovida por BSF Almacenes del Perú, dentro del marco de su Política de Responsabilidad Social y proyección a la comunidad.



DHL E INDURAMA: UN CASO DE ÉXITO

En el año 2016 DHL Global Forwarding llegó a movilizar el 30% de los embarques de Indurama. A noviembre de este año, ya le transportan el 85% de su total de embarques. Con un servicio end to end, DHL le ha generado a Indurama importantes ahorros y una significativa mejora en sus procesos logísticos. El gerente general de DHL Global Forwarding, Ricardo Barrios, da a conocer detalles del respaldo logístico que le brindan a este cliente desde el 2015.



¿Cómo iniciaron las actividades de trabajo y el respaldo entre DHL Global Forwarding e Indurama?

DHL inicia el acercamiento a Indurama por primera vez en agosto del 2015 ofreciendo los servicios de carga marítima, específicamente desde China para sus importaciones de línea blanca. Al inicio el reto fue demostrar las capacidades en un mercado muy competitivo pues son muchas las empresas que brindan el transporte desde ASIA. En este mismo mes Indurama confía en la propuesta de servicios, tanto técnica como económica, y al finalizar dicho año ya habíamos transportado poco más de 240 TEUS.

Para el año 2016 Indurama confía mucho más en la propuesta y se transportan 400 TEUS, lo que representó el 30% del total de sus embarques.

En lo que va de este año 2017 (noviembre) la confianza se ha incrementado en DHL y el total transportado ha ascendido a 1500 TEUS (85% del total de embarques).

DHL Global Forwarding le ha generado importantes ahorros a Indurama Perú ¿Cuáles han sido las claves en las operaciones brindadas por DHL para lograrlo?

Han existido dos pilares fundamentales para este resultado, el

primero, una comunicación eficiente de parte de Indurama con respecto a sus objetivos financieros, comerciales y de abastecimiento asociado a un diseño logístico adecuado por parte de DHL para satisfacer estos objetivos, y el segundo pilar ha sido la integración de la cadena de suplencia mediante el extenso portafolio de servicios de DHL, así se ha logrado acoplar el transporte internacional con los procesos en destino una vez que las cargas arriban (transporte, almacenaje temporal de contenedores y agenciamiento aduanero).

Quando los clientes le permiten a DHL proveer estos servicios de manera integral la cadena se ve mejorada en

“Los tiempos de producción, carga y despacho de los contenedores deben ser justos con la propuesta de transporte internacional, de modo que no se pierda eficiencia (tiempo, costo), sumado a la velocidad requerida para obtener las reservas de espacio en las naves”.



términos operativos y financieros, generando ahorros tanto en dinero como en tiempo también.

¿Estos ahorros qué han significado para Indurama? ¿Cuál ha sido el impacto en la empresa?

El 2017 ha sido un año retador para Indurama, debido a varias circunstancias, entre ellas su objetivo de reducción de costos y estrategia comercial. La participación de DHL en la logística de la empresa les ha permitido concentrarse más en su negocio, mientras que DHL los soporta en paralelo en su proceso de abastecimiento.

¿Cuáles han sido los mayores logros obtenidos durante el trabajo de ambas empresas?

Aunque suene como un cliché, ha sido una relación ganar-ganar. Para Indurama un ahorro importante en sus gastos de importación comparado con el periodo anterior y que la logística no sea un problema han sido dos de los beneficios sustanciales; mientras que para DHL, el principal logro ha sido el crecimiento en el tráfico de importaciones desde el Asia en poco más del 15%.

Acerca del movimiento de teus, ¿cuánto ha sido el total para este año y cuánto representa en crecimiento respecto a otros periodos similares? ¿Qué factores han impulsado su crecimiento en dicho movimiento de volumen?

Se han transportado aproximadamente 1,500 TEUS, lo cual representa un crecimiento mayor al 10% de las importaciones desde Asia para DHL en el 2017. En cuanto a participación, en este año DHL manejó el 85% del volumen total de Indurama. Los factores principales de este crecimiento han sido la oferta económica competitiva y lo más importante, una ejecución operativa eficiente tanto en origen como en destino.

DHL Global Forwarding Perú realiza una cobertura de inicio a fin en la cadena logística de Indurama ¿Qué retos y capacidades implica realizar una cobertura total?

Los principales retos inician en origen; la comunicación y coordinación con los proveedores debe ser muy precisa, pues los tiempos de producción,

carga y despacho de los contenedores deben ser justas con la propuesta de transporte internacional, de modo que no se pierda eficiencia (tiempo, costo), sumado a la velocidad requerida para obtener las reservas de espacio en las naves considerando el gran volumen de carga movilizado por estos proveedores para diferentes consignatarios en el mundo. En destino los retos inician con la recopilación de toda la documentación para el trámite aduanero y un rápido despacho de los contenedores hacia el almacén de Indurama.

Los retos y la logística de los clientes varían mucho de acuerdo al segmento de mercado, a los tipos de producto, a los diversos proveedores y orígenes, a la dimensión de la operación, entre muchos otros, y es aquí donde DHL con su propuesta de servicios y personal capacitado integra y diseña soluciones para todo tipo de compañías.

DHL ofrece el transporte internacional marítimo y aéreo, tiene excelentes negociaciones con los principales carriers, a través de una vasta oferta de rutas, frecuencias y capacidades, con la seguridad que brinda el contar con más de 1100 oficinas propias en más de 220 países y territorios. Así mismo DHL brinda los servicios de agencia de aduana con una estructura propia, almacenaje con sus más de 45,000 m², nacional, y soluciones a la medida para los principales sectores como son: Farmacéutico, Consumo, Retail, Industria, entre otros.

“En lo que va de este año 2017 (noviembre) la confianza se ha incrementado en DHL y el total transportado ha ascendido a 1500 TEUS (85% del total de embarques)”.



¿Qué ventajas y beneficios aseguran como operador logístico a sus clientes?

Como ventajas, DHL ofrece el control de los embarques de inicio a fin con oficinas propias, con una variedad de opciones en cuanto a rutas, frecuencias, tiempos de ciclo y costos de acuerdo a los niveles de urgencia que podrían tener los embarques, control sobre el flujo de información y documentos relacionados a las cargas, rapidez para la nacionalización de mercaderías, expertise y asesoría en los distintos procesos y regímenes aduaneros, soluciones para el almacenaje y distribución de productos, todo ello respaldado por la seguridad que brinda la compañía de logística más grande del mundo.

Con las ventajas descritas, los clientes se benefician pues pueden focalizar sus esfuerzos en hacer crecer su negocio destinando el tiempo necesario para ello, sin que la logística represente una preocupación, sabiendo que cuentan con un experto que velará por sus intereses mediante una solución efectiva y económica. La propuesta y cobertura de servicios global de DHL permite a los clientes abastecerse desde o enviar sus productos a cualquier parte del mundo sin que la distancia o los procesos relacionados sean una preocupación.

¿Qué otros resultados importantes se han dado en la sinergia DHL - Indurama?


El objetivo principal de DHL es ser el soporte en el crecimiento de sus clientes, hacer que sus procesos logísticos no sean una complicación y que se puedan enfocar directamente en su “core



“Indurama se ubica entre los principales clientes de DHL en la importación de ASIA. Esta participación generó un crecimiento mayor al 10% en el volumen de contenedores de dicho origen”.

business” así como lograr reducirles el mundo facilitándole llevar sus productos a cualquier país o traer sus productos o insumos desde cualquier parte sabiendo que siempre habrá una operación y un representante de DHL para facilitarles los procesos.

¿Qué nuevos objetivos se ha trazado DHL con respecto a sus clientes?

El objetivo principal básico es ser el soporte de los clientes para su crecimiento internacional y local. 



PADE Internacional

Programa Avanzado de Dirección de Empresas

Inicio
de clases

5

abril 2018



Operaciones y Logística

Gestiona los detalles logísticos y verás el crecimiento de tu empresa



M U L L E N L O W E 511

Programa con Stage Internacional en el Tecnológico de Monterrey



Tecnológico de Monterrey



Mejores Escuelas de Negocios
Ranking América Economía 2017



Escuelas de Educación Ejecutiva
América Economía 2016



Escuelas de Negocios de Vanguardia en Latinoamérica
Forbes 2016



Escuelas de Posgrado
XVI Encuesta Anual de Ejecutivos de la CCL 2016

Acreditaciones



Membresías



PRME Principles for Responsible Management Education

Asesora comercial: Adela Cáceres
T/ 317 7226 Anexo: 4127 C/ 942 044 967
Whatsapp: 942 891 541 E/ acaceres@esan.edu.pe
Alonso de Molina 1652, Monterrico, Surco
www.esan.edu.pe



Executive Education

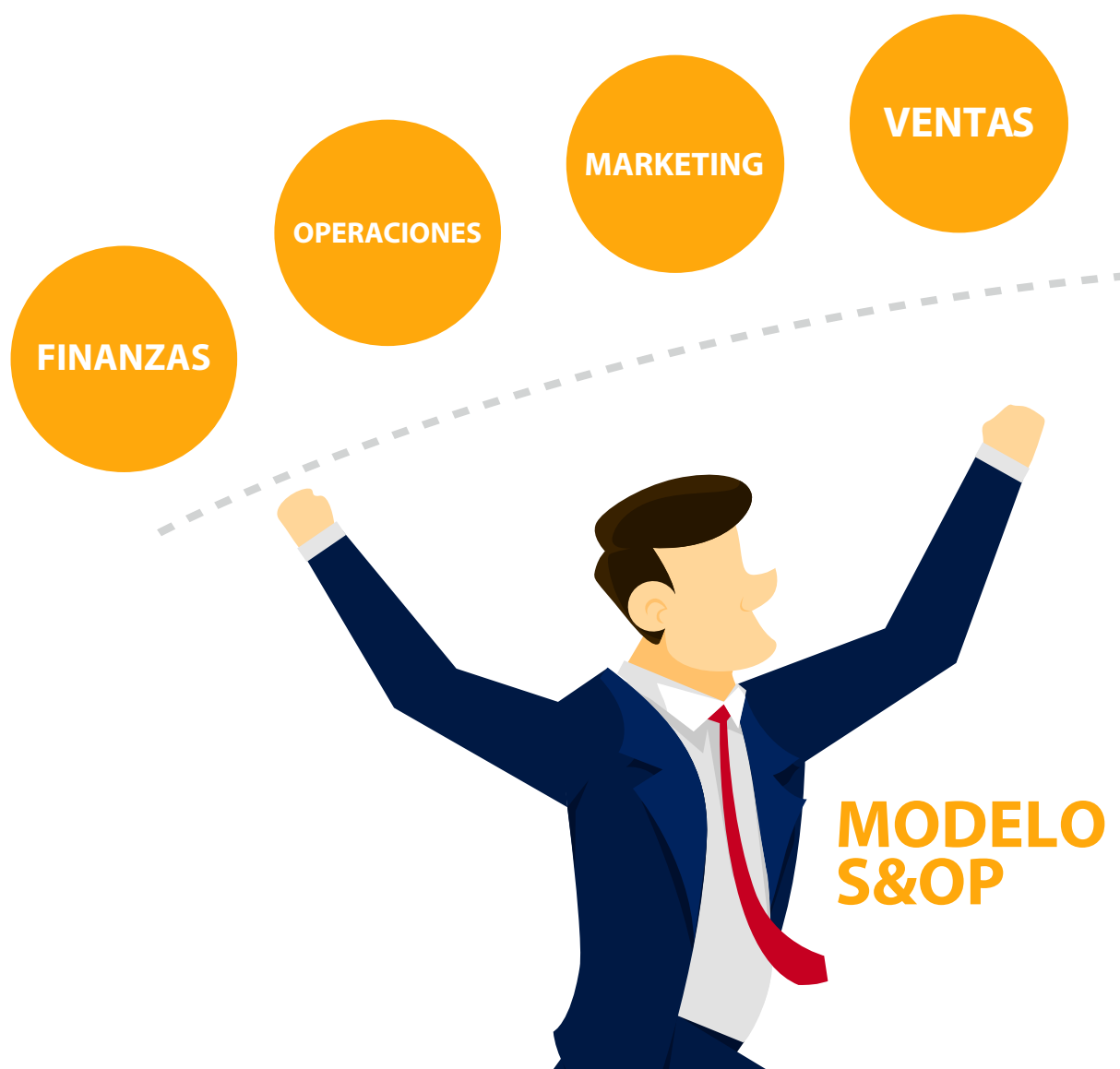


LA METODOLOGÍA S&OP, HERRAMIENTA CLAVE EN LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

En la actualidad, una diversidad de empresas, sin importar su rama o tamaño, hacen uso de una herramienta de gestión que ha logrado lo que por muchos años era un reto: alinear los objetivos de las diversas áreas involucradas y conseguir generar valor para todos los integrantes de la cadena. Nos referimos a la metodología o modelo S&OP.



Nadia García Quiroz
MBA y Especialista en
Supply Chain





El modelo (metodología) S&OP (Sales and Operations Planning) o Planeamiento de Ventas y Operaciones es una herramienta de gestión muy poderosa, dado que permite integrar las áreas claves de la empresa con el fin de lograr una planificación adecuada del producto o servicio a través de un plan de ventas y operaciones consensuado, aquel que equilibre la demanda y los inventarios (o suministro) para articular así la cadena de valor de la empresa.

