

LOGISTICA360

THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

Nº 17 MARZO 2016 - MAYO 2016

AGENTE DE CARGA

Logística efectiva
para el cliente final

GESTIÓN DE ALMACENES

Las 5 S como
herramienta
a utilizar

COMUNICACIÓN EN LA LOGÍSTICA

¿Cómo podemos
transmitir información
entre nuestros
colaboradores?

PUERTOS EN LA MIRA

La importancia de su desarrollo



Maestría en

› Supply Chain Management

Forma parte de la red de graduados en SCM más grande del Perú.

› Conferencia informativa

07 abril 2016
7:15 p.m.
Swissôtel

› Inauguración

23 junio 2016

› Simulador The Fresh Connection

Única Maestría con un juego de negocios especializado para SCM, en donde se simula el desempeño de un equipo gerencial y se miden los resultados de las decisiones en la rentabilidad de la empresa.

› Doble Titulación



Magíster en Supply Chain Management
y Master en Dirección Logística y Distribución Comercial

› Componente Internacional

VIAJE A ESPAÑA 
Dos semanas en Madrid

- Clases presenciales
- Visitas empresariales

SEMANA INTERNACIONAL 

- Participación de más de 1,000 participantes
- Participantes del Perú y el extranjero
- Clases con profesores internacionales

esan.edu.pe

Informes e inscripciones:

Asesoras Comerciales: Adela Cáceres / Gisella Tejada
T/ 317 7226 **Anexos:** 4127 / 4124 **E/** acaceres@esan.edu.pe / gtejadac@esan.edu.pe
Alonso de Molina 1652, Monterrico, Surco **www.esan.edu.pe/inscripcion/mscm**

 conexionesan.com  @esanperu  esanposgrado



Primera Escuela de Negocios del Perú*

(*) Según prestigioso Ranking Internacional: América Economía 2015.

MAESTRÍA ACREDITADA POR:



DONDE LOS NEGOCIOS
QUE MUEVEN AL PERÚ
SE ENCUENTRAN

NO DETENGAS TUS GANAS DE CRECER



UNICARRIERS®
FORKLIFT

Soluciones completas para el manejo
y transporte de materiales


NUNCA DEJES DE AVANZAR

 **Maquinarias**

VENTA • ALQUILER • POSTVENTA

 www.maquinarias.com.pe

 614 5510  contacto@maquinarias.pe

 Av. Tomás Valle 601, San Martín de Porres.



LA SOLUCIÓN A SUS NECESIDADES DE **ALMACENAMIENTO**

ALQUILER DE ALMACENES DESDE 25 m² HASTA EL ÁREA QUE REQUIERA

**ALMACENES
ESTÁNDAR**

Áreas desde 25 m²
hasta 10,000 m²

**CENTROS DE
DISTRIBUCIÓN**

Áreas desde 4000 m²
Sin límites de espacio



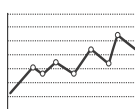
CONSTRUCCIÓN
CONSTANTE



ATENCIÓN
24 HORAS



SEGURIDAD
PERMANENTE



FLEXIBILIDAD
EN ALQUILER
DE ÁREAS



UBICACIONES
ESTRATÉGICAS



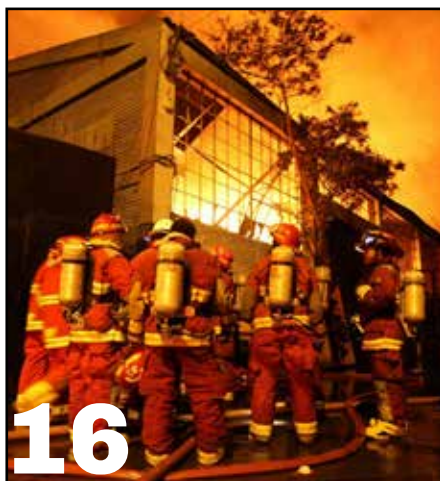
SERVICIOS
COMPLEMENTARIOS

CENTROS LOGÍSTICOS

- **CENTRO LOGÍSTICO VILLA EL SALVADOR**
130,000 m² de terreno
80,000 m² de almacenes techados.
- **CENTRO LOGÍSTICO PORTADA DE LURÍN**
700,000 m² de terreno
420,000 m² de almacenes techados
- **PRÓXIMAMENTE PORTADA DE LURÍN SUR**
Ubicado en el km 42 de la Panamericana Sur
2'700,000 m² de terreno
1'600,000 m² de almacenes techados proyectados.

(51-1) 625 - 4300 - info@bsf.pe - www.bsf.pe

*Oferta válida hasta el 30 de Junio del 2016, para nuevos clientes o ampliaciones de los clientes actuales para contratos cerrados hasta el 30 de Junio del 2016.



16



24



34



40



68



84

SEGURIDAD ANTE TODO

Lo que tenemos que saber sobre sistemas contra incendios. **16**

ASIA Y UNA CAÍDA HISTÓRICA

Cómo la reducción en los valores de fletes marítimos influye en el mercado. **24**

DE LA IMPORTANCIA LOGÍSTICA DE LOS PUERTOS MARÍTIMOS

¿Cómo persisten actualmente los muelles marítimos peruanos en sus objetivos? **34**

PERSPECTIVAS LABORALES EN EL MERCADO LOGÍSTICO

Ricardo Jabes de Michael Page Perú, nos cuenta el punto de vista de esta consultora en recursos humanos. **40**

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN EN RETAIL FARMACÉUTICO

La importancia de un Centro de Distribución para la industria farmacéutica local. **68**

EL PROTAGONISTA

Aldo Bresani, Director de la Maestría de Supply Chain de ESAN nos comparte algunos pasajes de su vida. **84**

...No se pierda la entrevista a Patricio Gajardo, con quien conversamos con motivo del lanzamiento de su libro de Buenas Practicas en Logistica. **98**



Retos Logísticos en Perú hacia el Bicentenario

Geográficamente somos un país privilegiado por su ubicación estratégica y tenemos la posibilidad todavía de convertirnos en un *Hub* y en un eslabón logístico clave para la región. Las oportunidades reales que tenemos con el APEC, Europa, Brasil y demás países de América son muy prometedoras, pero pueden truncarse si no se logra la debida conectividad logística entre los centros de producción y comercialización, acopio, plantas transformadoras, almacenes, depósitos temporales, autorizados, centros refrigerados, puertos y aeropuertos, etc. Carreteras, ferrocarriles, transporte aéreo e hidrovías tienen que ser potenciadas e interconectadas convenientemente y contar con planes de mantenimiento y de contingencias eficientes y rápidas para acercarnos a los mercados.

Para lograr mejoras en los próximos años, el siguiente gobierno debe conseguir que el Ministerio de Transportes dirija un verdadero liderazgo logístico del país, se mejoren las normas y regulaciones que generen competitividad logística, ordenamiento logístico y territorial, reducción o eliminación de los costos ocultos y los sobrecostos logísticos, y sobre todo identificar los trámites administrativos y burocráticos que todavía existen en el país, para persistir con la simplificación administrativa a través de la ventanilla única. Es necesario convocar a profesionales expertos en materia de transportes y logística para formar un equipo que enfrente los nuevos retos, sobre todo en transporte terrestre, sector donde no se ha podido avanzar, y que requiere una reforma integral, profunda con el apoyo del sector privado y la permanente participación de los gremios, universidades y el gobierno para lograr priorizar en orden de importancia las mejoras que el país necesita.

Hacia el Bicentenario si bien no podremos resolver todos los problemas del sector logístico, identifiquemos y trabajemos para enfrentar aquellos que nos permitan generar competitividad como país, ¿No sirve el pasado para aquello? Sí; por ejemplo, recuperar la imaginación de quienes, en tiempos de la Independencia, quisieron una nación verdaderamente integrada. Tendríamos que volver a esos ideales para ponerlos en práctica a favor de todos los peruanos.

José Antonio Caballero Jesús
Editor

LOGISTICA360
THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

Gerente General
Marina Ayres Lima

Gerente Comercial
Janet Hernández

Director
Oscar J. Hdez

Editor
José Caballero Jesús

Prensa y Redacción
Edwin Fiestas Valer
Nicolli Silva Aguilar

Dirección de Arte y Diseño
Carlos Meza Matta

Colaboradores
Buddy Alonso Abril
Wilfredo Eduardo Albitres Pereda
César Alva Falcón
José Aparcana García
Andree Carbonero
Juan Pablo Cerro
Emilio Fantozzi Temple
Jose Ferril Guisado
Augusto Alex Huaranca Olivares
Ismael Mayuri
Rafael Mendez Bravo
Miluska Morales Cuervo
Mitchel Narva
Daniel Onchi
Jyns José Francisco Ordoñez Torres
Carlos Paredes Galleno
David Radzinsky
Janira Samanez Cornejo

Edición de Fotografía
Wilson Roncal Martinez

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

OFICINA MADRID - ESPAÑA
Calle Genova N°6 2° 28850
Torrejon 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.
Logistica360 es una revista editada e impresa por Medios 360 E.I.R.L.; RUC 20600933940
Edición 17, Mes Marzo; año 2016

Suscripciones
+51987989451 - marketing@logistica360.pe

www.logistica360.pe



PIQUEO LOGÍSTICO



Instalan mesa transversal que busca destrabar barreras logísticas

Con la participación de tres ministros de Estado y representantes de los gremios empresariales más importantes del país, se instaló la Mesa Ejecutiva Transversal Logística de donde saldrán las soluciones y propuestas que destrabarán las barreras logísticas del Perú.

Este espacio, que forma parte del Plan Nacional de Diversificación Productiva (PNDP), permitirá que los privados coordinen y se comuniquen directamente con el sector público para identificar las trabas y encontrar las soluciones para impulsar el comercio y el desarrollo de las regiones.

La instalación de la mesa contó con la presencia de los ministros de la Producción, Piero Ghezzi;

de Transportes y Comunicaciones, José Gallardo; y de Comercio Exterior y Turismo, Magali Silva. También estuvieron los representantes del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público y de la Autoridad Portuaria Nacional.

Por el lado de los privados, participaron representantes de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas, la Sociedad Nacional de Industrias, la Asociación de Exportadores, la Sociedad de Comercio Exterior del Perú, la Cámara de Comercio de Lima; la Asociación Peruana de Operadores Portuarios y la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional.



Exportaciones peruanas sumaron USD 2432 millones en enero

El Banco Central de Reserva (BCR), mediante un reporte, informó que las exportaciones peruanas ascendieron a 2432 millones de dólares en enero pasado y que ese monto representa un crecimiento del 1.3%.

Los envíos tradicionales sumaron 1551 millones de dólares, mientras que los de productos "no tradicionales" representaron los 872 millones de dólares restantes.

El incremento en el nivel de exportaciones se debe a los mayores embarques de productos tradicionales como el cobre, café y petróleo, pero también al buen desempeño de los productos químicos y sidero-metalúrgicos, que pertenecen al rubro no tradicionales. De acuerdo al BCR, en enero las importaciones sumaron 2908 millones de dólares, lo que significa que la balanza comercial fue positiva en 477 millones de dólares en dicho periodo.



Envíos a la Unión Europea se dinamizaron tras acuerdo comercial

Al cumplirse tres años de la vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea (UE), el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informó que, en la última década, las exportaciones hacia ese bloque se incrementaron a una tasa promedio anual de 1.5%. En el 2005, los envíos a la UE ascendían a 4635 millones de dólares y el año pasado llegaron a los 5320 millones de dólares.