La implementación de este modelo implica como punto de partida y como aspecto fundamental, el patrocinio o respaldo de la Gerencia General. Como es bien sabido, cada área, Ventas, Operaciones, buscará lograr sus objetivos a través de sus respectivos medios. Sin embargo, corresponde a

la Gerencia General buscar la sinergia, lograr la aceptación del modelo y la participación activa de todas las áreas en el mismo. Sin este “auspicio”, nada se logrará. Ya con ello, corresponde contar con la participación y compromiso de los líderes de Ventas, Operaciones, Finanzas y Marketing.

El S&OP, como proceso integral de gestión y toma de decisiones del negocio, cuenta con características relevantes a fin de lograr un óptimo desempeño: De principio, debe existir un líder del proceso. En mi experiencia, sugiero que éste sea liderado por el área de Operaciones o Logística, al ser un área con mayor conocimiento holístico de la empresa. Otro aspecto importante a considerar es la necesidad de establecer reuniones periódicas, con minutas, acciones, avances de los compromisos, responsables y

fechas. Sin un seguimiento periódico de la gestión, simplemente no se verán resultados. Otra característica relevante consiste en trabajar y lograr lo mencionado anteriormente: un plan único y consensuado. Consenso entre volúmenes y objetivos, puntualmente. Debe quedar claro que todos apuntan a un mismo objetivo, conocido y explícito; con cifras claras y plazos establecidos. El reto en sí, será ese; trabajar en establecer objetivos comunes a las áreas involucradas; partiendo de ello, lo que resta resultará mucho más sencillo. Quien, por ejemplo, no ha tenido que lidiar con el hecho que los forecast de las diferentes áreas de la empresa no guardan alineación alguna. Pues bien, ¡eso sería parte del pasado!

Tengo la experiencia de haber liderado este proceso, y cabe indicar que los comienzos (como en todo) no son fáciles. Sin embargo, los resultados que se van obteniendo como equipo, demuestran por sí solos que la metodología genera beneficios para todos. Entre dichos beneficios se tienen: el cumplimiento de los objetivos de cada área, la reducción de costos relacionados a los niveles de inventario, la reducción de ventas perdidas por la insuficiencia de insumos o productos,

PLANIFICACIÓN ADECUADA

EQUILIBRIO DE LA DEMANDA Y LOS INVENTARIOS



“El modelo S&OP (Sales and Operations Planning) es una herramienta de gestión que permite integrar las áreas claves de la empresa con el fin de lograr una planificación adecuada del producto o servicio que equilibre la demanda y los inventarios (o suministro)”.



entre otros. Un beneficio adicional es el hecho de lograr obtener el nivel de servicio requerido y establecido para el/los clientes finales. Ya no más quiebres de inventario o sobrestock. Ya no más quejas de nuestros clientes o del área de Finanzas. Con este modelo se busca mantener aquellos niveles de inventario "consensuados" entre las partes según la naturaleza y giro de cada negocio.

Así, la lista de beneficios es larga y es posible extenderla más aún: la mejora de la comunicación entre áreas y a nivel empresa (conocimiento por ejemplo de la reacción del mercado y planes de venta futuros del área de Marketing/Ventas), el cumplimiento de los KPIs (con énfasis en aquellos relacionados a inventarios y valorizados en almacén), el control de las decisiones y el desempeño de la cadena de suministro, la mejora en los márgenes operacionales, la reducción del capital de trabajo, más rápidos, mejores y más controlados lanzamientos de nuevos productos, la reducción de tiempos de entrega a clientes y finalmente; y por ende, el incremento en las ganancias de la empresa.

Una recomendación relacionada al tema en cuestión es el hecho que la metodología S&OP puede ser complementada con otras estrategias de cadena de suministro como es el

“La metodología S&OP puede ser complementada con otras estrategias de cadena de suministro como es el CPFR (Colaborative Planning Forecast and Replenishment) generando así incluso mayor sinergia”.

“Ya no más quiebres de inventario o sobrestock. Ya no más quejas de nuestros clientes o del área de Finanzas”.

CPFR (Colaborative Planning Forecast and Replenishment) generando así incluso mayor sinergia. Dependiendo, por supuesto de la industria (existen industrias en las cuales un CPFR es sencillamente utópico). Por ejemplo, la práctica de ambas metodologías es aplicada en empresas líderes en la industria de las Telecomunicaciones con mucho éxito en los últimos años. Desde luego, las herramientas en la cadena de suministro existen y cada empresa según su naturaleza puede hallar el mix que mejor calce a sus objetivos.

Es de esta forma que la metodología S&OP descrita es una herramienta poderosa y a la vez un concepto básico pero en ocasiones difícil de implementar exitosamente en una organización. Demanda de un líder, organización del proceso, compromiso, requiere tiempo, constancia y el apoyo de la alta dirección. Difícil en sus inicios pero sin duda, valdrá la pena para la organización en su conjunto logré los resultados que se han planteado. 🔥



AMERICA LOGISTICA
...Logística para el cliente



Excelente almacén techado ubicado en Lima - Cercado. Ideal para CD, recepción de todo tipo de carga general, mercadería de importación y exportación. Atención de Lunes a Domingo.

Contamos con seguridad, video cámaras y un equipo humano con vocación de servicio.

DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE



Nuestros vehículos cuentan con GPS para carga seca y sensores de temperatura para carga refrigerada / temperada. Certificaciones con **SGS** y **BPD**.

Experiencia en transporte y distribución a nivel local y nacional: Canal Moderno/Retail, Distribuidores,

Mayoristas, Institucionales, Horeca, Cliente Final, Carga Dimensionada, Transporte de Contenedores, Carga LCL, FCL.

Herramientas on line que permiten trazabilidad en los procesos de transporte y distribución.

Central (51-1) 335-4109

www.americalogistica.pe

Almacenes: Calle Belisario Sosa Pelaez N° 1055, Lima - Cercado

Visítanos o solicita tu cotización a los siguientes contactos:

José M. Ferril: jose.ferril@americalogistica.pe

Any Benites: a.benites@americalogistica.pe





CASA: OPORTUNIDADES DEL WARRANT PARA EL MERCADO DEL CAFÉ

El servicio de warrant es un instrumento que permite a las empresas obtener financiamiento mediante la emisión de un título valor en representación de sus mercaderías almacenadas.

Superpenetración en el mercado registra niveles importantes de crecimiento, con un importante potencial aún por explotar debido a los beneficios que ofrece a las partes que intervienen en su aplicación, tanto clientes como financiadores.

Uno de los sectores que se ha visto muy favorecido con su utilización es el mercado cafetero; gracias a este instrumento, los productores de café tienen mayores posibilidades de crecimiento gracias a que les facilita la obtención de financiamiento.

En el Perú, Compañía Almacenera S.A. (CASA) es un Almacén General de Depósito que está autorizado por la Superintendencia de Banco Seguros y AFPs (SBS) para emitir Certificados de Depósito y/o Warrants en representación de las mercaderías que recibe en sus almacenes.

CASA, que integra el grupo de empresas de RANSA, del Grupo Romero, viene creciendo sostenidamente como aliado de empresas del agro y la agroindustria; la compañía proyecta una importante expansión de su servicio en el mercado del café en los próximos años.

A través de esta operación, la compañía les brinda la oportunidad tanto



a pequeñas como a medianas empresas cafeteras de acceder a financiamiento con menores trabas, aprovechando el stock de productos que almacenan los clientes; este servicio lo ofrecen también en una plataforma digital.

Andrade, gerente general de Compañía Almacenera S.A. (CASA), nos comenta los beneficios de este servicio y el proceso para poder acceder a ella, durante su presencia en la feria EXPOCAFEPERU 2017 que se realizó en Lima.

¿Hablemos de su servicio de warrant para los productores de café?

El servicio de almacenaje financiero de warrant es un instrumento que

“Las operaciones de warrant de Compañía Almacenera se pueden realizar en todo el territorio nacional mediante la modalidad de almacenes de campo.”



Andrade, gerente general de Compañía Almacenera S.A. (CASA)

permite a los depositantes, en este caso a los productores de café, facilitar la obtención de financiamiento poniendo como garantía el stock de los productos que mantienen; nosotros, como almacén general de depósito, emitimos certificado de depósito y warrant, que son títulos de valores en representación de las mercaderías que recibimos en depósito. Mediante el endoso del warrant, los productores de café o las empresas cafetaleras pueden preñar su mercadería para garantizar financiamiento.

Es importante saber que las operaciones de warrant de Compañía Almacenera se pueden realizar en todo el territorio nacional mediante la modalidad de almacenes de campo, debido a

que las normas legales nos permiten constituir almacenes en las plantas de procesamiento, depósitos u almacenes de terceros mediante un acuerdo de las partes, facilitando considerablemente la realización de las operaciones de certificado de depósitos y/o warrant (Almacenaje Financiero).

¿Cuáles son las ventajas del warrant?

La constitución de una garantía de warrants es sumamente rápida y fácil; adicionalmente, mediante el endoso del warrant para el embarque, los stock son movilizados hasta la nave del puerto para su exportación sin necesidad de liberarlo, sino que se liberan contra los documentos de embarque y la cobranza de la exportación viene a través del banco; eso significa que los bancos tienen la seguridad que los stocks que financió van a ser exportados y que producto de esa cobranza le va venir el retorno de su inversión y el remanente que queda irá a los productores. Porque no se financia al 100%, se financia al 70%, 80%; cuando se da la cobranza del exterior, el banco se queda con el 80% y el 20% que queda es la utilidad del producto.

¿Cuáles son los beneficios para los clientes y las financiadoras?

Este instrumento impulsa el crecimiento de la empresa (la productora/ cliente) al facilitar el financiamiento gracias a los stocks que almacenan, de tal que forma que con este capital de trabajo que reciben como financiamiento pueden acopiar más café e incrementar su volumen de operaciones. Eso significa que las empresas van a tener un crecimiento con la palanca financiera garantizada por sus mismos stocks. Por otro lado, potencia el crecimiento de las financiadoras, pues les permite hacer colocaciones en sectores de un mayor riesgo, de tal forma que ellos se ven beneficiados al tener más operaciones de financiamiento.

¿Cómo es el proceso para acceder a este instrumento?

En este proceso participan tres partes: el cliente (cafeteros), Compañía Almacenera (nosotros) y la empresa financiadora. El cliente, en este caso los

“Mediante el endoso del warrant para el embarque, los stock son movilizados hasta la nave del puerto para su exportación sin necesidad de liberarlo.”

productores de café, llenan la solicitud de ingreso del Warrant.

Compañía Almacenera S.A. (CASA) evalúa, inspecciona, valoriza y aprueba la solicitud. Posteriormente registra y emite el Warrant en el Sistema de Almacén General de Depósito y luego firma todos los documentos. El cliente firma todos los documentos y los envía al financiador.

La empresa financiadora evalúa toda la operación y firma todos los documentos. Compañía Almacenera actualiza el sistema de la Almacenera General de Depósito y la endosa. Finalmente remite el Warrant ya endosado. La empresa financiadora brinda el Warrant en custodia.

Es importante resaltar que los Warrants se pueden realizar en almacenes propios de Compañía Almacenera S.A. (CASA) o en almacenes de campo de propiedad de los depositantes.

¿Qué requisitos implica?

Que requisitos solicitamos para acceder al warrant: copia del acta de constitución de la empresa, copia de la vigencia de poderes de los representantes legales, copia de los documentos de identidad de los representantes legales, copia de ficha RUC, copia de la Inscripción del inmueble (almacén) en registros



públicos, copia de resolución directoral (si se tratara de un almacén aduanero), copia de licencia municipal de Funcionamiento, declaración jurada anual de licencia de funcionamiento, plano de ubicación del almacén firmado por el representante legal, memoria descriptiva del almacén debidamente firmada, identificación del cliente, estados financieros de los dos últimos años (Balances y Estados de Pérdidas).

Con todos esos requisitos se emite el certificado de depósito de warrant y se le entrega al depositante, en este caso puede ser una productora de café, y esta empresa endosa el warrant al financiador.

¿Qué cuota de mercado tienen en la operación de warrant?

En términos generales, todo el sistema de warrants mantiene mensualmente un promedio de 600 millones de dólares, de los cuales nosotros participamos con 220 millones de saldos mensuales de mercadería bajo warrant, significa que tenemos un 37% de participación.

¿Cuáles son sus proyecciones de crecimiento en el mercado del café?

En lo que es café, tenemos la intención de crecer de 5.8% a 14% en los próximos dos años. El café tiene una participación dentro del portafolio de compañía almacenadora de 5.8%. El próximo año esperamos llegar a 10% y el 2019 a 14%.



¿Cómo van a lograr estos niveles de crecimiento?

Nuestra visión es generar centros de acopio donde diferentes productores, pequeños y medianos productores de café, puedan llevar su café y poder constituir warrants para que tengan mayor financiamiento y puedan crecer. Esa es nuestra visión, porque el sector financiero no los financia a muchos de los pequeños y medianos productores por el riesgo, pero si generamos centros de acopio, que sean plantas de procesamiento y que el manejo de los inventarios esté en una tercera persona, eso reduciría mucho el riesgo, facilitando que los financiadores puedan poder más dinero en este tipo de empresas.

Estos centros de acopio pueden ser mediante alianzas con plantas de procesamiento de café que observan buenas prácticas. Esa es la idea, buscar una calidad que permita obtener un buen producto, de tal forma que al momento de comercializarlo se obtenga el máximo rendimiento de él.

En general, queremos que el warrant se convierta en una herramienta importante en el crecimiento del sector agro y agroindustrial.

¿Cuánto potencial de mercado hay en la producción cafetera?

El año pasado hicimos una facturación de 600 mil soles y este año vamos a terminar en 890 mil soles, lo cual significa que en facturación hay un crecimiento de un 60%. Es un sector que todavía podemos explotar. Yo calculo que debe haber entre 220 y 250 toneladas de producción de café, de las cuales nosotros participamos con 10 mil toneladas aproximadamente. Entonces, no tenemos ni el 1%. Ahí tenemos un mercado importante, y sobre todo podemos ayudar a cooperativas a que obtengan un instrumento que les permita financiamiento (que es difícil) porque tienes una garantía, tienes un depositario que va a responder ante el financiador.

¿Con qué certificaciones cuentan?

En tema de endoso para embarque, en que haríamos toda la logística, hemos

“En lo que es café, tenemos la intención de crecer de 5.8% a 14% en los próximos dos años. El próximo año esperamos llegar a 10% y el 2019 a 14%.”

logrado certificar el BASC, con lo que se asegura que será una exportación “limpia”.

¿CASA también brinda este servicio a través de una plataforma digital?


Sí. El warrant electrónico es una plataforma web que permite a los depositantes y al banco interactuar, hacer toda la gestión de un warrant (emisión, liberación, prórroga), mediante esta plataforma web sin moverse de su oficina o desde cualquier parte donde se encuentren.

Es un software desarrollado por Compañía Almacenadora, y que sirve como una plataforma para que interactúen tanto el depositante como financiadores, y nosotros.

¿Con qué productos se está trabajando el warrant en el mercado peruano?

En el sistema se trabaja básicamente harina de pescado, granos, maíz, trigo, vehículos, fertilizantes, arroz, azúcar, algodón.

¿En qué sectores hay un mayor crecimiento del warrant?

Yo creo que la agroindustria tiene futuro, porque es uno de los sectores en donde el país apuesta a crecer. 

ISANET PERÚ S.A.C. empresa peruana miembro de la red logística **ITSANET LATINOAMÉRICA**. Constituida para proporcionar servicios de almacenaje, distribución y servicios complementarios para diferentes sectores.



Almacenamiento Simple

- ° Tradicional
- ° Moderno



Almacenamiento con BPA

- ° Senasa
- ° Digesa
- ° Digemid



Servicios Complementarios

- ° Logística Inversa
- ° Valor Agregado (VAS)
- ° Mudanza Data Center



Distribución (Lima e Interior)

- ° Postlanding
- ° Track & Trace
- ° Satelital (GPS)

SECTORES A LOS QUE PRESTAMOS SERVICIOS



Alimentos



Retail



Cósmetica



Farmacia



Nutrición



Tecnología



Industrial



UBICANOS

Km. 38 de la Carr. Panamericana Sur
BSF Almacenes del Perú
Módulos A-01, A-03, A-05 y A-07,
Distrito de Punta Hermosa.

 **(01) 634-3400**

 **info@itsanetperu.com**





PANORAMA BPO: LOS BENEFICIOS DE TRANSPARENTAR LA EXISTENCIA Y LA CARGA



Jose Riveros, Gerente de Inventarios y Soluciones Logísticas de Panorama BPO



“La mayoría de las empresas manejan un orden entre 90% y 95% en eficiencia de inventarios, y hay un grueso que está por debajo: entre 70% y 90%. Imagina cuánto daño le hace eso a la compañía.”

El cumplimiento de las ventas proyectadas por una compañía se inicia en el almacén y centro de distribución. Inventariar lo más eficientemente posible las existencias constituye un factor decisivo para su rentabilidad; hoy, no obstante, no son pocas las empresas que tropiezan con frecuencia en el error de esta operación, generando altos niveles de diferencias.

En el Perú, la compañía Panorama BPO, empresa con 33 años de experiencia, es especialista en ofrecer servicio de control de inventarios tanto de existencias (productos terminados en tienda y almacén, materias primas) como de activos. A través de este servicio, Panorama garantiza una adecuada determinación de existencias para evitar roturas de stocks o pérdidas y ayudar a la gestión de activos.

Un segundo servicio logístico que brinda Panorama BPO es la carga garantizada, cuyo objetivo es semejante: en esta operación, la compañía asegura que la carga de los productos al camión esté 100% garantizado y de esa manera se cumpla con los pedidos y las ventas.

Su portafolio de servicios logísticos incluye, además, manejo de almacenes inhouse, así como consultorías logísticas en el rediseño de layout de almacenes y remodelamiento de procesos logísticos.

Para ejecutar estas operaciones, Panorama BPO posee un equipo altamente capacitado y reconocido con

cobertura nacional; además, invierte regularmente en propia tecnología de equipos y software. Con una sólida ventaja competitiva, ha acumulado numerosas experiencias con grandes clientes del sector minero, retail, consumo masivo, educativo e incluso naviero.

En la presente entrevista platicamos con Jose Antonio Riveros, Gerente de Inventarios y Soluciones Logísticas de Panorama BPO, acerca de la importancia de estos procesos y las proyecciones de crecimiento de la empresa, la cual también ofrece servicios de gestión humana, manejo de tecnologías de la información, facility management, contabilidad y nóminas.

¿Cuál es el origen de Panorama BPO?

Panorama es una compañía que tiene 33 años de existencia. Empezó como una empresa que ofrecía servicios compartidos para la corporación Jeruth, que es un aglomerado de 14 empresas con una facturación de más de 100 millones de dólares. Panorama les brindaba servicios compartidos en las áreas de nóminas, manejo de TI (tecnologías de información), gestión humana y control de inventarios de sus tiendas y almacenes.

Hace 8 años, la compañía decidió hacer outsourcing y brindar a otras empresas estos servicios, incluido el outsourcing logístico: tomade inventarios de existencias en almacén, en tiendas, en plantas (materias primas, productos en proceso); y activos fijos de sus plantas, de sus oficinas, de sus tiendas, etc.

¿Su cartera de clientes y sectores es diversa?

Nuestra cartera de clientes ha tenido un importante crecimiento desde ese entonces. Actualmente manejamos una variedad de clientes, como por ejemplo del sector minero, educación, consumo masivo, retail, industrial; hemos operado incluso en navieras. Nosotros atendemos cualquier tipo de requerimiento de diversos sectores, pero nuestra estrategia está en enfocarnos más en minas, consumo masivo, retail y sector educativo.

¿Cuánto han crecido en sus servicios logísticos?

El año pasado hemos crecido un 10% y esperamos crecer en los próximos 5 años a un ritmo sostenido de 15% anual. En 4 años la previsión es que representemos el 30% de la facturación total de Panorama.

¿Cuál es el objetivo principal de sus servicios en la parte del control de inventarios?

Como objetivo principal, es brindar al cliente una solución de control de sus inventarios basado en transparencia y eficiencia. Por lo general, los gerentes, directores o administradores de las empresas tienen la percepción de que la cantidad de stocks no son reales e incluso que les están robando las existencias que tienen en almacén, y esto sucede porque no tienen una total transparencia de lo que pasa al interior de sus organizaciones; porque finalmente quien hace los inventarios en el almacén es el jefe de almacén, que termina siendo juez y parte. Y es por eso que es importante que una tercera empresa haga el inventario como una auditoría de cuánto realmente tiene en existencias y cuánto es lo que tiene disponible para vender. Nuestro foco es ofrecer al cliente una visión, un cuadro transparente del estado de sus operaciones de inventario en un momento dado.

“Por eso es tan importante tener un ERI alto, que es el ratio frecuente para medir los inventarios y el mejor indicador de la eficiencia en el control de los mismos.”



Es tan importante este tema pues impacta en el desempeño de una compañía. Una compañía por ejemplo puede vender miles de productos, pero resulta que no las puede despachar porque no están en sus inventarios ya que estos no están sincerados, y entonces se pierden ventas, peor aún, generando penalidades y disminuyendo la percepción de nivel de servicio del cliente.

¿Cuánto impacto se puede lograr en las ventas o en quiebres de stock y pérdidas?

Digamos, en el ratio de pedidos completos (solo considerando este aspecto), como ejemplo si recibes 10 mil pedidos al mes, para una compañía que pueda vender millones de soles, tener un 90% de ratio de pedidos completos, significa que de los miles de pedidos que vas a recibir, solamente vas a poder atender 9 mil pedidos completos; hay mil pedidos que no estás vendiendo por no tener sincerados los stocks, perdiendo millones. El problema se propaga a todo el resto de la compañía –según el tipo de existencia almacenado– no compras lo adecuado, no produces lo adecuado y no gestionas correctamente para poder atender los pedidos en forma óptima. Lo mismo pasa con el ratio de pedidos conformes; mandas una cosa por otra al cliente, eso es devoluciones y, por consiguiente, menos venta y nuevos problemas y sobrecostos. Todo eso ocurre porque tienes los almacenes desordenados y no están sincerados los stocks. Por eso es tan importante tener un ERI alto, que es el ratio frecuente para medir los inventarios y el mejor indicador de la eficiencia en el control de los mismos.

Hablaba de operar en minas y navieras, ¿son operaciones con desafíos diferentes?

Para que veas la diferencia que puede haber, se puede hacer un inventario en un almacén de congelado a -22 grados centígrados, o hacer un inventario de una naviera que tiene barcos en altamar, o en unas minas que están a 5 mil metros de altura, o de una tienda de retail que tiene 250 mil unidades de existencias.

¿Con qué técnicas y tecnologías soportan sus servicios de control de inventarios?

“Estamos invirtiendo cerca de 200 mil dólares en renovación de equipos tecnológicos, totalmente digitales. Son inversiones necesarias para mejorar en eficiencia y rapidez.”

Nosotros desarrollamos tecnología adaptable a cada tipo de inventario (en almacenes y en tiendas) y necesidad del cliente. En inventarios de existencias, podemos manejar inventarios con PDA, para inventarios de grandes volúmenes de existencias usamos anillos de inventarios. Para inventarios de activos fijos, usamos otra tecnología, con otros equipos inclusive, que permiten hacer fotografías y catálogos en línea. Usamos conectores inalámbricos, terminales portátiles de varios tamaños y usos, repetidores, etc. Contamos con software propio de inventarios y un staff de desarrolladores en tecnología de información, lo cual nos permite tener flexibilidad y adaptación para cualquier necesidad, además de rapidez y menos costo para los clientes. Las tecnologías son desarrollos propios y adaptados a cada cliente. Tenemos un software para inventarios de grandes retailers; incluso, aplicamos un software adaptado para cada retail.

¿Qué tipo clientes y requerimientos son más altos?

En el tema de activos fijos, el requerimiento es muy alto en el segundo semestre del año, sobre todo en industrial y en sector minero. En consumo masivo y retail, requieren mucho control, porque tienen mucha rotación de mercadería, lo cual genera mucha diferencia de inventarios durante



todo el año y de forma permanente. Pero en general los productos varían y también los requerimientos de los clientes.

¿Qué retos han pasado al hacer inventarios?

Tuvimos hace meses un inventario de una compañía minera que tenía 4 minas dispersas en el Perú, todas a más de 5 mil metros de altura, con lluvia y granizo a bajas temperaturas; lo difícil de estos inventarios no es hacer el inventario en sí, sino es encontrar a la gente idónea para hacer el inventario. Lo que sucede normalmente en estos inventarios es que la gente deserta. Para nosotros fue un reto conseguir gente de la zona y capacitarla debidamente, y que cumpliera con los requerimientos del cliente. En nuestro caso no hubo una sola deserción de las 30 personas que trabajaron en el inventario. Hicimos el inventario a



¿Qué otros servicios brindan además de control de inventarios de existencias y activos?

También ofrecemos soluciones como carga garantizada; aquí hacemos una auditoría a la mercadería en la zona de pre-despacho, antes de cargarse el camión; de esa forma el cliente asegura en una expedición final, que lo que está cargando esté 100% garantizado, porque a muchos clientes les sucede que cuando descargan encuentran diferencias. ¿De quién surgió la diferencia? ¿Fue del camión, del almacén?

El cliente hace su picking, saca los pedidos a la zona de predespacho, en ese instante hacemos el inventariado y sacamos las diferencias. Con la información que le damos al cliente de las diferencias encontradas, el cliente puede solucionarlo inmediatamente y evitar pérdida de ventas, tiempos y procesos desgastantes.

Otros servicios logísticos que brindamos son los manejos de almacenes inhouse, también consultorías logísticas en rediseño de layout, remodelamiento de procesos logísticos.

Tenemos más de 5 años manejando operaciones de almacenes de clientes importantes. Y pretendemos seguir creciendo con este servicio. Nuestro core siempre es, sin embargo, los inventarios, de existencias y activos, y es donde más inversión hacemos; también en el tema de carga garantizada, porque es donde encontramos mayor potencial y más aspecto diferenciador respecto a nuestra competencia; que no tiene equipos como los nuestros. Y si hablamos de software, mucho más es la diferencia, pues hay softwares que pueden ser muy diferenciadores, y eso te da una ventaja competitiva muy alta.

En el tema de layout, ¿qué se debe considerar?

Muchas empresas cometen el gran error de que cuando van a hacer el diseño de sus layout de almacén, le dicen al arquitecto que le construya el almacén y les ponga los racks como el cree que deba poner. O peor, le dicen al que le va a vender los racks, que le arme el diseño; ¿con qué noción logística lo está haciendo?, ninguna. Después empiezan

tiempo, llegamos a un 99.7% de eficiencia y entregamos el informe antes de tiempo, y ahora tenemos una estrecha relación con este cliente.