La titular del Mincetur, Magali Silva, resaltó que el año pasado las exportaciones al bloque Euro representaron el 16% de las ventas totales del Perú

al mundo. "La Unión Europea está conformada por 28 países y representa un mercado potencial de 507 millones de personas con un ingreso promedio anual de 34000 dólares", aseveró Silva al destacar las oportunidades que tienen los productos peruanos en el "viejo continente".

Entre los productos que fueron más demandados por los europeos en el 2015 estuvieron las paltas (199 millones de dólares), el cacao en grano (154 millones), las uvas (149 millones), los mangos (124 millones) y los espárragos (123 millones).



Ministerio de Comercio
Exterior y Turismo



Perú es uno de los principales exportadores de alimentos a Estados Unidos

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informó que el año pasado el Perú se consolidó como uno de los principales exportadores de alimentos hacia Estados Unidos. La titular de ese despacho, Magali Silva, precisó que las frutas, los vegetales y los productos del mar han tenido una creciente acogida en las mesas de esa potencia mundial.

De acuerdo a las cifras del Departamento de Comercio estadounidense, en el 2015 los envíos de arándanos crecieron 321,4% y las de banano orgánico lo hicieron en un

74,2%, en el comparativo interanual. Otros productos altamente demandados por Estados Unidos fueron las uvas, las conservas de pescado, el “mahi-mahi”, las mandarinas, los espárragos y mangos.

Los envíos de productos hidrobiológicos como filetes de pescado fresco o congelado aumentaron notablemente y llegaron a sumar 4.4 millones de dólares en el 2015. Lo mejor de todo es que ahora los importadores de alimentos de ese país han manifestado su interés por el ingreso de higos, granadas y del aguaymanto.



Ministros de la Alianza del Pacífico van a la caza de inversiones

En la primera semana de marzo, los Ministros de Economía y Finanzas de los países miembros de la Alianza del Pacífico se reunieron con inversionistas y representantes de fondos de inversión, gestores de activos y de fondos de capitales a quienes expusieron oportunidades para hacer negocios en la región.

La comitiva estuvo conformada por el ministro de Economía y Finanzas del Perú, Alonso Segura; el ministro de Hacienda de Chile, Rodrigo Valdés; el Ministro de Hacienda

y Crédito Público de Colombia, Mauricio Cárdenas; y el secretario de Hacienda y Crédito Público de México, Luis Videgaray.

El Perú, como Presidente pro tempore de la alianza, es el principal promotor de esta gira y de otros esfuerzos para demostrar que este joven bloque es uno de los espacios de integración más dinámicos del mundo. La Alianza del Pacífico fue creada el 28 de abril del 2011 y agrupa a Chile, Colombia, México y Perú.



PIQUEO LOGÍSTICO



Exportaciones mineras subirán en el primer trimestre del 2016

A pesar de la desaceleración que atraviesa el sector minero, la ministra de Energía y Minas, Rosa María Ortiz, afirmó que las exportaciones de dicho rubro tendrán una "sensible recuperación" en el primer trimestre de este año gracias al inicio de la operación de Las Bambas.

"En enero se registró un incremento en la producción de cobre de más de 40%, debido precisamente al ingreso

de Las Bambas", señaló Ortiz y agregó: "Esperamos que esta situación continúe en los próximos meses y cerremos el primer trimestre con una recuperación significativa de nuestras exportaciones". Gracias a Las Bambas, pronosticó Ortiz, se espera que la producción cuprífera peruana siga creciendo y alcance niveles de hasta 400 mil toneladas de metal exportado.



Estudio del Banco Mundial permitiría reducir sustancialmente costos logísticos peruanos

Aunque suene difícil de creer, los costos logísticos del Perú, que superan largamente a los de otros países de la región, podrían reducirse "sustancialmente" cuando se implementen las recomendaciones del "Estudio de Costos Logísticos de Exportación para cinco productos priorizados del sector de las agro-exportaciones" que está elaborando el Banco Mundial por encargo de los ministerios de Comercio Exterior y Turismo, y de Transportes y Comunicaciones.

La Cámara de Comercio de Lima precisó que el estudio plantea políticas que permitirán

que los costos logísticos peruanos se equiparen con los del resto de América Latina. Actualmente, estos costos en el país representan entre el 30 a 40 por ciento del precio final del producto transportado, mientras en otros países el margen oscila entre el ocho y el 15 por ciento.

Para la elaboración del estudio, el sector privado fue convocado a una serie de talleres en los que se recogió información sobre los factores que encarecen los procesos logísticos en el país.



China: comercio exterior cayó 15.7 % en febrero

En consonancia con su política orientada al consumo interno y por causas culturales, el comercio exterior de la China cayó 15.7% en febrero. En dicho período se produjo la paralización de buena parte de las industrias del gigante asiático debido a los festejos del Año Nuevo lunar, informó la Administración General de Aduanas china.

Así, las exportaciones chinas cayeron 20.6 % (126 300 millones de dólares) y las importaciones lo hicieron en un 8% (94 100 millones de dólares). Como resultado, el superávit comercial chino se redujo en febrero un 43.3%, lo que representa una disminución de 32 200 millones de dólares. Cifras monstruosas propias de la economía que hace girar el mundo.





Barnechea promete convertir a Piura en un gran centro logístico

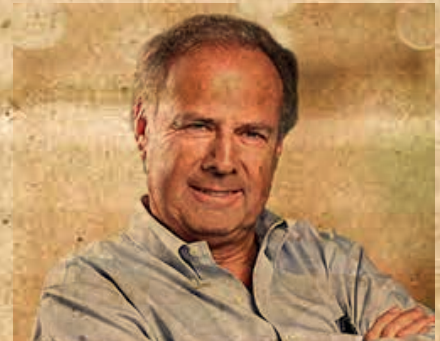
Durante su recorrido por las provincias del norte, el candidato a la presidencia por Acción Popular, Alfredo Barnechea, prometió convertir a la calurosa región Piura en un gran centro logístico y en un nodo industrial moderno.

"El Perú se encuentra en una zona estratégica, tenemos al frente la cuenca del Pacífico, donde se gesta el 51% del producto bruto del mundo, y detrás a Brasil. Por eso creo que Piura y las regiones del norte podrían ser grandes proveedores de insumos de Manaos

(Brasil) y desde Paita usar los tratados de libre comercio que tiene el Perú", explicó.

El despegue del emblemático puerto de Paita y la modernización del Centro de exportación, transformación, industria, comercialización y servicios (Ceticos) forman parte de la propuesta que el candidato tiene para impulsar la economía del norte peruano.

La industrialización de esas localidades es el complemento de su plan de desarrollo con el que busca convertir al Perú en un proveedor estratégico del monstruo sudamericano: Brasil.



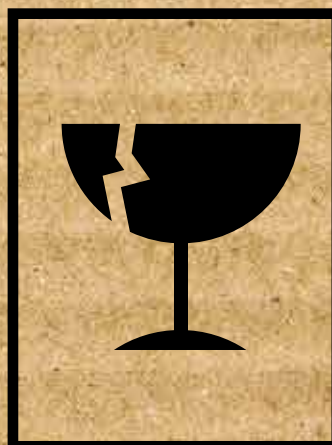
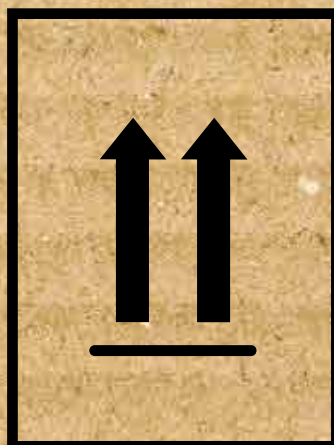
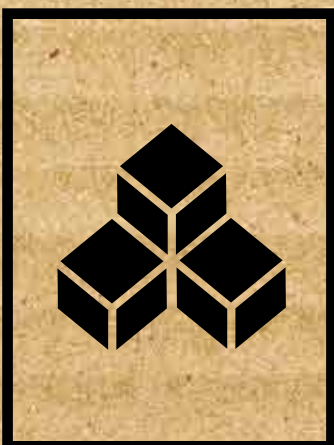
Crecimiento macroeconómico se apoyará en la minería, el turismo y la agroindustria

La expectativa de crecimiento macroeconómico para el Perú en el 2016 se apoya en tres pilares: el aumento de la producción de minerales, la expansión del turismo y la del sector agroindustrial. Así lo señaló el informe The Report: Perú 2016, publicado por Oxford Business Group (OBG).

Para OBG, el Perú mantiene "sólidos fundamentos macroeconómicos" apesar que los precios internacionales de los minerales siguen

estando lejos de los máximos alcanzados hace unos años. A ello hay que sumar el crecimiento de las exportaciones agrícolas y de la actividad turística que serán importantes "motores de crecimiento" y fuentes de ingresos de divisas.

No obstante, el informe señala que el Perú "tiene que afrontar retos" como la reducción de la burocracia y del déficit de infraestructura, así como aumentar su capital humano local.



PIQUEO LOGÍSTICO



Reservas internacionales suman más de USD 61100 millones

Una buena noticia. El Banco Central de Reserva (BCR) informó que, al primero de marzo pasado, las reservas internacionales netas (RIN) sumaron 61168 millones de dólares, monto que es equivalente al 32 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) y a 20 meses de importaciones.

Las reservas peruanas son muy superiores a las de otras economías que forman parte de la Alianza del Pacífico, como Chile, donde representan el

16% del PBI; Colombia (16%) y México (15%). En el caso de la equivalencia de las RIN con las importaciones, el Perú está por encima de Colombia (11%), Chile (8%) y México (5%).

En buena cuenta, las RIN son activos internacionales líquidos que contribuyen a la estabilidad económica y financiera del país; además, garantizan la disponibilidad de divisas para situaciones extraordinarias.



CCL: se necesita un acuerdo comercial con Taiwán

En el 2015, el intercambio comercial entre Perú y Taiwán sumó un total de 653 millones de dólares, de acuerdo a un reporte de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), si hubiese un acuerdo bilateral entre ambos países, tal como lo plantea la entidad, se produciría una mayor llegada de inversiones y empresas taiwanesas a suelo peruano.

El gerente del Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la CCL, Carlos García, destacó que Taiwán es un "mercado importante aún por explorar" y que para tal fin es necesario tener

un acuerdo comercial. "Esto permitiría que el intercambio comercial se desarrolle con mayor facilidad", agregó.

Para fortalecer las relaciones comerciales, en la segunda semana de marzo llegó al país una delegación de 32 empresas taiwanesas que buscan oportunidades en diversos rubros como: autopartes, maquinaria, ferretería, piezas eléctricas y electrónicas, productos de seguridad industrial, mueblería, equipos y máquinas de gimnasio, entre otros.



Con nuevos proyectos Ransa busca retomar el crecimiento

El 2015 no fue un buen año para el operador logístico Ransa, ello no ha amilanado el empuje de la empresa ni a sus altos ejecutivos quienes buscan concretar nuevos proyectos con los que optimizarán sus servicios y se prepararán para cuando la economía se reactive.