Otro caso es del inventario que hicimos de una naviera. Nos encargamos de hacer los inventarios en sus barcos en altamar. Lo difícil fue que teníamos que conseguir gente que no se viera afectada por los movimientos del barco; conseguimos gente que eran hijos de pescadores, personas de los puertos, a quienes sometimos a un riguroso proceso de capacitación en tema de inventarios, de metodologías, de servicio al cliente, etc. A ese nivel de reclutamiento llegamos.

¿Proyecciones de crecimiento?

Nuestra idea es crecer en facturación, pero nos interesa sobre todo crecer en tecnología. Estamos invirtiendo cerca de

200 mil dólares en renovación de equipos tecnológicos, totalmente digitales. Son inversiones necesarias para mejorar en eficiencia y rapidez. Hacer inventario de un almacén o centros de distribución muy grandes en 15 días, hasta más, no sirve de nada; en 15 o 20 días ya se movió todo el inventario.

¿Cómo hacen para el manejo de estas tecnologías en sus equipos de trabajo?

Permanentemente nuestra gente es capacitada. Y ahora más con el tema del ISO; hace poco hemos obtenido la trinorma (ISO 9001, ISO 1400 y OHSAS 1800) para los procesos de inventarios y de FM particularmente; con un proceso de mejora continua permanente. Un buen inventario depende básicamente de tres cosas: buena tecnología, buenos procesos y buena gente.



los problemas cuando los pedidos no salen a tiempo, cuando hay confusión de pedidos, cuellos de botella. Implementan el diseño sin hacer estudios de data logística, de stock (cuánto va a ser mi stock en promedio en pico y el más bajo que deba tener un producto dentro del almacén para saber cuánto de stock debo tener del producto y saber cada cuánto tiempo se va a hacer reposicionamiento), de flujo de los productos nuevos e históricos (determinar el ABC), de movimientos: cuánto me demoro en hacer o sacar un pedido, cuántos camiones voy a recibir, cuántos camiones voy a despachar; sumo esas variables y tengo un layout adoc para mi operación proyectado de repente a 15 o 20 años.

¿Cuánto tiempo puede tomar elaborar un layout?

Un layout, dependiendo del tamaño obviamente, no toma tanto tiempo si sabes manejar bien las variables; en ese caso lo puedes tener entre uno o dos meses, dependiendo claro de la complejidad de la operación puede ser un poco más. Lo importante es poder trabajar en conjunto, porque hablamos de mucha data y variables que tiene que proporcionar el cliente. Si el cliente tiene un buen sistema, le va a hacer más fácil proporcionar esa información.

¿Cómo analiza este problema regular de las empresas de qué es primero: el montacargas o el cd?

Si bien es necesario tener primero determinado el montacargas y ver qué radio de giro va a tener, para poder determinar el ancho del pasillo, por otro lado, si no dimensionas bien el almacén (a qué altura va a estar, qué tipo de sistemas de almacenaje vas a necesitar: puede ser selectivo, de profundidad, de drive in, etc.), ¿cómo vas a saber qué tipo de apilador o montacargas vas a elegir? En ese sentido, creo que es más la elección de que es primero, es más bien mixto. Así lo trabajamos nosotros también, hacemos un diseño previo, sobre ese diseño previo le decimos al proveedor de montacargas si tiene un apilador para este tipo de layout. Podemos decir que al pasillo se le suma 20 centímetros o corregirlo y reducirle 10 centímetros menos, y sobre eso ajustar el layout final.

“Nuestro foco es ofrecer al cliente una visión, un cuadro transparente del estado de sus operaciones de inventario en un momento dado.”

¿Cuál es su ventaja en general en la oferta de sus servicios logísticos en el mercado?

Quisiera reforzar el tema de la importancia en el control de inventarios. Muchas veces, en ciertas empresas lo dejan de lado por reducción de presupuesto o por ponerle atención a otros aspectos, sin tener la conciencia de que un mayor control implica un aumento de las ventas. Te pongo otro ejemplo: un cliente tenía una cadena de tiendas; un producto (unas mochilas), se vendía muy bien en todas las tiendas, pero encontraban una en la que no vendían nada. Según su stock había 20 mochilas, pero no las vendían; cuando fueron a

hacer el inventario, se enteraron que no tenían las mochilas. A ese nivel llega la importancia del control, si no tienes controlados los stocks, las ventas son las más afectadas directamente.

Las empresas de mayor nivel mundial en cuanto a logística, en cadena de abastecimiento, como un ZARA o UNILEVER, llegan a niveles de eficiencia en inventarios de un 99.5%, pero aterrizando a nuestro país, un nivel de eficiencia de inventarios del 99% es bastante bueno, pero no se ve en muchas empresas, la mayoría de las empresas manejan un orden entre 90% y 95% en eficiencia de inventarios, y hay un grueso de empresas que están por debajo de eso: entre 70% y 90%. Imagina cuánto daño le hace eso a la compañía.

Sincerar los inventarios por un tercero es además muy importante, pues el encargado del almacén, podría si quisiera ocultar información, considerando que una diferencia de inventario probablemente le afectaría a él directamente. Entonces, podríamos ver un ERI del 99%, pero con un indicador de stock out por debajo del 90%, algo incoherente que demuestra que los stocks no están sincerados correctamente. 🔴



ESPECIALÍZATE CON NUESTROS **DIPLOMADOS, CURSOS Y TALLERES**

44 AÑOS FORMANDO EXPERTOS EN COMERCIO EXTERIOR

OFERTA ACADÉMICA

DIPLOMADOS

- Comercio Internacional
- Gestión Aduanera
- Gestión Logística
- Agroexportaciones

PROGRAMAS IN COMPANY

- Capacitación a la medida para empresas

CURSOS Y TALLERES

- Intensivo de Comercio Internacional **También Online**
- Auxiliar de Despacho Aduanero
- Liquidador de Despacho Aduanero
- Sectorista Aduanero
- Curso Gestión en Almacenes e Inventarios
- Costos, Precios y Cotizaciones
- Taller de Importaciones

adexescuela.edu.pe

INFORMES

Sede San Borja

Av. Javier Prado Este 2875
(511) 618-3340 anexos: 6706-6707-6708-6710
☎ 993501665
adexinformes@adexperu.org.pe

Sede Arequipa

Calle Las Beatas 704, Cayma
(054) 602-900 anexos: 8020-8021
informesregionsur@adexperu.org.pe

Sede San Miguel

Calle Martín de Murúa 187 ed. Maranga, 2do piso
(511) 618-3360 anexos: 9010-9014-9016
☎ 997547458
adexsanmiguel@adexperu.org.pe

Sede Chiclayo

Calle Manuel María Izaga 690, 6to Piso
(074) 605-500 anexos: 8001-8002
cnunez@adexperu.org.pe

Sede Callao

Centro Aéreo Comercial: Av. Elmer Faucett
S/N Módulo C, Sector B Of. 209
(511) 618-3370 anexos: 7010-7011-7021
☎ 997518843
adexcallao@adexperu.org.pe



TECNOLOGÍAS PARA VENCER LAS CONTINGENCIAS

Desde drones que pueden llegar a zonas de difícil acceso hasta impresoras 3D que producen diversos productos en, prácticamente, cualquier lugar, las nuevas tecnologías se han convertido en los mejores aliados de la logística y el recurso idóneo contra las contingencias.

Las cuatro revoluciones industriales fueron los periodos más representativos en cuanto a la transformación social, productiva y económica de la sociedad. Inició con la mecanización del trabajo en las grandes fábricas en los años de 1700.

En el siglo XIX se dieron inventos como el automóvil, el submarino, el ferrocarril subterráneo, la turbina, el aeroplano, la máquina de escribir, la máquina de

coser, el frigorífico y las conservas de lata, los grandes almacenes, el teléfono, el telégrafo, la radio, la fotografía, el cine, etc.

En los años de 1900, destacó el desarrollo de la electrónica, la televisión, la navegación espacial y el internet. Y entrados al siglo XXI, la industria 4.0 trajo consigo el internet de las cosas, la digitalización de la industria y la evolución de la inteligencia artificial.

Sin embargo, la tecnología y los grandes inventos han estado siempre presentes. Tenemos por ejemplo el telescopio creado por el italiano Galileo Galilei en el siglo XVII, en épocas en las que se seguía discutiendo si los planetas y los satélites giraban alrededor de la Tierra o del Sol.

La imprenta, inventada por Johannes Gutenberg en el siglo XV; la brújula magnética y el papel; la carretilla, los puentes colgantes: tecnologías o invenciones desarrolladas entre los años 1000 y 2000 de la era cristiana.

Si lo pensamos, en su tiempo todos estos inventos también pudieron servir (o sirvieron) de apoyo y soporte logístico.

Mario Bunge dice: «Un mundo le es dado al hombre; su gloria no es soportar o despreciar este mundo, sino enriquecerlo construyendo otros universos...: crea así el mundo de los artefactos y el mundo de la cultura».

“Hoy, las tecnologías no solo siguen amasando las formas de trabajo e interrelación social del ser humano, sino que además continúan siendo un soporte para las actividades del hombre.”



José Manuel Álvarez, gerente de Experiencias y Servicios Domésticos de Scharff, durante foro Contingencia en la cadena de suministro para manejo de crisis, organizado por el Comité de Supply Chain Management de AmCham Perú.



Hoy, las tecnologías no solo siguen influyendo en las formas de trabajo e interrelación social del ser humano, sino que además continúan siendo un soporte para las actividades del hombre en sus diversas esferas sociales, desde sus relaciones cotidianas hasta sus horas de producción laboral.

En el sector productivo y económico, diversas innovaciones tecnológicas facilitan y hacen más eficientes muchas labores de carácter logístico. Su importancia acrecienta aún más cuando estas se aplican en situaciones en que el flujo de la cadena de abastecimiento se ve obstruido, evitando roturas de stock, desabastecimiento, demoras de lead times, altos costos, ineficiencia.

Entregas asincrónicas

Este sistema, muy enfocado en el e-commerce, se basa en la tecnología de lockers inteligentes que almacenan mercadería. Las empresas distribuyen estos lockers en diferentes puntos estratégicos, dando la opción al cliente final de recoger la mercadería en el momento que desee.

Un caso muy interesante de su aplicación se dio en el sur de Argentina, en donde una empresa de telecomunicaciones tenía problemas de envío de mercadería en épocas de nevada.

«La empresa tiene que recorrer 300 km para dejar la mercadería, pero al estar la carretera bloqueada, los camiones tenían que regresar llenos a los centros de distribución», relata José Manuel Alvarez, gerente de Experiencias y Servicios Domésticos de Scharff.

Para dar solución a ello, la empresa estableció una red de lockers en los caminos donde tenían mayor contingencia, dejando mercadería crítica o necesaria para que no haya quiebre del stock que sería utilizado en las atenciones de servicio técnico. «Obviamente tampoco van a dejar toda la mercadería en los lockers», precisa.

Esta tecnología les permitió hacer menos recorridos, con los

mejores lead times y bajos costos por transporte, además de reducir a cero las posibilidades de quiebre de stock en los niveles de servicio.

Allí llegan los drones

En Europa los drones ya están siendo utilizados de manera regular en trabajos vinculados a la logística. Por ejemplo, en el sector agrícola hay drones que se utilizan para hacer mapeos de calor en las zonas de cultivo, detectando el aumento o disminución de las plagas, lo cual permite el uso adecuado del agua y mejora el 5% del rendimiento por hectárea de los químicos, etc.

«Eso les evita tener contingencias al momento de la extracción de los productos agrícolas para que no los saquen dañados o mermados», comenta Alvarez.

De otro lado, en Ruanda los drones están salvando vidas. Por su compleja geografía, el envío de medicinas y bolsas de sangre a las zonas alejadas y pobres del país se hace muy difícil. Ante ello, una empresa estadounidense decidió realizar las entregas por medio de drones.

Estos drones pueden cargar hasta 1 kilo y medio de mercadería, las entregas las hacen en 15 minutos; con ellos, están





atendiendo a 7 millones de personas que reciben sangre o medicina. Su recorrido lo hacen de dos maneras: desde bases estratégicas en los hospitales donde tienen la mercadería, catapultan los drones y estos vuelan por este impulso hasta la mitad del recorrido; y durante la segunda mitad del tramo son controlados remotamente.

«Llegan a abastecer lugares prácticamente inaccesibles, y están salvando vidas», enfatiza el representante de Scharff.

IoT para trazar

Básicamente, el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) es un concepto que consiste en que las cosas empiezan a transmitir información y esta es utilizada por las empresas para su beneficio, del producto y de sus clientes.

«Por ejemplo, refrigeradoras que detectan que hay desabastecimiento de leche en cada una de las casas y que disparan automáticamente avisos a las empresas productoras de leche de que en ciertos lugares está faltando la leche», explica.

Este concepto está siendo usado ya por las empresas para fines de trazabilidad. Por ejemplo, hay una empresa industrial peruana que utiliza este concepto para la trazabilidad de mercadería que envían a Estados Unidos en contenedores y que necesita de temperatura controlada.

“Estos drones pueden cargar hasta 1 kilo y medio de mercadería, las entregas las hacen en 15 minutos; con ellos, están atendiendo a 7 millones de personas que reciben sangre o medicina.”