El gerente general de Ransa, Emilio Fantozzi, reconoció que el 2015 "no ha sido un año de crecimiento" porque la demanda de servicios logísticos en el sector minero disminuyó por la falta de nuevos proyectos. "Se ha visto disminuida nuestras ventas (al sector minero) con respecto al año pasado: igual en petróleo y gas, por la

caída del precio del crudo y los problemas sociales en algunas zonas de nuestra selva", acotó. En contraparte, los sectores electrodomésticos y consumo masivo tuvieron una dinámica interesante que compensó la disminución en otros rubros.

Para recuperar el crecimiento, Ransa ampliará su infraestructura con la construcción de un centro de distribución para autos en Lurín que "debería estar listo en abril del próximo año". Fantozzi precisó que la inversión en este proyecto bordea los 60 millones de dólares.





El Perú seguirá en la mira de los inversionistas

A pesar de los estragos del fenómeno El Niño, la incertidumbre propia de una elección presidencial y la desaceleración económica, el Perú sigue siendo un imán para las inversiones, aseguró el banco de inversión BCP Securities.

Según Walter Molano, economista de dicha entidad, el sostenido crecimiento del PBI peruano, que oscilará entre tres a cuatro por ciento este año, es el principal atractivo del país. A ello se suma el prudente desempeño de la gestión actual con la política monetaria del país.

Para Molano, el Perú "ha tenido la suerte" de haber evitado todo el peso del Fenómeno El Niño que ha golpeado con mucha más fuerza a otros países de la región. En suma, sostiene que habrá estabilidad económica y que ello despierta el interés de los capitales.



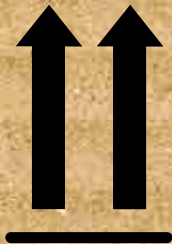
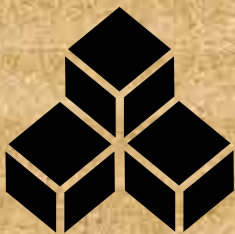
Sunat fortalecerá programa que hace más eficiente la atención aduanera

El programa Operador Económico Autorizado (OEA), certificación que hace más eficiente la atención aduanera y reduce el riesgo de "contaminación" en el envío de mercancías al exterior, será fortalecido por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat).

Así lo manifestó el intendente de gestión y control de la Sunat, Gustavo Romero, quien precisó que "se implementarán nuevos beneficios

para el sector privado, así como la promoción de la participación de las pequeñas y medianas empresas y otros organismos gubernamentales vinculados al comercio exterior".

El principal objetivo que persigue el fortalecimiento del programa es promover una lucha más eficiente contra el narcotráfico. Otras de las medidas tomadas con esa finalidad son los planes de acción que buscan el reconocimiento mutuo con las aduanas de Corea y Estados Unidos.



Agenda 360

SDI

METODOLOGIA DE CLASE MUNDIAL
PARA EL DISEÑO DE SU CENTRO DE
DISTRIBUCION

FECHA: 31 DE MARZO

EXPOSITOR: CONSULTOR INTERNACIONAL

FORMA LOGISTICS

TRANSPORTE TERRESTRE DE
MATERIALES Y RESIDUOS PELIGROSOS

FECHA: 02 DE ABRIL

EXPOSITOR: ING. ENRIQUE CASALLO C.

UNI - UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA:

PROGRAMA DE ESPECIALIZACION EN
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

FECHA: INICIO 16 DE MAYO (100 HORAS)

EXPOSITORES: ING. PERCY MARIN LIRA /
DRA. GLORIA VALDIVIA CAMACHO / OTROS

UP - UNIVERSIDAD DEL PACIFICO:

MAESTRIA EN SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT

FECHA: INICIO MAYO (20 MESES)

EXPOSITORES: VARIOS

FORMA LOGISTICS

CURSO TALLER CALCULO DE FLETES
PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE

FECHA: 12 DE MARZO

EXPOSITOR: EFRAÍN YRALA

APPROLOG - UNIVERSIDAD ESAN:

LA INTEGRACION COMO HERRAMIENTA
PARA MINIMIZAR INEFICIENCIAS -
LOGISTICA INVERSA

FECHA: 15 DE MARZO

EXPOSITOR: CARLOS ARIAS (DIRECTOR
DE ABS PERÚ)

CCL (CAMARA DE COMERCIO DE LIMA) - ESCUELA DE LOGISTICA

I PROGRAMA INTEGRAL EN LOGISTICA

FECHA: 06 DE ABRIL (CALLAO) - 07 DE
ABRIL (JESÚS MARÍA)

EXPOSITORES: VARIOS

UNIVERSIDAD ESAN

LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL
TRABAJO A TRAVES DE LA CADENA
DE SUMINISTRO

FECHA: 26 DE ABRIL

EXPOSITOR: ING. MARIO CABRERA
PLASENCIA (GERENTE DE OPERACIONES
STAKEHOLDER LATIN AMERICA

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



TRANSITEX

The World Closer

Transitex, su operador logístico en Perú: la mejor opción para transporte internacional en marítimo, terrestre y aéreo.

Transitex Lima

Calle Cantuarias 160 Oficina 306, 001136

Miraflores Lima (Perú)

Tel: +51 1 2434654 / Mobile: +51 951 609 194

E-mail: peru@transitex.pe

Transitex Piura

Centro Empresarial de La Cámara de Comercio y Producción de Piura

Urbanización San Eduardo a - 2. Piura - Perú Oficina 301

Tel: +51 1 2434654

E-mail: comercial@transitex.pe

www.transitex.com





Supply Chain, la nueva doctrina laboral

Satisfacer las necesidades del cliente. Éste es el fin del *Supply Chain Management* el cual logra a través de planificación, ejecución y control de las operaciones de la cadena de suministro

El Ing. español Ignacio Soret, director del Máster en Dirección de Logística y Distribución Comercial en ESAN-ESIC (Convenio internacional Perú-España), da sus perspectivas del actual panorama logístico y de *Supply chain management* (SCM) tanto en Europa (caso España), como en Perú. Además de cómo viene desarrollándose la formación de nuevos profesionales peruanos para las áreas y actividades de dicho proceso.

¿Cómo analiza el desempeño del SCM en España y en Europa?

Existe un fuerte y creciente desarrollo. La gestión del Supply Chain Management se encuentra cada vez más cerca de la planificación global y de la estrategia organizativa. Las funciones del Director de cadena de suministro requieren de una formación cualificada en muchos ámbitos; es decir en sistemas de información y ERP, en técnicas y herramientas LEAN, en gestión de personas o recursos humanos, habilidades de liderazgo y directivas.

Perú muestra un gran respeto por la logística, y sus profesionales son muy entregados en su formación académica de SCM

¿Cuáles son las últimas tendencias en la eficiencia de las operaciones logísticas en Europa?

Los temas que más preocupan están derivados de la internacionalización de los mercados y, por tanto, de las operaciones. La gestión de redes internacionales es otro punto importante en lo que al transporte y almacenamiento se refiere. Además de la deslocalización de centros, la localización de plataformas logísticas multimodales, puertos secos, la distribución física racional y eficiente, etcétera.



Ing. Ignacio Soret, director del Máster en Dirección de Logística y Distribución Comercial en ESAN-ESIC

El *e-commerce* ha desencadenado, por su parte, una actividad frenética en distribución urbana. El problema de la "última milla" debe resolverse rápidamente. Otro tema de preocupación tiene que ver con el medio ambiente y la sostenibilidad: la logística inversa. La legislación gubernamental debería apostar más fuertemente por acelerar la resolución de este problema.

¿Cómo observa el futuro del retail y el *e-commerce* en el mundo?

El *e-commerce* es imparable. El retail no va a desaparecer por ello. Ir de tiendas sigue formando parte de la diversión. Pero el gran reto, como ya he mencionado, está en la logística, la *e-logistic*, *e-full-filment*, *e-procurement*, B2B, B2C... como queramos llamarlo.

Con todos los avances tecnológicos en transporte y en telecomunicaciones, ¿hacia qué tipo de logística va el mundo en los próximos años?, ¿menos mano de obra manual y técnica será favorable para los países europeos o un problema de falta de empleo?

No es fácil la predicción. Por supuesto que todos los avances en automatización son espectaculares, tanto para picking, preparación de pedidos, como para almacenamiento automático, carga, descarga, etcétera. La preparación de pedidos cross-docking es una realidad en un porcentaje cada vez más elevado.

Incluso contamos en España con automatismos que permiten paletizar por referencia, no solo por capas. Esto se ha traducido en menos personal que, además, trabaja ahora en actividades de

control y mantenimiento. Lo bueno es que las actividades pesadas o peligrosas pueden ser eliminadas, lo cual es muy bueno para los operarios.

Sin embargo, se reduce el personal necesario en planta. Algunos se preparan y cualifican para nuevos puestos superiores. Otros cambian de empresa o de sector, incluso. Otros están próximos a

La gestión del SCM se encuentra cada vez más cerca de la planificación global y de la estrategia organizativa



la jubilación y deciden hacerlo anticipadamente. Otros, lamentablemente, no tienen elección y podrían perder su empleo. Aunque esto ya ha ocurrido desde la gran Revolución Industrial. Y no por ello la revolución se ha detenido.

¿Cómo es la logística de transporte de carga urbana en Madrid?

Avanza espectacularmente. Las medidas restrictivas al tráfico urbano van dirigidas a mejorar la calidad del aire y la calidad de vida; menos contaminación, menos ruido y menos accidentes, también menos atascos. El tráfico privado se ha limitado mucho. El transporte público se ha potenciado. Todo ello ha facilitado, asimismo, la distribución y el tráfico comercial. Un gran túnel de 14 kilómetros bajo la ciudad ha hecho que mejore la convivencia a todos los niveles.

A diario aparecen transportes más pequeños y menos contaminantes como los vehículos eléctricos. También hay iniciativas que apuestan por centros de consolidación urbana de cercanía o proximidad.

LOGÍSTICA Y SCM EN PERÚ

Teniendo en cuenta el caso español, ¿cuáles son los pasos que Perú debe seguir para mejorar su competitividad logística?

Perú va por muy buen camino. Está mostrando un gran respeto por la logística. El primer síntoma es la formación de sus futuros directivos, así se da la importancia que se necesita en esta área. También se nota que van mejorando en infraestructura; antes que las grandes plataformas y centrales de compras y grandes redes comerciales, son las infraestructuras.

Asimismo creo que han mejorado en carreteras, aumentando la velocidad media de transporte. Pero no hay que tener demasiada prisa, hay que planificar a muy largo plazo y acertar en dichas infraestructuras.

¿Qué recomendaciones brindaría a los encargados de la logística en el gobierno peruano para mejorar las conexiones y enlaces logísticos?

“Sin prisa pero sin pausa”, como decimos aquí. Deben contar con profesionales acreditados en logística y cadena




de suministro. Invertir sin miedo. Los retornos de una buena planificación son espectaculares. Así como desarrollar infraestructuras potentes a largo plazo.

¿Cuál es el nivel de ESIC a comparación de todas las universidades de España, y en su especialidad de la Maestría de SCM?

En España crece el interés por la cualificación en la logística. Sin embargo, muy pocas escuelas de negocio han apostado seriamente por la formación en esta área. ESIC lleva ya siete años formando profesionales, recibe un número muy elevado de latinoamericanos. Han pasado por nuestras aulas, en colaboración con ESAN, más de quinientos alumnos peruanos. Y les estamos agradecidos por su interés y respeto. He hecho, gracias a compartir tarea en la logística, grandes amigos en Perú.

¿Cómo es el desempeño de los alumnos peruanos en la Maestría de SCM en ESIC; qué resultados han logrado?

Son alumnos entregados, realizan un gran esfuerzo. Son muchas horas de formación diarias con clases magistrales, trabajos individuales y grupales, *master class* y visitas a empresas de gran relevancia nacional e internacional. Sin duda alguna, llevan una completa formación en estrategia logística, gestión de la cadena de suministro, producción y herramientas LEAN, *e-logistic*, distribución y *retail management*, compras, stocks y AS/AR, *cross-docking*, entre otros.

Son evaluados en cada una de las disciplinas y todos superan brillantemente los exámenes, lo que garantiza unos sólidos conocimientos. Esperamos seguir trabajando conjuntamente con los alumnos peruanos para el desarrollo del área empresarial del futuro. 

Cargo
Week
Americas

e x p o
carga

PRESENTADO POR:



28-30 JUNIO 2016

Centro
Banamex CIUDAD DE MÉXICO

Asista a la expo líder en Latinoamérica

que conjuga todos los aspectos del comercio exterior y transporte de carga



Regístrese sin costo en:

www.expo-carga.com



- Piso de Exposición con más de 16,600 m² ■ Programa para Compradores
- Eventos Especiales ■ 8 Foros Especializados ■ Talleres Prácticos

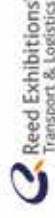
Patrocinadores Corporativos



Organizado por



Parte de



Contacto:

+52 (55) 8852-6000
info@expo-carga.com
ventas@expo-carga.com



SEGURIDAD EN ALMACENES: SISTEMAS CONTRA INCENDIOS



Mitchel Narva

Magister en Supply Chain
Management Esan
Administrador de Ventas
de Fitflow Peru S.R.L

En enero del 2016 la noticia del incendio en uno de los almacenes de un conocido supermercado sorprende a Lima donde, independientemente a las causales del siniestro, nace un llamado a reflexionar sobre si ¿realmente están seguros nuestros almacenes? y si a pesar de cumplir con las normas básicas sugeridas por Reglamento Nacional de Seguridad y Defensa civil ¿Podemos hacer algo más para evitar un siniestro?

En noviembre del 2012 es publicada la Norma Técnica A130 "Requisitos de Seguridad" la cual incorpora el capítulo XI – Almacenes. Dicha norma clasifica a los almacenes acorde a su resistencia al fuego, tomando como criterios sus elementos estructurales (dimensiones, pórticos, muros, entre otros) así como también los requisitos técnicos mínimos a aplicar según el tipo de mercadería a almacenar, tipo de almacén, altura de la mercadería almacenada y peligrosidad de la mercadería.

Ya en este último punto surge una primera alarma y es que quizás la mayoría de almacenes no prevén el

contenido de la mercadería a almacenar con respecto al sistema contra incendios a utilizar, más aún aquellos en los que se suele subcontratar un espacio en el cual rota diferente tipo de mercadería. En este artículo buscaremos ilustrar de manera sencilla cómo podemos entender la forma en que trabajan los diferentes sistemas contra incendios y mejor aún cómo podemos hacer que nuestro personal esté alertado para prevenir un posible siniestro.

Cada Segundo Cuenta

La logística no descansa, el profesional de logística actualmente no sólo es responsable de que la mercadería cumpla el flujo planificado para llegar a su destino en el momento oportuno sino también es responsable de cumplir una serie los requisitos y exigencias que los estándares internacionales exigen, en ese sentido la frase "cada segundo cuenta" toma un valor fundamental, donde una pequeña o gran intermitencia – digamos por un incendio - tiene consecuencias importantes en toda la

cadena logística y productiva provocando rápidamente daños que conllevan a pérdidas materiales y monetarias (que tal vez puedan ser cubiertas por un buen seguro) pero aún peor al deterioro de relaciones comerciales y pérdida de la confianza en nuestros clientes.

SISTEMAS CONTRA INCENDIOS

Los extintores, gabinetes de mangueras y la señalética constituyen parte primaria de un sistema contra incendios, para efectos del presente artículo analicemos un poco más a detalle los sistemas contraincendios automatizados y las características propias de cada uno frente a su acción ante un incendio y ante la mercadería a proteger.

Sistemas de Detección: Partiendo del principio básico que la mejor protección es la prevención es que el Reglamento Nacional de Edificaciones exige la instalación de Sistemas de Detección y Alarma centralizados para todo tipo de instalación sea Industrial, residencial o



comercial. Estos sistemas se caracterizan por tener una participación pasiva frente a un posible incendio están diseñados para identificar un cambio ambiental producto de algún proceso de combustión sean gases, humo, temperaturas o radiación. Pueden ser manuales o automatizados.

Estos sistemas están compuestos por un panel de control, que centraliza y monitorea las señales de los dispositivos conectados, dispositivos de iniciación (sensores de humo, sensores de temperatura, estaciones manuales de incendio y alarmas de flujo), dispositivos de notificación (sirenas, luces estroboscópicas) y dispositivos de control que activan los otros sistemas asociados a la red contraincendios por ejemplo la activación de la bomba contraincendios y del sistema de extinción.

Sistema de Extinción: Los objetivos de los sistemas de extinción de incendios son mitigar el efecto calorífico, controlar los humos, disminuir la aportación de oxígeno al foco y evitar las explosiones, todo ello con el propósito de permitir las operaciones de socorro y de lucha contra el fuego, hacer posible la evacuación de las personas y reducir los daños a las instalaciones y la mercadería.

Extinción por Agua: El agua es el medio extintor más utilizado en todos los tiempos para combatir incendios. El agua no es tóxica y puede almacenarse a presión y temperaturas normales. Sin embargo el agua se congela a la temperatura de 0°C y es conductora de la electricidad, su uso puede acarrear corrosión y deterioro irreversible a algunos materiales (electrónicos, documentos, etc.), y la aplicación sobre combustibles líquidos es limitada dado que los mismos flotan sobre ella separándose en dos fases (caso de los hidrocarburos). El agua es el elemento a escoger cuando se trata de un incendio que involucra a sólidos no reactivos al agua como maderas, telas, plásticos, etc.

LOS PRINCIPALES SISTEMAS DE EXTINCIÓN POR AGUA SON:

Sistemas húmedos.- Este sistema emplea rociadores automáticos que se encuentran unidos a un sistema de tuberías que contienen agua y están conectados a su vez a una fuente de agua. El agua se descarga inmediatamente cuando el rociador se abre debido al calor generado por el fuego.

Sistemas secos.- Este sistema utiliza rociadores que están unidos en un sistema de tuberías que contienen aire o nitrógeno a presión, la liberación de este (cuando se abre un rociador) permite que la presión del agua abra una válvula y que el agua puede fluir dentro del sistema de tuberías y salir por el rociador abierto. Es usado generalmente en almacenes refrigerados.

Sistemas de Diluvio.- Está conformado por rociadores abiertos, que descargan agua todos en forma simultánea. El sistema de tipo diluvio, se recomienda principalmente para la protección de áreas de alto valor y riesgo, como hangares de aviones, tanque de almacenamiento de flúidos peligrosos, etc.

Sistemas de Pre acción.- Es muy similar al de tubería seca, a diferencia de que está conectado a un sistema de detección de incendios. Para que se produzca una descarga será necesario que explote un bulbo de un rociador y que se dispare una alarma en el sistema de detección, es utilizado para proteger zonas donde el riesgo de descargas falsas o fugas se debe reducir a un mínimo absoluto por su alto valor.

Detectores de humo



Detectores de calor

Panel de Control



Alarma audible y visual



Estaciones manuales



Extinción por Espumas.- Los agentes espumígenos basan su acción en la creación de una masa de burbujas a través de una solución en agua de distintos concentrados. Como la espuma es mucho más liviana que el líquido inflamable, flota sobre este produciendo una capa continua de material acuoso, que separa el aire, enfría el combustible y aísla los vapores de las llamas, previniendo o extinguiendo un incendio. Las espumas se usan principalmente para combatir incendios de líquidos inflamables.

Extinción por Agentes Limpios.- Un agente limpio es un agente extintor de incendio, volátil, gaseoso, no conductivo

de la electricidad y que no deja residuos luego de la evaporación. Los agentes limpios trabajan en la extinción del incendio removiendo a los mecanismos físicos, químicos o ambos a la vez. Los agentes limpios son de aplicación en aquellos lugares donde el uso de otros medios de extinción ocasionaría más daños que el incendio mismo. Es el caso de museos, bibliotecas, salas de informática, de almacenamiento de datos, etc. Los gases limpios basan su efectividad en la rápida detección y extinción.

TODOS LOS ALMACENES SON DIFERENTES

La norma es única, pero cada almacén es un caso diferente con una

necesidad contraincendios diferenciada, que como profesionales en logística estamos llamados a entender, identificar y validar. Los almacenes son muy sensibles al riesgo de incendio, motivo por el cual es totalmente válido la previsión de excelentes condiciones de seguridad incluso superiores a las que las normas nos exigen.

En el sector logístico, la seguridad más que una necesidad, debe ser entendida como “un valor añadido al producto que ofrecemos al cliente”. 🔴



AMERICA LOGISTICA GROUP

...Logística para el cliente

ALMACENAMIENTO



Permite la tercerización de sus procesos y manejo de inventarios, permitiendo que usted se dedique a su actividad principal.

- Almacén físico.
- Recepción / Picking / Generación de documentos / despacho.
- Logística inversa.
- Manejo de CD y plataformas de Distribución.

AGENCIAMIENTO DE CARGA INTERNACIONAL



- Agentes de carga internacional (Cargas FCL, LCL), marítimas, aéreas, terrestres.
- Carga Proyecto, Transporte, Distribución física de bienes secos y perecibles.
- Servicio de estiba y desestiba.
- Servicio de custodia y resguardo de carga valorada.
- Almacén físico simple y aduanero.
- Seguros y embalaje.



TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA



- Distribución física por canales
- CARGA SECA: Flota de furgones desde 2.0 a 30.0 toneladas.
- CARGA PERECIBLE: Flota de camiones modernos con/sin rampa para manipuleo de carga.
- Monitoreo y Control de la cadena de Frío mediante Tecnología GSM/GPRS en Tiempo Real
 - Transporte de contenedores y carga suelta.
 - Transporte de carga en general/multimodal (local y nacional)
 - Transporte de carga dimensionada/proyectos.

Central Telefónica:
335 - 4109

RPC 997892231 / ENTEL 989105320

E-mail: jose.ferril@americalogistica.pe
a.benites@americalogistica.pe
delia.esparza@americalogistica.pe
cesar.huaman@americalogistica.pe

Almacenes:
Belisario Sosa Pelaéz 1055
Urb. Chacra Ríos Sur - Lima

www.americalogistica.pe



Transitex: innovación técnica, fiabilidad y experiencia en transporte de todo tipo de cargas

Transitex fue fundada en el 2002, y a la actualidad se ha convertido en un operador logístico global, con la misión de buscar soluciones integrales, fiables y competitivas orientadas hacia el mercado internacional, optimizando la cadena logística de sus clientes en cualquier parte del planeta. A la fecha, la firma está presente en doce países (este año esperan llegar a ocho más) y cuenta con 23 oficinas propias. La compañía también tiene presencia en nuestro país y para conocer más de sus operaciones aquí, conversamos con Alan Almeida, country manager de Transitex Perú.