Inicialmente la compañía no podía saber de cualquier problema que aconteciese con la mercadería, sino hasta llegar a su destino al otro lado del mar. Sin embargo, hoy utilizan este concepto para visibilizar directamente la mercadería durante todo su trayecto. Por ejemplo, pueden controlar minuto a minuto la temperatura de la mercadería, «y si por cualquier motivo ha ingresado agua al contenedor, lo detectan y le dan solución».

«Ahora reducen el riesgo de pérdida de carga y daño en los activos, tienen una

reducción de inspecciones manuales, tienen cero reclamaciones por entrega mercadería en mal estado (cuando detectan una mercadería en mal estado avisan al cliente o ejecutan planes de contingencia para reabastecer)», apunta.

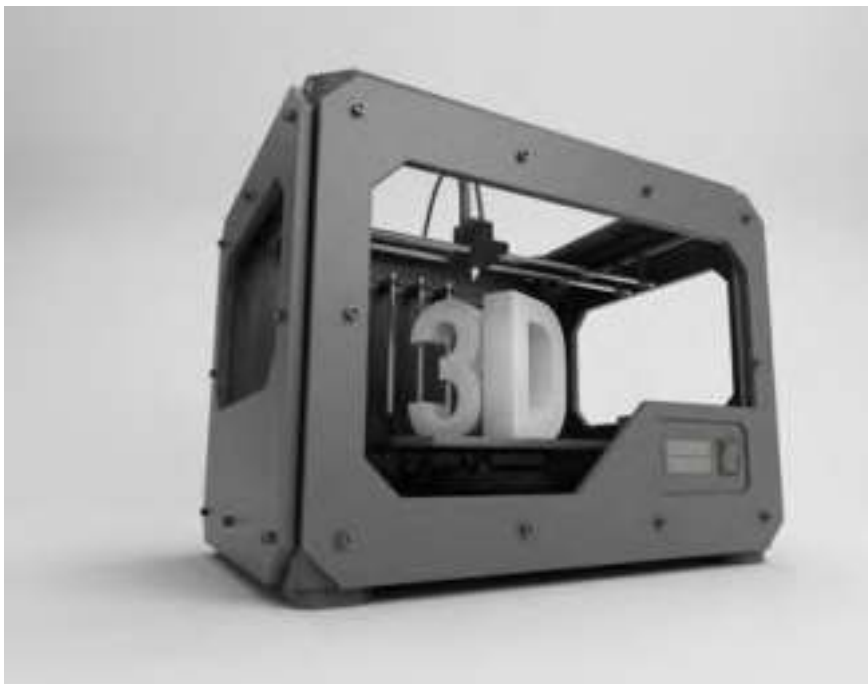
Álvarez recuerda que Scharff está utilizando actualmente el concepto de internet de las cosas a través de sensores que son colocados en los paquetes; con ello, dependiendo de la necesidad del cliente o del producto, se puede detectar la humedad, la temperatura, su georreferencia, si la mercadería ha sido violentada. «Te genera parámetros de control increíbles», resalta.

Impresión 3D para Logística

En Alemania han empezado a imprimir repuestos de autopartes. Una empresa en particular, por ejemplo, se dio cuenta que tenía problemas con el stock de poca rotación (este stock lo constituían los repuestos de los carros de modelos antiguos), lo que generaba roturas de stock y mayores costos por mantenimiento de existencias inmovilizadas.

La solución de la empresa fue utilizar las impresoras 3D para crear estos repuestos en lugar de traerlos desde sus fábricas hasta el almacén, lo que implicaba un lead time más largo; al empezar a utilizar esta tecnología, la empresa ha reducido su stock de productos entre 5 y 10% y han minimizado considerablemente sus lead times. 🔴

“Las empresas distribuyen estos lockers en diferentes puntos estratégicos, dando la opción al cliente final de recoger la mercadería en el momento que desee.”



MONTACARGAS COMBUSTIÓN INTERNA

LIUGONG
MUNDO EXIGENTE EQUIPOS RESISTENTES

CAPACIDAD: 2 a 16 Toneladas

MODELO: Nueva "Serie A" 2017 - Línea PREMIUM

COMBUSTIÓN: DUAL o DIESEL TIER 3

MOTOR: NISSAN K25 Japonés / Isuzu / Cummins

MASTIL: WideView hasta 6000mm / 3 Etapas hasta 7000mm

ADITAMENTO: SideShifter Cascade (Desplazador lateral)

LLANTAS: Neumáticas / Sólidas

ASIENTO: Reforzado Comfort line

TRANSMISIÓN: Hidráulica Tipo PowerShift

ORIGEN: Argentina o China

GARANTÍA: 2 Años o 3000Hrs



Nuevo "Serie A" 2017
Línea PREMIUM

**2 AÑOS ó
3000 HORAS
GARANTÍA**



TRANSPALETA ELÉCTRICA

CAPACIDAD: 2 Toneladas

TIPO DE OPERACIÓN: Plataforma operador abordo

SISTEMA ELÉCTRICO: Corriente Alterno

VELOCIDAD: Sin carga 7.2KM/H / Con carga 7km/h

DIMENSIÓN DE UÑAS: 1150mm*160mm*56mm

APILADOR ELÉCTRICO



CAPACIDAD: 1.2 a 2 Toneladas

TIPO DE OPERACIÓN: Plataforma operador abordo

SISTEMA ELÉCTRICO: Corriente Alterno

ADITAMENTO DE SERIE: SideShifter Desplazador Lateral

VELOCIDAD DE MARCHA: Sin carga 6.4KM/H / Con carga 5.8km/h

DIMENSIÓN DE UÑAS: 1150mm*160mm*56mm



FULLEN INTERNATIONAL PERÚ - Representante Exclusivo de Liugong Forklift
Autopista Panamericana Sur km 29.5 (Almacenes ALBO), Lurín, Lima.
Tel: (+51-1) 7196 815 - Cel: (+51) 936 825 168 - ventas@fullen.pe - www.fullen.pe



JOEY POUCH®

INNOVACIÓN Y EFICIENCIA EN PREPARACIÓN DE PEDIDOS

JOEY POUCH® es un sistema automático de clasificación que permite almacenar, transportar, clasificar, acumular y empacar ítems de hasta 10 kilos.

Hoy en día, en Perú como en la mayoría de los mercados donde el consumidor tiene libertad de elección y, generalmente, un poder de compra medio-alto, el comercio electrónico dejó de ser tendencia para ser una realidad y ahora sólo queda preguntarse hasta dónde llegará su desarrollo.

Al mismo tiempo, la demanda de reposición unitaria en tiendas, sea que se trate de cadenas propias o de terceros, es cada vez más intensa. El negocio ya no puede permitirse sacrificar espacio de exhibición para almacenamiento en tienda y seguir convirtiéndose en una extensión del CD donde se recibe, almacena, pica y clasifica mercadería. Se necesita toda la mercadería directamente expuesta y

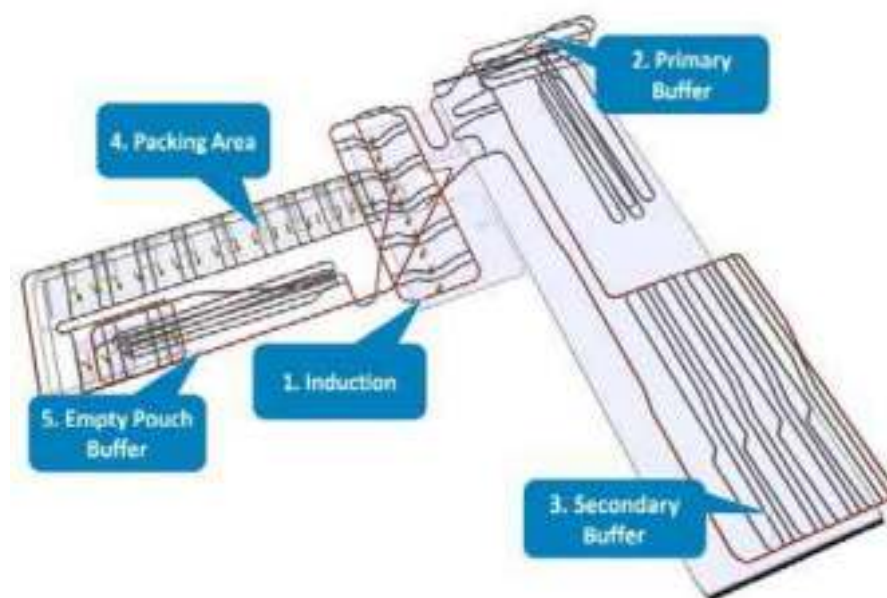
disponible para el cliente. Lo que no se expone, no se vende.

Estas dos realidades, principalmente, junto con los cambios en el comportamiento de un consumidor, cada vez más demandante y más informado, gracias a tecnología que cabe en la palma de su mano, ha trasladado una enorme carga en el campo de batalla de la competencia al costo logístico compuesto, en buena medida, por las actividades dentro del Centro de Distribución (CD), ahora, más bien, convertido en un Fulfillment Center (FC), entendido éste como una operación ya no dedicada a abastecer puntos de venta (propios o de terceros) sino al cumplimiento directo de la demanda/pedido del consumidor final.

JOEY POUCH® es uno de los sistemas automáticos de clasificación de

SDI. Una solución ultraflexible, simple pero innovadora y precisa para este tipo de retos, que permite almacenar, transportar, clasificar, acumular y empacar ítems de hasta 10 kilos

En este sistema se usan "pouches" o bolsas (35.5 x 43 x 16.5 cm.) que, colgadas de rieles y en 5 pasos, comenzando por los puntos de inducción, almacenan, trasladan y clasifican productos con una amplia variedad de especificaciones, para terminar en estaciones de empaque donde el operario solamente tiene que colocar los productos dentro de una caja o bolsa y derivarla al área de Despacho. A continuación, una descripción detallada; sin embargo, pueden ver el video en <https://www.youtube.com/watch?v=Fa2ZnhEOFmc>





LA INDUCCIÓN DE LOS POUCHES:



“Es un sistema preciso e interfaceable con cualquier ERP y WMS (inclusive desarrollos propios) en el que se pueden desarrollar sofisticados algoritmos que permiten alcanzar con facilidad un 100% de precisión en la clasificación.”

El Operario recibe un grupo de productos sin importar su variedad y coloca manualmente 1 producto en cada bolsa en menos de 3 segundos: toma el producto, escanea su etiqueta, recibe luz verde del scanner, lo coloca dentro del pouch y presiona un botón para liberarlo al mismo tiempo que otro pouch vacío toma la posición para una nueva inducción. Existe también la posibilidad de hacer llegar a cada estación de inducción lotes de mercadería monoproducción en cuyo caso no sería necesario escanear producto por producto sino sólo la caja que los contiene

y la velocidad sería más alta.

Así, cada Operario puede inducir hasta 1,800 productos por hora en el sistema de clasificación.

A partir de este punto, el sistema es completamente automático. La velocidad máxima que puede alcanzar el desplazamiento en los rieles, en línea recta, puede permitir hasta 10,500 pouches por hora por riel con total trazabilidad gracias a los scanners que en la ruta siguen el QR que tiene cada pouch.

Una ventaja adicional es que, al trasladar los ítems en bolsas colgadas de rieles, permite hacer el recorrido a pocos centímetros del techo y en varios niveles, aprovechando así espacio que suele quedar vacío en el cubo y dejando libre el espacio de circulación a nivel de piso para otras tareas o instalaciones.

En operaciones ya existentes, permite implementar la solución sin impactar en otros recursos previamente instalados, sea pasando por encima o rodeándolos.

LA CLASIFICACIÓN (SORTING) Y LIBERACIÓN DE PEDIDOS:



Las alternativas de clasificación en los “buffers” o áreas de clasificación son infinitas. Dependiendo de la complejidad de la operación, se pueden incluir 1 o más espacios para completar esta tarea; todo depende de los algoritmos definidos en la etapa de diseño de la solución. Normalmente el primer buffer agrupa los productos en tandas de pedidos que luego son reordenados y liberados desde el segundo buffer, en la secuencia más conveniente, hacia las estaciones de empaque.



EMPAQUE:



Cada estación de empaque recibe individualmente los pouches correctos para un pedido en particular. El Operador simplemente extrae los productos de los pouches, los coloca en la bolsa o caja apropiada y los deriva al área de despacho.

“Así, cada Operario puede inducir hasta 1,800 productos por hora en el sistema de clasificación.”

RECIRCULACIÓN DE POUCHES DESOCUPADOS:



Los pouches vacíos o liberados en el área de empaque siguen su camino hacia un buffer de pouches vacíos a la espera de ser requeridos para una nueva inducción.

VENTAJAS:

- Es un sistema preciso e interfaceable con cualquier ERP y WMS (inclusive desarrollos propios) en el que se pueden desarrollar sofisticados algoritmos que permiten alcanzar con facilidad un 100% de precisión en la clasificación.
- Maneja al mismo tiempo cajas, bolsas o mercadería suelta de diferentes geometrías con las únicas limitaciones de peso hasta 10 kg. y las dimensiones de 35.5 x 43 x 16.5 centímetros del pouch.
- Un mismo sistema de clasificación para productos de diversos pesos y que demandan mayor o menor cuidado por su delicadeza.
- Permite la clasificación de productos con o sin etiqueta o código de barras. Reducción drástica de mano de obra. Bajo consumo de energía al utilizar la gravedad en lugar de motores en la mayoría de los desplazamientos.






“En operaciones ya existentes, permite implementar la solución sin impactar en otros recursos previamente instalados, sea pasando por encima o rodeándolos.”