¿Desde hace cuántos años operan en Perú?, ¿qué novedades trajeron al país en base a su experiencia previa en otras partes del globo?

Estamos en el mercado peruano desde hace cuatro años y medio. Trabajamos con un socio inicialmente y desde el 2015 emprendimos un camino propio.

Perú es un país exportador de materia prima (productos agropecuarios e hidrobiológicos) muy atractivo para nuestros clientes en otras partes del mundo donde operamos. Antes ya veníamos trabajando aquí y poseíamos participación en algunas firmas; hecho que nos animó a tener una presencia constante en este país, a partir de la apertura de oficinas.

Otro atractivo del mercado peruano está en los varios proyectos tanto de minería, hidrocarburos, entre otros, que necesitan movilizar su carga. Transitex posee en cada uno de los mercados

donde está presente un departamento de cargas proyectos (maquinarias de todos los tipos, fletamento de motonaves completas y parciales, y otros) con un equipo altamente calificado para la gestión de transportes y control documental permitiendo cumplir con todas las exigencias para el manipuleo de este tipo de mercadería.

Estas formas de trabajo ya las venimos realizando en otros países, y esa experiencia es la que se está aplicando aquí.

¿Cómo hacer ofertables sus servicios, ante un panorama logístico y de infraestructura poco desarrollado como el peruano?

Sabemos y conocemos las limitaciones logísticas y de infraestructura en Perú, y consideramos que se está trabajando por mejorar. Ante ello es vital encontrar a los socios estratégicos que ofrezcan calidad de servicio, seguridad y más

factores alineados a nuestros valores corporativos. Además también tenemos contratos con compañías navieras a nivel mundial con condiciones especiales que generan para los clientes ofertas atractivas. Nuestros socios estratégicos cuentan con certificaciones que dan cuenta de su desempeño.

¿Cuál es el principal factor que diferencia a Transitex del resto de operadores logísticos en Perú?

El mercado peruano es maduro y la competencia fuerte, pero precisamente la pugna con nuestros pares nos sirve para medir el servicio que brindamos. Algunas veces la competencia también se convierte en socio estratégico al realizar trabajos en conjunto. Pero de acuerdo a lo dicho, consideramos que nos diferenciamos por brindar un servicio excelente al cliente, sea pequeño, mediano o grande, le damos un trato igualitario; sin importar la cantidad



Alan Almeida
country manager de
Transítex Perú.

de carga que muevan, buscamos que queden satisfechos.

Asimismo en cumplimiento profesional y por las certificaciones que tenemos, capacitamos constantemente al equipo de compañeros que labora en la empresa, con el fin de cumplir con ofrecer al cliente ese trato igualitario que he mencionado.

Además, tener una representación a nivel global, con personal de Transítex en el país de origen y de destino de la carga, genera calidad de servicio y ahorro de dinero en beneficio siempre del cliente final.

¿Qué opinan de la actual preparación del profesional perteneciente al sector logístico peruano? Teniendo en cuenta que Transítex considera como mayor activo a su fuerza laboral.

Existen profesionales muy buenos. En mi tránsito por motivos laborales en otros países, he podido apreciar que

algunos no cuentan con centros de estudio donde los jóvenes aspirantes y los ya profesionales puedan acceder a cursos del área logística, hecho que sí se da aquí. Obviamente existe carencia de algunos perfiles en determinado sector de la cadena de suministro, pero en líneas generales el profesional logístico peruano está bastante informado y preparado.

Además también considero que trabajan con orden y disciplina. Algunas veces los problemas no se generan por factor del trabajador sino por políticas empresariales; hecho que debe cada día superarse.

¿Qué perspectivas tienen para este 2016 en cuanto al desarrollo de sus soluciones de carga?

En Perú buscamos expandirnos y brindar una mayor asistencia a nuestros clientes y potenciales clientes que utilizan el puerto de Paita para

sus exportaciones, mayoritariamente de productos hidrobiológicos y agrícolas en contenedores; sector en el cual poseemos notable experiencia y capacidad para brindar los más altos estándares de calidad en el transporte de productos con temperatura controlada.

Hace poco nuestra sucursal Transítex Brasil realizó una importante inversión en la compra de una flota de camiones exclusivamente para el transporte internacional de carga refrigerada o seca. Esto ha permitido que el mercado peruano tenga en Transítex una nueva alternativa más en este tipo de modalidad de transporte, que ya ha sido aprovechada de forma inmediata por empresas que quieren realizar sus exportaciones e importaciones hacia y desde Brasil. Uvas, ajos, cebollas, quinua, carne, zapatos, revistas, entre otros son algunos de los productos que ya estamos transportando.



La filosofía de Transitex está enfocada en la pasión por la excelencia, flexibilidad, innovación, integridad, respeto, sostenibilidad y búsqueda por los desafíos

En la última convención del Grupo Transitex en Latinoamérica, se acordó lograr una mayor integración y sinergia entre sus miembros (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú y México), promoviendo el intercambio comercial de compañías exportadoras e importadoras

¿Cuáles son sus principales zonas de influencia en Perú en cuanto a carga marítima?

Buscamos operar en todo el territorio nacional, de acuerdo con los requerimientos y necesidades de nuestros usuarios. Por el puerto de Paita atendemos a clientes que exportan productos hidrobiológicos y agrícolas, así también atendemos las necesidades del cliente importador que requiere que su carga llegue al puerto del Callao.

En la actualidad, un 70% de la carga de productos hidrobiológicos y agrícolas que manejamos es exportada por el puerto de Paita. Mientras que un 95% de las importaciones son canalizadas al puerto chalaco.

¿Qué características tienen sus clientes peruanos?, ¿qué los diferencia de sus pares en la región?

Trabajamos con empresas (generalmente europeas) que tienen sus

matrices en sus países de origen tal vez y requieren importar alguna carga. Y ellas de repente desconocen o no se adecuan a los procedimientos de importación en Perú, por lo que debemos capacitar a dichos clientes en los pasos que deben seguir.

Distinto es con los exportadores peruanos que ya conocen y comprenden las dificultades, pero sin descuidar las expectativas finales que esperan de nosotros. En el rubro agrícola también realizamos trabajo de capacitación con algunos clientes que desconocen los pasos de exportación; y esto no es un limitante para nosotros, sino un impulso para seguir y cooperar con el desarrollo del mercado peruano.

¿Qué aspectos de la cadena logística considera que el próximo gobierno debe mejorar?

Debe regular los altos precios de exportación, que no benefician a los usuarios y hacen perder competitividad

a los productos peruanos. Éstos poseen una gran calidad, valor atractivo frente a su competencia. El gobierno debe estar siempre atento a lo que sucede en la cadena logística peruana, tanto en precios como en infraestructura, propiciando las mejores condiciones para exportadores e importadores.

¿Qué medidas desarrollan dentro de su trabajo para la protección del medioambiente y una buena relación con la población dentro de su zona de influencia?

Somos una compañía consciente y comprometida con el medio ambiente. Vamos desde lo pequeño a lo más grande; como la reutilización de hojas hasta contar con una flota de vehículos en buen estado, que en lo mínimo presenten emanación de gases contaminantes. Este aspecto –contar con una flota vehicular óptima– garantiza un normal desarrollo de las actividades comerciales.

únete a la red de profesionales que **Crea valor**

Somos la **Asociación Peruana de Profesionales en Logística**, conformada por profesionales vinculados a las actividades logísticas y cadena de suministro (Supply Chain Management) de diversos sectores públicos y privados del país.

En **APPROLOG** trabajamos por el crecimiento profesional y la capacitación permanente de nuestros asociados, promoviendo las mejores prácticas, la integración y redes de contacto entre los profesionales del sector.

Nuestros asociados contarán con ingreso libre a los Workshops que organizamos, tarifas preferenciales para nuestra Conferencia Internacional y la participación en Talleres realizados por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) conjuntamente con el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF).

Contamos con un programa de Visitas Guiadas a reconocidas empresas en Lima, provincias y en el extranjero accediendo al tarifario exclusivo. Además ofrecemos descuentos en Diplomados y Maestrías de Supply Chain Management y Logística, dictadas por prestigiosas universidades e instituciones con las que mantenemos convenio (Universidad ESAN, Universidad del Pacífico, UPC, GS1 Perú, entre otras).

Conoce más sobre nosotros en nuestra página web:

www.approlog.org

comunicaciones@approlog.org





ASIA Y UNA CAÍDA HISTÓRICA, ¿CAMBIARÁ LA ESTRATEGIA DE VENTA?



Carlos Paredes Galleno
Asia Desk Manager
DHL Global Forwarding
Peru SA

No cabe duda que el 2015 puede ser considerado un año histórico para las tarifas de fletes marítimos de importación desde Asia a Sudamérica. Una situación tan crítica como esta no ocurría desde hace diez años aproximadamente, al menos en nuestro país, en donde también registramos una caída en las tarifas de fletes marítimos a niveles muy complicados. En esta como en otras caídas el factor importante fue el precio del petróleo. Al parecer estas tarifas llevaron a muchos importadores a trabajar con mayores volúmenes de carga y es por tal motivo que el mercado creció aproximadamente 5.29%¹ en comparación al 2014 (volumen).

Varios clientes se preguntan: ¿por qué?, ¿desde cuándo ocurrió?, ¿quiénes lo ocasionaron?, ¿este 2016 también será igual?, ¿qué debemos hacer?, ¿cuáles serán las tarifas?

Felizmente el cuaderno que utilizo día a día, a manera de borrador para todos mis apuntes, me ayudó para poder observar de alguna manera la evolución de las tarifas en el pasado año. Esta información perfectamente contrastada

con las estadísticas finales me permite, de alguna manera, comprobar cómo cayeron las tarifas en nuestro país y en toda la región. Se plantearon muchos supuestos económicos como causantes de esta situación, y en definitiva son puntos que siempre debemos tener en consideración en cualquier segmento de negocios en que nos encontremos. En un mundo globalizado es muy importante saber que lo bueno y lo malo que ocurre al otro lado del planeta puede repercutir inmediatamente en nuestro día a día.

Mediante una serie de fuentes, en sí los mismos clientes (principalmente) como navieras y agentes de carga he podido recabar información sobre lo ocurrido y es similar entre ello, pero lo interesante está en las ingeniosas metodologías que se tuvo que utilizar para poder realizar una venta basada en inteligencia, experiencia y conocimientos para los clientes; no solo se quedaron en el precio. Cabe decir que no podría hablar por todos los involucrados en este último factor, pero tengo la esperanza de que a eso se deba apuntar en este 2016 para prevenir una situación similar.

En enero del 2015, unos precios referenciales y muy competitivos ya en ese momento eran 20': USD 1 500 y 40': USD 3 000 (All in, puertos base), números referencialmente buenos en ese momento. La campaña navideña ya había llegado y por esas fechas la campaña escolar ya se encontraba arribando, por lo que una gran parte de este segmento de clientes, como el Mercado Central, sector generador de un gran volumen de estas rutas, se encontraba económicamente activo.

Pasó la mitad del año aproximadamente con ciertas subidas y bajadas aunque dentro de niveles razonables y era parte de lo que años anteriores habíamos tenido, dado que a mediados de enero del 2015, los cuatro principales índices del petróleo como el Brent, el WTI, el Dubái y la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) nos daba una caída del petróleo alcanzando un promedio de USD 50/barril, con una ligera subida en mayo a USD 65/barril aproximadamente².