- Uso de espacio sin interferir con operaciones actuales (durante la implementación o en actividad) y aprovechamiento de espacio aéreo en varios niveles que normalmente se encuentra subutilizado, dejando libertad a la circulación a nivel de piso. Puede subir o bajar hasta en ángulos de 90° y circular entre diferentes pisos de una instalación.
- De esta manera se evitan cambios de locación de la operación o la construcción de costosos mezzanines o entrepisos.
- Las auditorías al final del proceso de clasificación son innecesarias. Diseño económico que mejora las tasas de recuperación de la inversión (ROI).



Visto el avance del comercio electrónico y la demanda unitaria desde tiendas en Perú, SDI lleva adelante una campaña iniciada a mitad de 2017 para impulsar el uso de esta eficiente tecnología. 

Autor: **Joel Díaz Freyre**
Sub Director Comercial LATAM
SDI Perú

“Un Fulfillment Center (FC), entendido éste como una operación ya no dedicada a abastecer puntos de venta sino al cumplimiento directo de la demanda/pedido del consumidor final.”





TRANSMEC: LOGÍSTICA AL INTERIOR DE PERUMIN 2017

Multinacional movilizó dentro de Perumin 2017 cargas desde 100 kg hasta 38 toneladas, con tamaños desde 1 m3 hasta 36 m3.

La logística es una de las labores que hizo posible el éxito de la feria minera más importante del Perú y una de las más relevantes del mundo, Perumin 33 Convención Minera; gracias a ella, los alrededor de 1000 bienes, entre máquinas, equipos, display y pop, de tamaños y pesos diversos, pudieron ser exhibidos en las instalaciones de la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA), en Arequipa.

La operación logística al interior de la feria descansó en manos de Transmec. La multinacional italiana Transmec Group estuvo a cargo del ingreso y traslado de la carga, desde la puerta de la UNSA hasta los stands de cada uno de los exhibidores, en un afinado y planificado trabajo logístico.

En la presente entrevista, Isabel Bravo, gerente regional de Transmec y Melisa La Forgia, gerente comercial de Transmec Overseas Perú, nos ofrecen detalles de lo que significó la ejecución de este proyecto en el marco de la trigésima tercera edición de Perumin; además, conversamos acerca de las expectativas de Transmec para el mercado peruano.

¿En qué ha consistido el despliegue logístico de la feria minera a cargo de Transmec?

Transmec realizó todo el movimiento de carga interno de la feria, con servicio en exclusividad desde la puerta de la UNSA hasta cada

stand de los exhibidores, y lo mismo para la salida.

Por ser una empresa internacional, hemos podido colaborar con varios clientes desde el recojo en el exterior de su proveedor, solucionando además el procedimiento aduanero correspondiente en cada caso, como también el seguro de carga y teniendo así el control total de la operación a través de un solo comunicador para nuestro cliente: Transmec.

¿Cuántos equipos de manutención utilizaron para el movimiento de bienes dentro de la feria?

1. (01) - Camión Grúa x 20 toneladas
2. (03) - Montacargas x 3 toneladas





3. (01) - Montacargas x 5 toneladas
4. (01) - Montacargas x 12 toneladas
5. (10) - Estocas x 3 toneladas
6. (68) - Carretas x 100 kilos

¿Podría hablarnos de los tipos de carga que se han movilizado y almacenado? ¿De qué tamaños y peso?

Se han movilizado cargas desde los 100 kg hasta 38 toneladas y con tamaños desde 1 m3 hasta 36 m3. Entre los tipos de carga, movimos: motores, equipos de minería, palas mecánicas, bombas de gran tamaño, scoops, vehículos de minería subterránea, cargadores frontales, gatas hidráulicas para camiones de 250 toneladas, entre otros.

¿Cuántos almacenes utilizaron dentro de la feria? ¿De qué dimensiones?

Se utilizaron 3 almacenes: Almacén de Aduanas – 350 m2, Almacén Cajas vacías – 420 m2, Almacén POP – 30 m2

¿Cuánto personal logístico trabajó?

Trabajamos con un staff de 9 ejecutivos, 24 coordinadores, 105 operarios y 14 encargados de administración.

¿Se ayudaron de algún sistema o tecnología de información?

**“Se utilizaron 3 almacenes:
Almacén de
Aduanas – 350 m2,
Almacén Cajas
vacías – 420 m2,
Almacén POP – 30m2”.**

Sí, claro. Todo se canalizó a través de nuestro Sistema Forward, el cual reúne todo el proceso desde la cotización hasta la facturación.

¿En qué tiempo terminaron de desplegar y ordenar todos los bienes para la puesta en marcha de la feria?

La programación de Perumin fue de la siguiente manera; primero, para la parte de exteriores, del 29 de agosto al 10 de setiembre; segundo, en lo que corresponde a pabellones internos, del 7 de setiembre al 17 de setiembre.

A pesar de haber iniciado el contacto comercial con cada exhibidor con al menos 2 meses de antelación para planificar el traslado de su mercadería a Arequipa, el 85% esperó a la última

semana para presentar su carga en el recinto ferial. Esto demandó de nuestro equipo de operaciones trabajar los últimos 3 días hasta altas horas de la madrugada para conseguir colocar cada equipo en el stand correspondiente.

¿De qué lugares del país y del exterior han llegado los bienes que ustedes se encargaron de operar?

Las cargas nacionales llegaron principalmente de Lima y Arequipa.

“Por ser una empresa internacional, hemos podido colaborar con varios clientes desde el recojo en el exterior de su proveedor, solucionando además el procedimiento aduanero correspondiente en cada caso, como también el seguro de carga y teniendo así el control total de la operación.”

Carga movilizada al interior de la feria

STANDS		1500			
EMPRESAS		1000			
NACIONAL		700			
EXTRANJERA		300			
TIPO DE EXHIBICIÓN	DISPLAY Y POP	HASTA	200KG	15%	150
	EQUIPO LIVIANO	HASTA	2 000KG	15%	150
	MAQUINARIA MEDIA PESADA	HASTA	12 000KG	40%	400
	MAQUINARIA PESADA	HASTA	38 500KG	30%	300
1 000					



Las cargas internacionales tuvieron como origen países tales como: China, Alemania, Italia, Chile, España, Rusia, Francia, Sud África, Noruega, Grecia, Brasil, Argentina, Finlandia, Inglaterra, entre otros.

¿Cuáles han sido los mayores desafíos logísticos de Perumin 2017?

Uno de los desafíos fue cambiar y reprogramar varias veces los itinerarios planteados por retrasos del IIMP. Asimismo, tuvimos que redoblar los esfuerzos de nuestro staff operativo y extender sus horarios de trabajo, dado el cuello de botella generado los últimos 3 días antes que inicie la feria; además, tener que estar al cuidado de los jardines y alfombras en la feria para poder transitar, tanto en exteriores como interiores, para lograr posicionar las cargas de los clientes.

¿Cuáles fueron los factores de éxito de esta operación?

La experiencia de nuestro Staff en logística y seguridad industrial, que permitió transmitir a los organizadores total confianza en nuestras operaciones, por más riesgosas que hayan sido, siempre se manejaron de manera profesional. Asimismo, la capacidad de reorganizarnos dado los cambios incurridos en el camino, en la planificación conjunta con el IIMP.

También debemos resaltar la actitud para enfrentar los retos, tanto de horarios como de organización; el excelente compromiso de todo nuestro equipo; y la predisposición de nuestro personal de soporte para asimilar y aprender los aspectos importantes de lo que significa trabajar alrededor de máquinas, hasta cierto punto peligrosas, si no se sabe lo que se está haciendo.

Transmec en Perú

¿Qué servicios logísticos brinda Transmec en Perú?

Nuestros servicios incluyen agenciamiento de carga internacional, agenciamiento de aduana, transporte de carga local, nacional e internacional, y seguro de mercadería.




¿Qué proyecciones de crecimiento tiene Transmec en el Perú?

Consolidarnos en el sector minero, dando una solución integral a nuestros clientes y demostrando que pueden apoyarse en nuestro servicio de manera completa y eficiente.

La tendencia nos muestra que hacia eso vamos: la exigencia de ser operadores logísticos globales. Tenemos todos los recursos y sobre todo, capacidad para responder a este requerimiento de mercado.

Buscaremos como siempre, establecer alianzas estratégicas de largo plazo con los nuevos clientes, de crecimiento conjunto.

¿Qué mercados impulsarán su expansión?

Creemos que el sector minero y sus industrias conexas serán importantes dentro de nuestras operaciones. Asimismo, el abastecimiento, así como la importación y exportación. 

“Nuestra proyección en el Perú es consolidarnos en el sector minero, dando una solución integral a nuestros clientes y demostrando que pueden apoyarse en nuestro servicio de manera completa y eficiente.”



**¿POR QUÉ ARRIESGAR CON
UNA PIEZA EN TU EMPRESA,
SI PUEDES FORMAR UNA QUE
CALCE PERFECTAMENTE?**



Conviértete en una empresa formadora de Inlog
y cuenta con profesionales hechos a tu medida.

CONTÁCTANOS:

informes@inlog.edu.pe

Teléfono: 710-2900

www.inlog.edu.pe

CON EL RESPALDO DE:



Inlog



FUSIÓN SUNAT – ADUANAS: 15 AÑOS DESPUÉS

Transcurridos quince años desde la fusión de la Sunat y Aduanas, el balance es positivo para la Administración Aduanera, al avanzar en la ruta hacia la modernización de todos los servicios que brinda a los operadores de comercio exterior.



Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
Docente Posgrado
PUCP, UNMSM, UPC y
USMP.

Mediante Decreto Supremo N° 061-2002-PCM publicado el 12 de julio del año 2002, el Poder Ejecutivo dispuso la fusión entre la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y la Superintendencia Nacional de Aduanas (ADUANAS), bajo la modalidad de fusión por absorción, siendo la primera de Institución de las nombradas, quien tuvo la calidad de entidad incorporante.

En aquella oportunidad se dispuso un plazo no mayor de noventa días calendario para que la Superintendencia Nacional de Aduanas transfiera sus recursos, personal, acervo documentario y materiales a la SUNAT. Asimismo, se precisó que en tanto culmine el proceso de fusión, se dictará mediante Resolución de Superintendencia las medidas necesarias para no alterar los niveles de recaudación, programas y manejo presupuestal de ADUANAS.

El mencionado Decreto Supremo lleva el refrendo del entonces Ministro de Economía Pedro Pablo Kuczynski, sector al cual pertenecen ambas Administraciones Tributarias que se fusionaron al amparo de la Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, cuerpo normativo que tenía como objetivo evitar la duplicidad o superposición de competencias, funciones y atribuciones entre sectores y entidades. Por tal motivo, en el penúltimo considerando del D.S. N° 061-2002-PCM se señala “Que, el Poder Ejecutivo ha evaluado

y considera conveniente la integración de ambas entidades. En ese sentido, se considera que dicha integración evitará la duplicidad de funciones y generará una mejora en los servicios y un aumento en la productividad de los recursos que el Estado ha venido destinando a ambas actividades”.

Impacto de la fusión

La primera reacción frente a esta medida dictada por el Gobierno fue cuestionar la legalidad de dicha norma, en el entendido que por jerarquía normativa no se podía modificar mediante Decreto Supremo a la Ley N° 24829, que respaldaba la creación

y funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas.

Superada esta etapa, se implementaron las primeras medidas tendientes a ejecutar el proceso de fusión, las mismas que desde el ámbito administrativo y presupuestario se realizaron sin mayor contratiempo, toda vez que se trataba de fusionar las planillas de pago de remuneraciones, pago a proveedores, compras y adquisiciones para mejorar la infraestructura logística y adecuación de las normas internas para la funcionalidad de la nueva Administración Tributaria.





El principal reto en aquella oportunidad fue aprobar el Reglamento de Organización y Funciones de la nueva SUNAT fusionada, el cual se produjo mediante Decreto Supremo N° 115-2002-PCM, teniendo como acierto el considerar dentro de la estructura orgánica como parte de la Alta Dirección a la Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas.

Desde aquella oportunidad se ha mantenido la tradición de reconocer dentro del más alto nivel de dirección de la SUNAT, a una Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas, en la medida que se trata de aquel funcionario que tiene la responsabilidad de asumir el liderazgo en materia de facilitación del comercio exterior e implementación de la política aduanera.

Cabe mencionar como impacto de esta fusión a la opinión de los contribuyentes, quienes conciben a la fusión como una medida administrativa que ha permitido reforzar las acciones

“No niego que aún quedan muchas cosas por mejorar, pero estoy convencido que la Aduana de ahora, supera grandemente a la que conocí en mis inicios en esta noble Institución.”

de fiscalización y por consiguiente la mayor recaudación fiscal. Siendo importante mencionar a manera de ejemplo, que apenas producida la fusión se implementó el cobro de la percepción anticipada del IGV a

las importaciones, como requisito obligatorio para otorgar el levante aduanero de las mercancías.

Cultura organizacional

Según la enciclopedia financiera, *“La cultura organizacional es una idea en el campo de los estudios de las organizaciones y de gestión que describe la psicología, las actitudes, experiencias, creencias y valores (personales y culturales) de una organización. Se ha definido como la colección específica de las normas y valores que son compartidos por personas y grupos en una organización y que controlan la forma en que interactúan entre sí dentro de la organización y con el exterior”.*

En ese sentido, no cabe duda que existe una cultura organizacional que distingue a los colaboradores que pertenecen a la Administración Aduanera, debido a las normas y valores que adquieren desde su reclutamiento y capacitación para realizar con eficiencia tan noble misión. Así tenemos



que, los aduaneros concebimos a la facilitación del comercio exterior como aquel objetivo fundamental que debe lograrse en todos y cada uno de los servicios que brindamos a los usuarios. Asimismo, el trabajo en equipo nos ha permitido que en la prestación de los servicios aduaneros se alcancen los niveles establecidos en las normas internacionales sobre sistemas de gestión de la calidad, con énfasis en los procesos, lo cual significa aplicar estándares internacionales elaborados por organismos internacionales vinculados al comercio exterior.

Respecto a la fusión, podemos señalar que pasada la primera etapa de su implementación, que generó un entendible desconcierto, quedó claro que dicha unión con la SUNAT en modo alguno iba a significar que se perderían los valores y normas de la cultura organizacional aduanera. Lo cual puede comprobarse al visitar las diferentes dependencias aduaneras, donde se continúan prestando los servicios a todos los operadores de comercio exterior con el mismo empeño y responsabilidad que nos distingue desde antes de la mencionada fusión.

“Mediante Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, el Poder Ejecutivo dispuso la fusión entre la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y la Superintendencia Nacional de Aduanas (ADUANAS).”

Un aspecto que debo mencionar en esta oportunidad, son las costumbres y formas de trabajo de los aduaneros, quienes conciben a la Aduana como una gran familia que agrupa a diversas promociones de servidores, quienes con el paso del tiempo forman una especie de hermandad, que los mantiene unidos en diversas actividades tanto dentro como fuera de la Institución, destacando siempre por la solidaridad y apoyo a quienes pudieran estar padeciendo alguna enfermedad, infortunio o necesidad extrema. Sin dejar de mencionar que el aduanero demuestra mucho entusiasmo al participar de manera competitiva en determinadas actividades festivas, tales como el tradicional desfile por Fiestas Patrias, y sin dejar de mencionar a la imposterizable y muy esperada celebración del Día de la Aduana, cada 2 de Octubre, así como el Día del Resguardo Aduanero del Perú, 5 de Noviembre de cada año.

Resultados de la fusión

Han pasado quince años desde que se produjo la fusión entre SUNAT y ADUANAS, por lo que a la luz del tiempo transcurrido, podemos destacar los siguientes resultados:

- a)** Se reforzó la función fiscalizadora de la SUNAT en la medida en que se tiene mayor acceso a la información de todas las actividades vinculadas al comercio exterior de los contribuyentes.
- b)** Se incrementó la recaudación tributaria debido a la suma de esfuerzos de los equipos encargados de las acciones de cobranza en base a la mejora de los procedimientos administrativos, tales como el sistema de embargos telemáticos o la cobranza coactiva centralizada de deudas aduaneras.
- c)** Se mejoró la infraestructura física de los locales donde funcionan las oficinas aduaneras así como la dotación de uniformes y herramientas para garantizar la efectividad en las gestiones aduaneras.

d) Se viene utilizando con mayor frecuencia la tecnología de la información para mejorar los servicios aduaneros. Así tenemos por ejemplo que actualmente los exportadores pueden solicitar el beneficio tributario del drawback desde la página web de la SUNAT. También existe la posibilidad de realizar consultas a las declaraciones simplificadas de importa fácil y exporta fácil desde el APP SUNAT.

e) Se viene realizando cambios en la estructura orgánica de la SUNAT para efecto de atender con mayor eficiencia los distintos servicios aduaneros.

f) Se establece un sistema de carrera laboral que prioriza la capacitación y actualización permanente de los servidores aduaneros, para efecto de mejorar la calidad del servicio que se brinda a todos los usuarios.

g) Se consolida la participación y liderazgo de la Administración Aduanera en los diferentes





proyectos e iniciativas que buscan mejorar el sistema de seguridad en la cadena logística del comercio exterior.

h) Se crea el Consejo Consultivo de Temas Aduaneros, como una instancia de diálogo y coordinación ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT y los operadores de comercio exterior. Tiene como propósito recoger opiniones e información que permitan maximizar la eficacia operativa del comercio exterior, facilitar el comercio exterior, reducir costos e incrementar la eficiencia. Se considera que la participación de los operadores de comercio exterior puede contribuir en el proceso de desarrollo con el fin de asegurar la mejora continua del servicio aduanero.

i) Se viene eliminando progresivamente el uso del papel en los distintos trámites y regímenes aduaneros con el firme compromiso de llegar pronto a consolidar la Aduana Digital.

“Se viene utilizando con mayor frecuencia la tecnología de la información para mejorar los servicios aduaneros.”

j) Se mantiene presencia activa en las rondas de negociaciones de los Acuerdos Comerciales apoyando los distintos procesos de integración económica en los que participa el Perú.

A manera de conclusión

Desde la creación de la Aduana Peruana hasta hoy han transcurrido más de 243 años, tiempo que supera incluso nuestra vida como República independiente, por lo que analizar los últimos quince años, significa muy poco si solo medimos en base al calendario; pero resulta muy significativo si comparamos la velocidad en que se han producido algunas reformas y modificaciones en sus procedimientos.

Transcurridos quince años desde la fusión, queda claro que el balance es positivo para la Administración Aduanera, toda vez que se logró avanzar con paso firme en la ruta hacia la modernización de todos los servicios que brindamos a los operadores de comercio exterior. Además está mencionar que la cultura organizacional de los aduaneros se ha fortalecido también con esta fusión, si lo vemos desde el lado positivo.

Como todo proceso de mejora siempre estaremos sujetos al veredicto popular de los usuarios, quienes estoy seguro tendrán algunas propuestas o sugerencias para seguir avanzando en la misma ruta. No niego que aún quedan

muchas cosas por mejorar, pero estoy convencido que la Aduana de ahora, supera grandemente a la que conocí en mis inicios en esta noble Institución.

Finalmente, debo confesar que si volviera a nacer elegiría al Perú como mi patria, a la abogacía como mi profesión y a la ADUANA como mi segundo hogar. Admiro, defiendo y valoro mi Institución, desde que me abrió sus puertas apenas culminé mis estudios universitarios para brindarme la mejor especialización en negocios internacionales y comercio exterior. Actualmente, me permite continuar sirviendo a mi patria como un modesto colaborador aduanero, y respalda mi vocación de servicio mediante la docencia en las diferentes Escuelas de Posgrado, universidades públicas y privadas que me conceden la oportunidad de guiar y capacitar a las nuevas generaciones de profesionales hacia el mágico mundo aduanero. 🔴





PEOPLE MAKE THE DIFFERENCE

The choice of the right logistics partner is a key factor to the success of your project.

As a leader in the international transport market, JAS Forwarding delivers on its philosophy: the product must be delivered securely and on time.



JAS Projects – Oil & Gas Perú
Oscar Hernandez
Av. Armendariz 480 ofc 401
Miraflores – Lima, Perú
Tel +51 16 162723 | Fax 4223015
oscar.hernandez@jas.com

JAS Projects – Oil & Gas Regional office LATAM
Cristian Henning
Av. Providencia 1760 ofc 1703
Providencia – Santiago – Chile
Tel 56-2-5801600
cristian.henning@jas.com

JAS Forwarding GmbH, JAS Projects – Oil & Gas Division
Hanseatenhof 6
D-28195 | Bremen | Germany
Tel +49 (0) 421 30166-0 | Fax +49 (0) 421 30166-10
jasprojects@jas.com

www.jas.com



TRANSFORMAR LA LOGÍSTICA PARA EL FUTURO

El e-commerce y las innovaciones en los negocios empujan a las empresas a pensar en cambiar sus procesos y ser más tecnológicas en sus operaciones, para no perder competitividad. Mediante la simulación virtual, estas pueden saber si el cambio que realizarán funcionará como lo esperan.



Camilo Duque, Business Development Director SDI, exponiendo durante evento organizado por SDI en Lima, Perú.

“Un 1% de ventas e-commerce del total de ventas total de la compañía es un problema enorme, porque ya no es enviar a la tienda, sino es enviar a cientos de miles de pedidos”.

«Un 1% de ventas e-commerce del total de ventas total de la compañía es un problema enorme, porque ya no es enviar a la tienda, sino es enviar a cientos de miles de pedidos», dice Camilo Duque, Business Development Director de SDI. «El Omnichannel tiene necesidades más sofisticadas y nosotros tenemos que estar en la capacidad de cubrirlas», agrega.

Por otro lado, la explosión de modelos de negocio disruptivos está «cambiando la forma de hacer los negocios».

Están por ejemplo los mensajeros urbanos, una suerte de Uber de mensajería, que están golpeando a los operadores tradicionales de courier; o la moda por suscripción, en donde las personas pagan una mensualidad, les llegan a sus hogares prendas de vestir y accesorios, que si desean pueden devolver o comprar. «Eso cambia la logística y la lógica del negocio enormemente», advierte.

Al saber que en la carrera por seguir compitiendo en el mercado es necesario renovarse y adaptarse, las compañías entienden que la implementación de nuevas tecnologías y cambios en el tejido de sus negocios, por lo menos tiene que estar dentro de sus opciones de análisis.

El comercio vía online ha arrastrado consigo a un cliente más informado,

mucho más exigente, que demanda visibilidad de la mercadería que recibe y tiempos de entrega que se adecuen a sus conveniencias, lo que a su vez constituye un desafío en la optimización de rutas y modalidades de entrega.

Además, a ello se suma que el comercio electrónico ha impulsado el transporte de carga unitaria a múltiples puntos de destino y provocado el uso simultáneo de diversos canales de venta.



«Ello implica 100% de devoluciones. Si nos duele la devolución en 25%, 10%, ahora con el e-commerce esto cambia realmente. Y en Estados Unidos este tipo de modelo, de alquiler, se está volviendo muy famoso», comenta.

Otro caso interesante es del negocio que funciona como una suerte de Airbnb de bodegas, «acá uno busca por internet y encuentra bodegas donde quiere».

Además, la expansión de grandes jugadores mundiales alimenta más el reto de las empresas que deberán competir con ellos. Algunos casos que grafican muy bien esto son los de Amazon y Alilaba. El segundo hizo un convenio el 2016 en Chile para ingresar directamente al mercado de correos de ese país. «Cuando antes los envíos se demoraban 10, 20 días, hoy llegan en mucho menos, y no con un costo mayor», indica Duque.

«Alibaba ya está en Chile con su filial Aliexpress. Muchos operadores logísticos en Chile se están preparando e invirtiendo en software y otras tecnología, cambiando sus procesos», apunta.

Amazon por su parte está en negociaciones con operadores de paquetería para entrar directamente a Latinoamérica, «hay que estar preparados para eso», asegura.

Tecnologías de cambio

En esta situación, la logística es una de las actividades hacia donde los decisores tornan la mirada, por tener una implicancia significativa en la eficiencia de las operaciones y el servicio al cliente final, así como en la rentabilidad de sus empresas: el transporte, el almacenamiento, los centros de distribución, la distribución.

En el caso de los centros de distribución, este ya viene enfrentando otros grandes retos tales como el aumento de los SKUs, necesidad de reducir costo de capital, reducción de quiebres de stock, etc., menos tiempos de entrega, mayor variedad de origen y destino, etc.

Hay un reto y una presión enorme en la logística», resalta Camilo Duque.

Retos de los centros de distribución			
Aumento de cantidad de SKUs.	Complejidad de manipulación y almacenamiento de productos	Layout más complejos	Necesidad de reducir el costo de capital
Optimización de espacios.	Reducción de quiebres de stock	Aumento de devoluciones por modelos de negocio y consumidor	Menor tiempo de entrega
Alta variabilidad y estacionalidad	Menos espacio disponible o costo de adquirirlo	Mayores exigencias de trazabilidad	Mayor variedad de origen y destino
Vida comercial de los productos	Lotes menores, más customización	Reposición más frecuente y unitaria a tienda	Procesos de valor agregado
Menores precios unitarios	Mayor impacto de costo logístico sobre costo de venta		

Una de las maneras de hacer frente a estas tendencias y retos en los negocios es acercarse a las nuevas tecnologías, como por ejemplo las que tienen que ver con la automatización; si bien su inversión dependerá de las necesidades de la empresa previo análisis, puede constituir un recurso poderoso.

Hay diferentes niveles de automatización, dice Camilo Duque, desde el convencional, que tiene que ver con cambios en los procesos, hasta lo absolutamente robotizado a través de máquinas automáticas.

Sin embargo, una de las advertencias que hace Duque es que a mayor automatización, menor es la flexibilidad. «Es importante sobre todo si nuestro modelo de negocio necesita ser más flexible», apunta.

Decidirse por la automatización se ve condicionado y hasta limitado por una serie de factores, indica el Duque. Entre ellas están la justificación de la inversión al área financiera. «Otras preguntas que surgen es si ¿estamos listo o no?, ¿lo vamos a saber aprovechar? ¿Automatizar

«Alibaba ya está en Chile con su filial Aliexpress. Muchos operadores logísticos en Chile se están preparando e invirtiendo en software y otras tecnología, cambiando sus procesos».

o flexibilizar?»

Para tomar una adecuada elección con respecto a la automatización o cualquier otra modificación en los procesos, lo adecuado es considerar una evaluación completa del negocio. Ello implica una serie de pasos, pero ¿de qué otra forma llegamos a una visión más clara de que funcionará realmente los cambios que se quieren aplicar?



“Replicamos la nueva línea de etiquetado, replicamos la nueva línea de valor agregado, la nueva línea de e-commerce, etc.”.