Hasta el momento el 2015 aparentaba ser un año guiado por el

¹ Infoscomar

² Preciopetroleo.net



En un mundo globalizado es muy importante saber que lo bueno y lo malo que ocurre al otro lado del planeta puede repercutir inmediatamente en nuestro día a día

La confianza y cercanía con nuestros clientes es y será siempre la herramienta diferenciadora, lo fue en la época de crisis y lo será siempre

precio del petróleo nuevamente como referencia, pero a esta variable se le sumaron dos nuevos factores que para muchos involucrados en el tema consideramos son los tres factores más influyentes desde nuestra perspectiva de logística internacional, relacionados de alguna manera con muchos aspectos externos y económicos: el aumento de oferta de fletes, la aparición de una nueva línea naviera participante en esta ruta y la caída de la Bolsa de Shanghai en junio.

Para entonces el precio del barril rondaba los USD 48, mientras que las tarifas de fletes internacionales desde un puerto base de China al Callao se encontraba en 20': USD 500 y 40': USD 1 000. También tuvimos la fusión Hapag-Csav, la fusión Hamburg Sud-Ccni, y definitivamente las alianzas no te daban un indicador natural de que las cosas estaban yendo bien.

Ingresa en julio la naviera Yang Ming y se une al servicio compartido junto a Hanjin y Hyundai. Desde esta combinación de factores, una mayor oferta de fletes y con mucha disponibilidad de espacios se creó un efecto oferta/demanda generando desde

entonces una caída desmesurada de los fletes y la desesperación de todos los involucrados fue notoria hasta noviembre. Las navieras menos pensadas se colocaron rápidamente al frente y decidieron competir con precios bajos también, en muchos casos exoneraban el OWS (*Overweight Surcharge*) y ofrecían todo lo que podían.

Las agencias de carga empezaban a circular con precios en muchos casos sin márgenes, en varios con pérdidas y en pocos con ganancias. Era agosto y tocó una caída a la Bolsa de Shenzhen, y como consecuencia llegó otro momento de crisis. En septiembre/octubre ya se estaba vendiendo 20': USD 250 y 40': USD 400, luego de algunos intentos de aplicar un GRI por parte de las navieras el mercado empezaba a predecir y especular una baja de las tarifas de manera repetitiva.

Del otro lado de la pista, los clientes con licitaciones buscaban renegociar sus contratos, mover carga por fuera de estos acuerdos y poder embarcar con estas tarifas ya que su negociación inicial estaba muy por encima del mercado. Otro grupo de clientes exigía con razón los niveles sin margen para las agencias de carga ya que algunos grupos decidieron "comprar pan para vender pan" ante una situación como esta. Más de un emprendedor decidió abrir su empresa o cambiar el origen de su compra ya que la tarifa se encontraba en 20': USD 200 y 40': USD 300.

En octubre y noviembre, la crisis ya estaba digerida. Adivinábamos la tarifa que vendría entre broma y broma, si el mercado vendía y compraba en USD 200

pero queríamos vender USD 220 ya nos decían "caros", increíble pero cierto era la ley del más fuerte y para este entonces muchos vendedores de las agencias ya no querían enfocarse en esa ruta porque sin márgenes para la empresa menos podías imaginarte una comisión.

El año acabó con la cifra histórica de 20': USD 100 y 40': USD 150 (*all in*) en nuestro país y un nivel muy similar en la región. Para vender algo que todos tienen en precio era cuestión de momento, de tiempos, de quién estaba más cerca a su cliente, quién llegaba primero al cliente que decide orden por orden, otro perfil de cliente son quienes confundidos ante la situación confiaron en el agente con quien ya trabajaban, pero no existía mayor factor diferenciador entre aquel y uno nuevo, porque a pesar de la tarifa el servicio lógicamente debía ser mejor.

La confianza y cercanía con nuestros clientes es y será siempre la herramienta diferenciadora, lo fue en esta época de crisis y lo será en otras que lleguen. El 2015 fue un año dentro de todo muy retador, que desde mi punto de vista limpió el mercado, un periodo donde nuestros clientes pudieron confirmar que nosotros estamos para asesorarlos, para transmitirles información, y que sepan que estamos con ellos. El precio, es decir la tarifa es un simple número en el que las partes siempre podrán ponerse de acuerdo en una relación de: qué se necesita y qué te puedo ofrecer para ello.

Finalmente, este 2016 ha empezado con el precio del barril de crudo en USD 30, con muchas especulaciones y con ciertas caídas de precios. Mucho cuidado porque las navieras no volverán a permitir un año como el 2015 en donde se generaron muchas pérdidas con esos niveles, no por algo la oferta de fletes se ha contraído en un 17%³ aproximadamente (volúmenes) y tenemos servicios compartidos entre varias líneas. Este es un año de recuperación, no pensemos que sea similar al 2015, esta es una nueva página... ¿y la tarifa? como siempre, calma, va a llegar. 🍷

³ Dato de mercado



Nuevos actores y tendencias en el escenario retail peruano

Conellema “Anticipándonos al Futuro: Oportunidades y desafíos del *Retail* en el Perú”, Seminarium Perú y la Asociación de Centros Comerciales del Perú (ACCEP) llevarán a cabo el próximo 16 y 17 de marzo el XIII Congreso Internacional Retail 2016. Según explica Rafael Dasso, Presidente del Comité Consultivo de este congreso y gerente general de Real Plaza, este evento tiene la finalidad de compartir experiencias locales e internacionales que puedan servir de referente, además de presentar las principales tendencias y cambios del *retail* en Perú presentes en un escenario donde nuevos competidores y formatos han arribado.

¿Qué importancia tiene el XIII Congreso Internacional de Retail 2016? Teniendo en cuenta sus objetivos.

Es un evento importante dado el contexto electoral porque se abarcarán temas de gran interés y se presentarán casos de diferentes industrias donde se han cambiado las reglas de juego y los jugadores. Antaño no existían grandes compañías mundiales (como Alibaba, Amazon, entre otras de varias industrias comerciales), esto refleja un cambio disruptivo que parte como un riesgo pero también es una oportunidad,

dependiendo de cómo se quiera enfrentar.

Vemos también nuevos formatos de tiendas como las *fast fashion*, que están entrando a Perú, y como ya he dicho puede ser un riesgo u oportunidad para el sector retail. Este modelo de negocio va teniendo éxito a nivel mundial y se replica en todos los países.

¿Con qué necesidades, según ha identificado la organización del evento, llega su público objetivo?

Al XIII Congreso Internacional Retail 2016 llegan empresarios, directivos,

gerentes generales, gerentes comerciales, gerentes de marketing, proveedores y consultores de las diversas áreas vinculadas al mercado minorista, quienes están en busca de experiencias locales e internacionales que puedan servir de referente para sus negocios, además de aprender las principales tendencias y cambios del sector en nuestro país y el nuevo escenario del Retail conformado por nuevos competidores y formatos.

Asimismo, los funcionarios de los principales retailers del país encontrarán en el congreso un espacio para la interacción y el networking.



Real Plaza

Rafael Dasso,
Gerente General
Real Plaza



En esta 13ª edición estamos trayendo a los mejores especialistas del sector, como el caso de Michael Bergdahl quien trabajó varios años en Walmart o Isra García quien es experto en retail, marketing, innovación disruptiva y economía conectada.

¿Cómo viene desarrollándose el sector retail, con sus modelos de negocio, en provincias?

En provincias, por cuestiones de hábitos y poder adquisitivo, toma más tiempo el ingreso de nuevos y modernos modelos de negocio, pero cada día ese aspecto va transformándose. En la

Reconocidos expositores de renombre nacional e internacional se darán cita en el décimo tercera edición del Congreso Internacional Retail 2016

actualidad se están construyendo dos tiendas *fast fashion* (H&M) en Arequipa y Piura. Es decir sí hay un interés de las compañías que aplican formatos como el mencionado, por llegar a ciudades del interior del país. La existencia de centros comerciales ya evidencia cambios en los hábitos de las personas del lugar, pero como repito es cuestión de tiempo para ver mayores y mejores perspectivas.

¿Qué aspectos del sector retail debe preocuparse en mejorar el nuevo gobierno?

Considero que debe preocuparse en destrabar los varios proyectos de



inversión en minería e infraestructura. Este último sector influye dentro del retail debido a que también estamos ligados a una cadena de distribución; hoy en provincias ya se tienen costos de transporte muy altos.

¿Qué prácticas de seguridad se deben desarrollar en las instalaciones de centros comerciales y retailers?

En los centros comerciales tomamos todas las medidas de seguridad alineados tanto a parámetros internacionales como sometidos a la supervisión y autorización de las entidades locales (como Indeci); se tienen equipos dedicados únicamente a cumplir esas medidas de seguridad. También velamos porque en las tiendas de los retailers se cumplan las pautas de protección.

¿Qué fin tiene el XIII Congreso Internacional de Retail 2016?

Buscamos que los asistentes desarrollen una red de contactos (*Networking*), conozcan y muestren sus modelos de negocio así como productos que cada quien viene utilizando. Llegarán retailers de varias partes del globo para interactuar y comunicarse a fin de abrir nuevos frentes de negocio. A través de los expositores, los participantes podrán conocer nuevas ideas exitosas de negocio que bien podrían aplicarlas a su realidad y contexto. El éxito de este evento se medirá por la cantidad de asistentes y por los comentarios que ellos nos den.

El evento abordará temas como: Nuevos competidores y nuevos formatos, Disrupción, innovación y transformación, Digital Retail, entre otros



XIII Congreso Internacional **RETAIL** 2016

16 / 17 de marzo • The Westin Lima Hotel



ANTICIPÁNDONOS AL FUTURO

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DEL RETAIL EN EL PERÚ



MICHAEL BERGDAHL

Walmart Expert, Former Business Executive & Bestselling Author

- *Picking Walmart's P.O.C.K.E.T.S. The Seven Strategies of the World's Largest Company*
- *How Peruvian Retailers can Compete, Survive & Thrive*



ISRA GARCÍA

Marketer, agente de cambio y experto en innovación disruptiva

- *Cómo crear un retail innovador y disruptivo*



SUCHARITA MULPURU

VP, Principal Analyst Serving E-Business & Channel Strategy Professionals, Forrester

- *Key success factors for selling online*

Además: Estrategia • Retail Digital • Nuevos Competidores y Nuevos Formatos • Entorno Competitivo • Disrupción, Innovación y Transformación • **Casos de éxito:** Innova Schools, Crepier, Custo Barcelona, Tambo; entre otros

☎ 610 7272 opción 1 • INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE • [f](#) [v](#) [in](#) [t](#) #RetailPerú



Somos el futuro del almacenamiento



“BSF Almacenes del Perú: creo que esto es el futuro de la logística en Perú, porque el área es suficiente para que pueda trasladarse ‘todo el Callao’, lo cual ayuda a las economías de escala y a ir bajando costos”, dice Juan Antonio Angulo, Gerente General de BSF Almacenes del Perú, en entrevista con Logística 360.

¿Cómo le fue a BSF Almacenes del Perú durante el 2015?

El 2015 fue un año sumamente retador con un primer semestre bastante complicado. A partir del mes de junio en adelante pudimos observar una mejora en sentido de recuperación; esta nueva tendencia se mantuvo al alza durante los meses siguientes lo que nos permitió cerrar operaciones colocando alrededor de 120,000m2.