La respuesta a ello está en una de las herramientas tecnológicas que se está usando en el mundo: la simulación virtual. «Esto en el caso de nosotros (de SDI) nos ayuda a evaluar los proyectos», resalta Duque.

Simular la realidad


Esta herramienta permite imitar un sistema real por medio de un modelo computacional numérico; la idea es replicar los cambios que se quieren hacer, por ejemplo en un nuevo centro de distribución.

«Replicamos la nueva línea de etiquetado, replicamos la nueva línea de valor agregado, la nueva línea de e-commerce, etc.»

Los objetivos de la simulación son comprender las interacciones entre los elementos del sistema: operarios, equipos de manutención, máquinas como clasificadores automáticos, etc.; y evaluar distintas configuraciones.

«Queremos cambiar un proceso y no estamos seguros: qué pasaría si hago esto, qué pasaría si pongo más personas o menos personas», anota.

Los beneficios de esto son disminuir los errores de implementar nuevos procesos, nueva maquinaria o nuevos equipos; determinar cantidad de recursos, con datos financieros, costos, datos operacionales, de productividad.

«Corregir un error en el diseño es 10 veces más barato que corregirlo en la implementación y 100 veces más barato que corregirlo en la operación», resalta. Camilo Duque aclara que simular todo no siempre resuelve el problema, por lo que es importante definir lo que se necesita, definir cuál es el objetivo del proyecto. Además, advierte que hay campos en los que es adecuado la simulación y otros en que no. 

La primera revista peruana de logística en formato digital



Desde hoy puedes descargar la primera edición de LOGISTICA 360 desde nuestra web:

www.logistica360.pe

LOGISTICA360
THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE



JRM: CÓMO OPTIMIZAR CAPACIDAD DE ALMACENES



Con 24 de años en el mercado metalmecánico, JRM es una de las empresas líderes en la ingeniería, fabricación e implementación de soluciones integrales de almacenamiento, que incluye naves industriales, sistemas de almacenaje y demás equipamientos como puertas industriales, rampas niveladoras y elevadores de carga.

Además de su reconocida calidad en la ingeniería y producción de soluciones, JRM ha impulsado su consolidación y expansión gracias al mayor enfoque dado a su servicio de posventa, asegurando que sus clientes no tengan problemas en el desempeño de las soluciones instaladas.

La fidelización e incremento de sus clientes también se debe a

la metodología para la elección e implementación de proyectos. Según Wilmer Burga, asesor comercial de proyectos de JRM, la compañía analiza una serie de criterios para identificar la solución que cubra las expectativas del cliente.

Por ejemplo, sostiene Burga, muy frecuentemente se observa el producto que se va a almacenar sin perder de vista la inversión que implica ello, y es que nunca debe descuidarse cuánto está dispuesto a invertir el cliente.

Según el especialista, esto es crucial en el servicio. Muchas empresas tienen una necesidad pero carecen de la inversión que cubra o le dé respuesta. Ante ello, lo que hace JRM es darle la mejor salida a través de una solución que se ajuste a su presupuesto y a sus requerimientos.

Para lograr ello, indica Wilmer Burga, se tiene que estudiar, de la mano del cliente, las características del producto, la rotación y el flujo de la mercadería, la elección del espacio, cuántos SKUs se manejan, el costo de los sistemas, etc.

«Como jefes de almacén, algunos creen que podemos usar todo el almacén para lo que necesitamos, pero hay que pensar también en la proyección. Ha habido casos en que áreas disponibles las hemos ocupado hasta en un 50%, quedando un 50% para lo que suceda en 5 años o 10 años: ya no hay que pensar en comprar otro terreno», resalta.

De acuerdo a todo ello, JRM puede elegir de entre una variedad de sistemas de almacenaje de su portafolio. En el caso de carga paletizada, cuentan con racks selectivos, rack acumulativo,



“El principal objetivo de JRM es optimizar el espacio de un almacén; esto toma mayor relevancia sobre todo en áreas de Lima o zonas cercanas en donde el metro cuadrado de los terrenos se ha elevado.”

rack dinámico por gravedad, runner, rack móvil, cada una con ventajas para determinadas operaciones.

El principal objetivo de JRM es optimizar el espacio de un almacén; esto toma mayor relevancia sobre todo en áreas de Lima o zonas cercanas en donde el metro cuadrado de los terrenos se ha elevado.

La optimización de espacio conlleva, además del análisis previo, trabajar en pasillos más angostos para poder almacenar más productos, por lo que la elección de los equipos de mantenimiento es también prioritario, pudiendo ser contrabalanceado, retractiles, etc.

«Nosotros estamos insistiendo con nuestros clientes, sobre todo en zonas donde el terreno es muy caro, en el uso de trilaterales, pues con ellas se reducen el espacio de pasillo y se gana altura. Ahora ya tenemos equipos que llegan hasta 18 metros de altura, lo que aumenta la cantidad de posiciones», indica.

Uno de los numerosos casos de éxito que refleja todo lo mencionado es el proyecto ejecutado a Molitalia. Este trabajo consistió en la instalación de un almacén autoportante sismorresistente, de 22 metros de altura y 12 niveles de carga, en base a rack selectivo, ubicado al norte de Lima.

«En un área de 1000 metros cuadrados, llegamos a los 22 metros



de altura y logramos obtener 3 500 posiciones, que es bastante número para un rack selectivo», resalta.

Además, se implementó una cámara de conservación, una losa de concreto superplana, instalaciones eléctricas, una faja transportadora y puertas industriales. «Fue un proyecto integral», apunta Burga, quien participó como ponente en el workshop “Soluciones y optimización de los almacenes”, organizado por ADEX y JRM.

Otro proyecto importante es el de Claro, que consistió en un almacén sismorresistente con rack selectivo autoportante, de una altura de más de 12 metros, con una capacidad para 4604 posiciones.

El proyecto incluyó armado de nave industrial con tijerales, techo y cerramientos, instalación de puertas seccionales high lift, plataformas niveladoras, sistema contra incendios, mezzanine con estantería metálica carga mediana. 🔴

“Además de su reconocida calidad en la ingeniería y producción de sus soluciones, JRM ha impulsado su consolidación y expansión gracias al mayor enfoque dado a su servicio de posventa.”



AUTOMATIZAR ES UNA RESPUESTA AL LÍMITE OPERACIONAL DE UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Para evaluar su implementación se utiliza el ratio de throughput, que toma en cuenta tres variables: la estructura de los pedidos, el proceso de reposición y el factor humano, afirma el experto en Supply Chain Management David Gallardo.



Las organizaciones que planifican su futuro constantemente prueban nuevas formas de generar capacidades que incrementen su ventaja competitiva en el mercado y que este lo perciba como valor, buscando ganar nuevos clientes o tratando de fidelizar a los actuales.

Técnicamente esto se traduce en la utilización de nuevas tecnologías para el control de maquinaria o procesos industriales y logísticos, que busca optimizar la cadena de suministro de su negocio con el fin de mejorar atributos como la velocidad, la confiabilidad y la productividad.

En ese sentido, la automatización va a ser una necesidad que las organizaciones utilicen, más rápido de lo que uno puede imaginarse, para sobrevivir en un mediano plazo. Ante este escenario, el profesor de la Maestría de Supply Chain

Management de ESAN, David Gallardo, nos responde.

¿Qué deben considerar y evaluar las empresas durante el proceso de automatización en sus operaciones de cadena de suministro?

Las empresas que deciden automatizar los procesos operativos de su cadena de suministro deben considerar y evaluar 2 frentes:

Frente externo, con clientes más exigentes, la competencia más agresiva en precio y en propuesta de valor, el incremento del comercio electrónico y un mercado que exige una gestión con el menor margen de error posible (las redes sociales son contundentes en este último punto).

Frente Interno, enfocado en aumentar sus ratios de productividad y KPI's, reducir sus riesgos laborales y

“Posiblemente (la inversión) sea una cifra significativa que se tiene que sustentar con un modelo financiero que vaya más allá de los ratios tradicionales de justificar un proyecto de esta magnitud”.

operativos, y tener mayor capacidad de respuesta ante exigencias comerciales del negocio.



¿En qué momento una empresa debe considerar la automatización de su centro de distribución como una opción?

La opción de automatizar se debe considerar cuando el centro de distribución de una empresa llega a su Límite Operacional o está muy cerca de él; el ratio que se utiliza para evaluarlo es el throughput, este ratio es complicado de calcular ya que toma en cuenta 3 variables: la estructura de los pedidos, el proceso de reposición y el factor humano.

También se debe tomar en consideración si en la instalación actual crecer haciendo lo mismo cuesta mucho y que si es el caso podríamos estar cayendo en la ley del rendimiento decreciente.

“También se debe tomar en consideración si en la instalación actual crecer haciendo lo mismo cuesta mucho”.

¿El proceso de automatización de un centro de distribución genera una inversión muy elevada?

A primera vista la cifra dependerá de qué y cuánto se quiera automatizar, y posiblemente sea una cifra significativa que se tiene que sustentar con un modelo financiero que vaya más allá de los ratios tradicionales de justificar un proyecto de esta magnitud, ya que se debe considerar algunos beneficios adicionales.

¿Qué beneficios presenta la automatización de un centro de distribución para las empresas?

Los beneficios están en línea con el diseño conceptual de la solución automatizada y el grado de flexibilidad que se requiera, los principales son:

Beneficios directos

- Ejecutar un modelo operacional que acompañe al negocio en sus planes de crecimiento y/o diversificación.
- Generar mayores eficiencias en cada uno de los procesos.
- Optimizar los recursos relacionados a la operación.
- Mejora la disponibilidad de inventario en el Centro de Distribución y en los puntos de ventas.
- Trazabilidad de pedidos en línea, con el fin de tomar acción en caso un pedido no esté al 100% completo.
- Aumento de la exactitud del inventario, que contribuye a la disminución de diferencias de inventario.

Beneficios periféricos

- Ebitda incremental (versus

seguir haciendo lo mismo y alcanzar el límite operacional o crecer haciendo lo mismo –ley de rendimiento decreciente–).

- Optimización de los días de inventario.
- Disminución de las mermas y gestión de obsoletos, con una operación más limpia y bajo control.
- Gestión de proyecto basado en los principios de integración, modularidad y escalabilidad.

No obstante, como en todo proyecto, se debe trabajar también pensando en los riesgos y la probabilidad de que se den, siendo el principal riesgo en un proyecto de automatización muy ligado al conocimiento de lo que se está comprando, elegir a los partner correctos y la planificación de la implementación.

Por ello, la fase previa –en una decisión tan importante como esta– es explorar, viajar a conocer experiencias de diferentes sectores y cómo llevaron a cabo las fases de diseño, procura, construcción e implementación. 🔥



TOC AMÉRICAS EN PERÚ: DISCUSIÓN DE TRANSPORTE MARÍTIMO CONTENERIZADO

Líderes del transporte marítimo mundial compartieron valiosa información acerca de los últimos avances y proyecciones en el transporte marítimo en la región, durante el TOC Américas, que, tras 17 años de historia, por primera vez se realizó en el país, del 17 al 19 de octubre.

Los actores clave en el transporte marítimo, puertos y terminales de la industria, dieron detalles del tráfico de mercancías por contenedor, tecnologías de automatización, transformación digital, tendencias en supply chain, y compartieron visiones y proyecciones para promover el desarrollo de la industria.

Asimismo, el evento sirvió para que los proveedores y fabricantes exhibieran en sus stands los últimos avances en equipos y servicios portuarios, que buscan entregar un valor agregado a la operación en naves, terminales y manejo de la carga.

Este evento líder cubre la totalidad de la cadena logística contenerizada de la región, el cual congrega a los propietarios de la carga, proveedores logísticos, líneas navieras, puertos, terminales y todos sus principales involucrados.

En las conferencias de Container Supply Chain –CSC-, la discusión giró en torno a las operaciones ship-to-shore, cómo optimizar el diseño de puertos y la reducción de accidentes, junto con analizar el desempeño de la industria y los desafíos y oportunidades por delante.

En las conferencias TECH TOC, los panelistas expusieron los últimos avances en operaciones de terminales de contenedores; mientras que en la Conferencia BULK, hubo un espacio exclusivo para las innovaciones en cuanto al manejo, transporte, operaciones portuarias y logística de graneles sólidos.



SERIEDAD:
Siempre cumplimos
con lo que ofrecemos.

EFICIENCIA:
Hacemos las cosas
bien, a la primera.

TRABAJO:
Siempre estamos
dispuestos a dar más
de nosotros.

CONFIANZA:
Nuestro esfuerzo está
orientado a ganarnos
la confianza de
nuestros clientes.





UNICARRIERS
FORKLIFT


**NUNCA DEJES
DE AVANZAR**

 **Maquinarias**

VENTA • ALQUILER • POSTVENTA

 www.unicarriers.pe

 614 5510  contacto@maquinarias.pe

 Av. Tomás Valle 601, San Martín de Porres.



Soluciones de almacenamiento que mejoran la rentabilidad de su almacén

Aumento de la productividad • Control de inventarios • Reducción de costos
Optimización del espacio • Flexibilidad • Alta rentabilidad




Una solución para cada necesidad de almacenamiento

Estanterías para palets • Estanterías para picking • Soluciones automáticas para palets y cajas
Software de gestión de almacenes Easy WMS

Calidad garantizada por
los certificados internacionales
más reconocidos



 www.mecalux.pe

 323 4646

 info@mecalux.pe