¿Sabemos que BSF tiene su casa matriz en Chile, nos gustaría hacer semejanzas o diferencias, por

ejemplo: la infraestructura es similar, son iguales los almacenes; existen diferencias entre ambos mercados?

En BSF entendemos las características de ambos mercados; dicho esto, nuestro servicio tanto en Perú como Chile es muy similar con la intención de mantener un estándar que nos permita marcar la diferencia en la región. Hoy en día, nuestra característica más resaltante y que en el mercado local es muy bien recibida es la “flexibilidad” de nuestro servicio, que va desde contratos de almacenamiento por periodos de un mes a un año, hasta almacenes o

bodegas con áreas de 25m2 en adelante, según las necesidades del cliente. Esta característica nos hace únicos en el mercado y nos da una ventaja diferencial en el mismo.

¿Y las diferencias con el mercado chileno?

Consideramos que la diferencia más resaltante del mercado chileno se debe a la manera de administrar sus negocios siéndoles más rentable alquilar un almacén que hacerse de uno propio, y es bajo esta filosofía de ahorro que vienen trabajando poco más de 3



Juan Antonio Angulo,
Gerente General de BSF
Almacenes del Perú



décadas; mientras que para el mercado peruano, este concepto de negocio aún es nuevo y toma tiempo generar consciencia sobre los beneficios de este sistema de almacenaje y el ahorro operativo que genera a las empresas que lo utilizan.

BSF en Chile es líder en su rubro y pionero en este tipo de negocio; en Perú con seis años de presencia los resultados siguen siendo alentadores, lo que nos motiva a seguir ampliando nuestra operación, con un servicio cada vez más personalizado a la medida de nuestros clientes

De otro lado, les ha pasado que, al estar presentes en Chile y Perú ¿hay empresas que negocian almacenes para ambos países en conjunto?

En realidad no, puesto que son administraciones diferentes y nuestros

clientes que toman el servicio en ambos países lo saben.

¿Qué animó a BSF a abrir operaciones en Perú?

BSF se anima a ver el mercado peruano a pedido de Cencosud, empresa chilena de gran reconocimiento que cuenta con el respaldo de nuestra empresa para soportar sus operaciones. Es así, que con el interés de ellos de ingresar con nosotros al Perú y el éxito comercial de varias empresas chilenas ya residentes, decidimos abrir operaciones logísticas bajo la modalidad de alquiler de espacios de acuerdo a sus necesidades.

Actualmente, la tendencia es conseguir almacenamiento fuera de Lima ¿cómo evalúan ustedes la competencia local? ¿Qué opinan del Callao en el aspecto logístico?

Cuando un modelo de negocio es exitoso y se acomoda a los requerimientos del mercado las posibilidades de réplica son inmediatas, y esto es un buen indicador. En Perú nuestros competidores ofrecen una propuesta de alquiler de almacenes a la medida pero con precios más altos y sin ningún tipo de flexibilidad sobre periodos de alquiler o el área de sus bodegas. BSF como ya lo mencionamos, fija su potencial diferenciador en la flexibilidad del servicio que brinda, ya sea por el tiempo de renta como el espacio a considerar, es así que hoy contamos con el 60% de participación del mercado.

El Callao hoy en día ya no es el mejor distrito para la gestión logística, las nuevas zonificaciones de vivienda cada vez dan mayor paso al desarrollo inmobiliario reduciendo las áreas para industria y almacenaje de mercadería,

dándonos la apertura para trasladar ese polo logístico a la zona sur de Lima. Este cambio, no solo favorece a BSF, cada vez hay más empresas que trasladan o apertura sus centros de atención en zonas más alejadas como Chilca, Pucusana, Pisco entre otros.

¿Aparte del modelo de negocio, la flexibilidad y los atributos con los que cuentan, qué los diferencia actualmente en sus centros logísticos?

Este año dejamos de ver solamente la construcción y nos detuvimos a pensar en qué necesitaban nuestros clientes y sus colaboradores. Después de 5 o 6 años construyendo almacenes constantemente, a un buen ritmo, hemos concretado algunas obras para que el centro sea mucho más amigable para nuestros clientes y sus colaboradores. Tenemos una zona de recreación, la misma que cuenta con dos canchas de césped sintético, una pérgola, donde las empresas puedan hacer algún evento interno, asimismo, otros servicios adicionales como paramédico y ambulancia a tiempo completo para cualquier emergencia, zonas de descanso distribuidas a lo largo de todo el centro, un bus de acercamiento interno, ya que el Centro Logístico tiene más de 1.5 km de fondo.

¿Adicionalmente al negocio de almacenamiento, qué otro tipo de campañas o facilidades realizan?

Pensando en darles mayores facilidades a nuestros clientes y sus operadores, hicimos el acceso de la autopista, el bypass ya existía, específicamente desarrollamos el acceso auxiliar de la carretera antigua, en el cual se encuentra un área verde con nuestro logo como señal, de que por ahí se accede al centro rápidamente.

En cuanto a la parte social, tenemos campañas de acercamiento y responsabilidad social con la comunidad; en este marco, realizamos cursos de capacitación logística totalmente gratuitos con pobladores de nuestras áreas de influencia. En Punta Hermosa y Lurín la mayor parte de los jóvenes se dedican al negocio de restaurantes o ganadería, en BSF hemos querido reconvertir un poco esa realidad, porque el negocio de los restaurantes es por temporadas. El curso de logística está a cargo de un especialista



en la materia, básicamente es sobre logística primaria y los estudiantes, una vez concluido el curso, les entregamos un diploma de participación, firmado por BSF y los alcaldes del área correspondiente. Ya tenemos tres cursos desarrollados y los jóvenes se encuentran trabajando en empresas logísticas, algunos de ellos, nuestros clientes. Entonces imagínate, capacitamos mano de obra para nuestros propios clientes.

**¿Qué es lo que se viene para el 2016?
¿Qué pueden esperar los actuales o potenciales clientes?**

El 2016 es un año electoral y por ende un periodo complicado por la incertidumbre que genera el no saber quién tomara el mando del país y qué cambios deseará realizar en el corto y mediano tiempo y los impactos de estos sobre la industria, el tipo de cambio entre otros.

Por nuestro lado, seguiremos invirtiendo en el desarrollo de nuevas soluciones integrales para nuestros clientes, como la creación de nuestro nuevo centro logístico Portada de Lurín Sur, el mismo que se construye sobre una base de 250 hectáreas, dándonos un total de 1'500,000 m² de almacenes, para desarrollar en 10 años. Este proyecto es el resultado de la confianza que tienen los socios en el país y en el modelo de negocio.

¿Cómo será el progreso del Centro Logístico Portada de Lurín Sur?

Es un proyecto a desarrollar en 10 años, ya empezamos a construir los primeros 80,000 m² y nuestro objetivo


En BSF tienen todos los servicios que a veces no tienen otros almacenes, como por ejemplo comedores, vigilancia, seguridad vial, SSHH, tranquilidad para operar y eso hace una gran diferencia.

es colocar la mitad durante el primer año. Estamos considerando a nuestros clientes de gran escala para inaugurar las operaciones, puesto que son ellos quienes demandan mayor espacio y Portada Lurín Sur tendrá todas las facilidades que necesitan.

Una de las ventajas de este centro logístico es su ubicación dentro del distrito de Punta Hermosa, que lo convierte en un complejo con un alto nivel de accesibilidad reduciendo el impacto por la distancia versus nuestros competidores.

Para finalizar ¿tienen algún comentario que quieran compartir con los lectores de la revista?

Solamente resaltar la confianza que tenemos en este modelo de negocio, bastante innovador para el mercado peruano. Son 6 años en el Perú hoy con más de 500,000 m² de almacenes construidos, ocupados en un 80%, lo que nos motiva a seguir invirtiendo en la construcción y generando empleo a más familias.

Estamos convencidos que nuestro modelo va a ir calando cada vez más en el mercado, volviéndonos la alternativa número uno en almacenaje, no solo para las empresas de los diferentes sectores sino también para los otros operadores logísticos, para quienes seremos más que una competencia, un aliado para la solución de sus requerimientos de espacio. 



mPOS®



MWS®



mForms®



mTrack®



TRES PRODUCTOS, ¡UNA MISMA SOLUCIÓN!

OPTIMICE SUS RUTAS DE TRABAJO, LOCALIZACIÓN, OPERACIÓN Y MONITOREO EN TIEMPO REAL DE SU FLOTILLA

- **TC55 TOUCH COMPUTER:** Un dispositivo móvil que se ve y funciona como los smartphones más populares, pero diseñado para los negocios
- **IMZ:** Haga más fácil simplificar sus transacciones con recibos e impresión de facturas en sitio. Escoja de una variedad de opciones inalámbricas, incluyendo la habilidad de trabajar con los más actuales sistemas operativos
- **MOBIWORK:** Mobile Workforce Solutions, una plataforma múltiples soluciones



ECUADOR

ventas@posline-ec.com.
Teléfono: +17862453934

antalis™
Just ask Antalis

PERÚ

lzolezzi@antalisperu.com.
Teléfono: +5116409008

InnoPrint.
Servicio e innovación en etiquetado

CHILE

Chile: fmaira@innoprint.cl.
Teléfono: +56229382274



Para más información de la campaña comuníquese con nosotros:

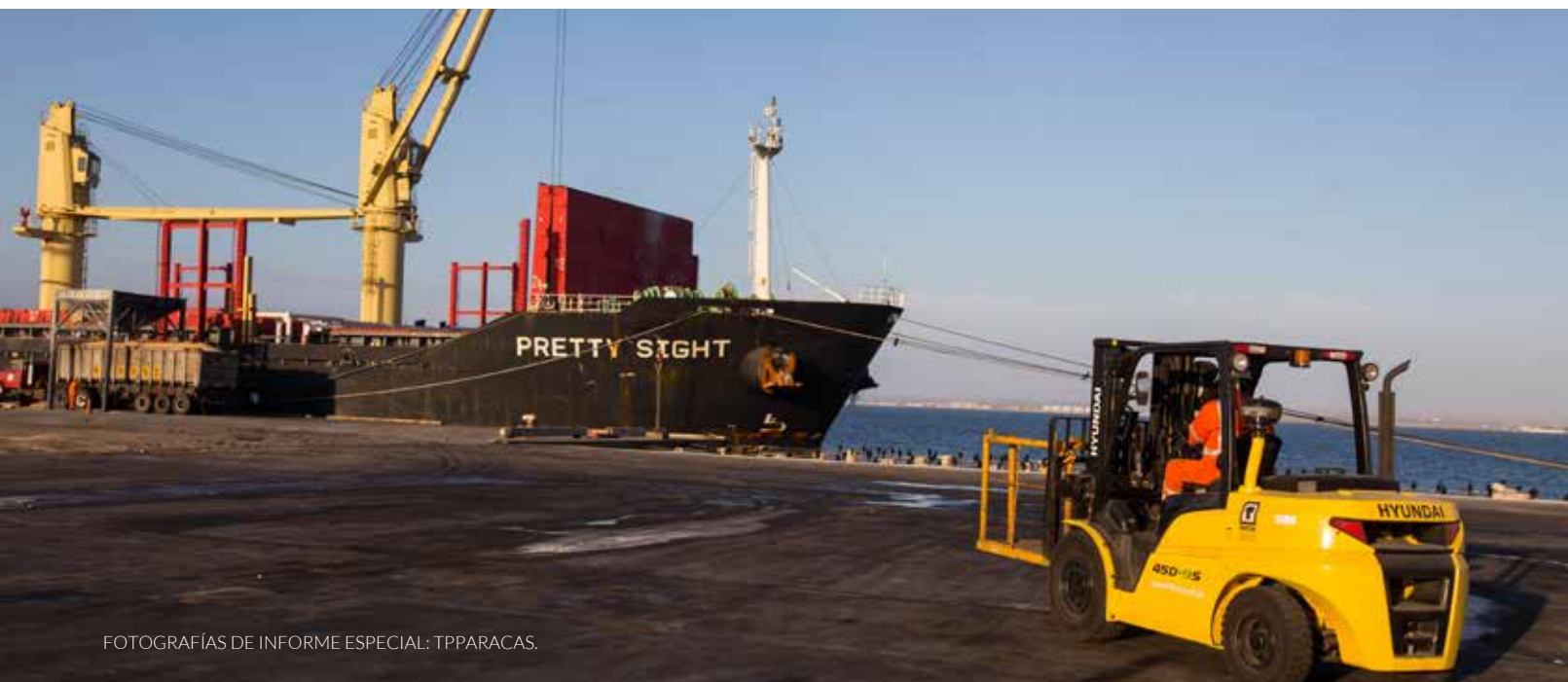
la.contactme@zebra.com
www.zebra.com



DE LA IMPORTANCIA LOGÍSTICA EN LOS PUERTOS MARÍTIMOS

¿Cómo persisten actualmente los muelles marítimos peruanos en sus objetivos? Una mirada a los avances y retos en cuanto a infraestructura y equipamiento logístico en el puerto General San Martín de Pisco hacia el 2017. ¿Una nueva ola que desacredita a APM Terminals Callao? El nivel de atención a los usuarios en el Terminal Muelle Norte, según ADEX y CONUDFI





FOTOGRAFÍAS DE INFORME ESPECIAL: TTPARACAS.



El mar ha sido desde el inicio de la era humana la vía de comunicación por excelencia, con el tiempo los barcos se convirtieron en los dispositivos para alcanzar la transmisión de carga o pasajeros, y los puertos marítimos aparecieron por el mundo como puntos estratégicos ante el combate del comercio exterior (importaciones y exportaciones de bienes).

La globalización como proceso económico ha hecho de los puertos en el globo un factor vital, dada la amplia cobertura geográfica, los grandes volúmenes de carga que pueden moverse en los barcos y la gran efectividad que se logra. Desde la década del 90 nuestro país inició su apertura comercial y en la actualidad, además de las políticas de Estado que sustentan la promoción de este rubro, debe sumarse el dinamismo de los puertos en nuestro país.

En la cadena logística, los puertos –al igual que sus eslabones pares– resisten en importancia individual, y son los espacios para unir evidentemente el medio marítimo con el terrestre, favoreciendo el aprovechamiento de los recursos naturales, promocionando el desarrollo de la industria local así como

las demás manufacturas que se nutren de la mezcla comercial mundial.

Puerto General San Martín: avances y retos hacia el 2017

El puerto General San Martín de Pisco funciona desde 1969. De sus 700 metros (con 20 de ancho) de muelle tipo marginal, en la actualidad solo 525 metros están operativos, los 175 metros restantes fueron inhabilitados por el terremoto de agosto del 2007. El puerto estuvo bajo operación de la Empresa Nacional de Puertos (ENAPU) hasta agosto del 2014, fecha en que el Estado peruano entregó la concesión del muelle al Consorcio Terminal Portuario Paracas S.A. (TPP).

La tarea encomendada al equipo integrado por las empresas Pattac, Tucumann, Servinoga SL y Fortesolo Servicios Integrados consiste en el diseño, construcción, financiamiento, conservación y explotación del puerto iqueño por un periodo de treinta años. De acuerdo con Sergio Nichele Junior, gerente general adjunto del Consorcio TPP, en el proyecto se invertirán aproximadamente USD 230 millones.

Pero, ¿en qué manos se ha dejado al puerto General San Martín? Todos

los miembros cuentan con experiencia técnica y operativa con importante presencia en España y Brasil. La española Servinoga SL en la actualidad opera seis puertos marítimos en Galicia, y tiene participación en el Terminal de Contenedores de Paranaguá, el segundo más grande de Brasil. Fortesolo Servicios Integrados tiene presencia en seis terminales portuarios brasileños. En suma, únicamente entre estos dos miembros se llega a 9 millones de toneladas granel y 900 mil TEUS anuales.

Si bien las obras civiles, que comprenden el dragado –gran reto en cuanto a modernización de infraestructura–, no empiezan por falta del Estudio de Impacto Ambiental (EIA), ya se cuenta con el Expediente Técnico aprobado por la Autoridad Portuaria Nacional (APN) y el Consorcio TPP ha iniciado negociaciones con entidades bancarias nacionales y extranjeras para acceder al financiamiento del monto a invertir.

Nichele explica que actualmente ya se ha hecho una licitación interna para la realización del dragado, electrificación y obras civiles, bajo lo cual se está a la

espera de la aprobación del EIA para que los postores calificados puedan iniciar los trabajos a más tardar en junio de este año, de acuerdo al cronograma contractual. Independientemente de la infraestructura, el Consorcio TPP ha invertido en la compra de maquinaria (vehículos rodantes) con lo que aseguran su capacidad operativa.

Al año, en cuanto a exportación e importación, por el muelle de Pisco pasa aproximadamente 1 millón 800 mil toneladas (general y granel). Pero Nichele reconoce que, además de continuar con el servicio a los clientes fidelizados, se debe incrementar el movimiento de carga en contenedores. El 2015, contando únicamente con los equipos rodantes, el Consorcio TPP realizó con éxito un piloto en el movimiento de contenedores (2 100 TEUS), el cual concluyó que son capaces de generar un ahorro de USD 500 por contenedor a los clientes (exportadores) dentro de la cadena de suministro.

Hacia finales del 2018, deben estar concluidas las obras civiles. Para entonces Nichele estima que el puerto General San Martín ya cuente con grúas pórtico

(especial para contenedores) las cuales aumentarán la productividad actual (dejándose de utilizar los cabrestantes de los propios barcos cargueros). Asimismo, el dragado se ampliará de 10.5 a 14 metros, permitiendo que el muelle pueda recibir barcos de mayor calado. Estas mejoras de infraestructura, sumada la fuerza comercial, elevarán de manera gradual el volumen de paso de carga a 200 mil TEUS y 3 millones de toneladas (general y granel) anual a finales de la concesión.

El Consorcio ha identificado que uno de los déficits que viene afectando a los puertos peruanos es la falta de espacio dentro de cada muelle, tanto para el almacenaje de carga como el antepuerto para el estacionamiento y control de los camiones; este problema genera sobrecostos para los clientes. Ante ello, otro reto es generar toda la cadena de servicios logísticos dentro del mismo puerto General San Martín.

Medio ambiente, relaciones públicas y seguridad

Nichele afirma, que para el Consorcio TPP operar en un área cercana a una reserva o área protegida, no es nuevo (el





puerto General San Martín colinda con la Reserva Nacional de Paracas). Dos de las empresas socias (Pattac y Tucumann) son gestores en el Parque nacional de la Tijuca (Río de Janeiro), en el Parque nacional de Iguazú (Paraná) y en el archipiélago Fernando de Noronha (Pernambuco). Actualmente están realizando un estudio hidrológico y de ornitofauna (exigencia del Ministerio del Ambiente (MINAM) como parte del EIA.

Por otro lado, la zona de influencia y de donde han de provenir los clientes del puerto General San Martín es Ica, Huancavelica, Ayacucho y el norte de Arequipa. De acuerdo con Nichele, estos usuarios al importar o exportar a través del puerto pisqueño una vez terminada la modernización de infraestructura, experimentarán un ahorro tanto de tiempo como de dinero.

Pero por ahora la cercanía con los Terminales Muelle Norte y Sur (Callao)

cuenta como una desventaja en cuanto a la carencia del puerto iqueño de una total capacidad operativa. Pero más allá de este panorama, Nichele considera que a futuro se consolidará un trabajo complementario. El Consorcio TPP aspira a emular las buenas prácticas de las empresas operadoras de los muelles chalacos, siempre dentro de su área de influencia.

En el aspecto laboral, el Consorcio en su calidad de autoridad y operador portuario, mantiene una cordial relación

con los trabajadores manuales (existe un acuerdo firmado con un sindicato único que los agrupa) y con los operadores logísticos. Ante ello viene encargándose de la contratación, capacitación y gestión de dicho conjunto de empleados y proveedores, bajo un régimen justo y adecuado.

En cuanto a temas de seguridad, el Consorcio TPP cuenta, a pesar de no ser reglamentario en Perú, con el certificado *Business Alliance for*

Una primera fase iniciará con la reconstrucción de los 175 metros de muelle dañados por el sismo del 2007. Para junio de 2017 estará lista para operar una primera grúa pórtico



Las mejoras de infraestructura, sumada la fuerza comercial, elevarán de manera gradual el volumen de paso de carga a 200 mil TEUS y 3 millones de toneladas (general y granel) anual por el puerto pisqueño al final de la concesión

Secure Commerce (BASC). También ante la lucha contra el tráfico de estupefacientes, tienen un convenio con la Dirección Ejecutiva Antidrogas (DIRANDRO) de la Policía Nacional del Perú. Según Nichele Junior, alinearse a certificaciones, leyes y medidas que reduzcan el tráfico de narcóticos, es una medida de contención necesaria.

Una ola más para APM Terminals Callao

En otro tema, hace poco la Asociación de Exportadores (ADEX), a través de su vocero portuario Juan Carlos León Siles, corrió una información sobre “cobros abusivos y excesivos que realiza APM Terminals Callao”. El acto fue denunciado por los usuarios del Muelle Norte y encontraron justicia con el pronunciamiento del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (OSITRAN).

No obstante en el circular, ADEX afirma que APM Terminals Callao ha desconocido el fallo y procedido con “demandas judiciales contra el regulador y los mismos usuarios.”

Para León Siles, “dejar sin efecto la decisión de OSITRAN dejaría a los usuarios sin defensa y al regulador atado de manos”. Esto, teniendo en cuenta que según el contrato de concesión del Muelle Norte “las disposiciones emitidas son de observancia y cumplimiento obligatorio para APM Terminals Callao”, dado que OSITRAN cumple una función normativa, reguladora, supervisora, fiscalizadora, sancionadora, solucionador de controversias y atención de reclamos.

Entre tanto, a pesar de “estar prohibido contractualmente, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) permite que APM Terminals Callao lleve a arbitraje las sanciones que de oficio le impuso el Tribunal de Controversias de OSITRAN”. Y es que la entidad fiscalizadora frente a este tipo de arbitrajes no tiene opción de defender su posición, “pues es el MTC quien asume la defensa del Estado.” La situación es contradictoria, según ADEX, puesto que a la firma del contrato de concesión se estableció que las decisiones de la entidad reguladora no se pueden llevar a arbitraje.

En este nuevo caso (porque hubo alrededor de 4 mil reclamos en los últimos cuatro años) el silencio no es respuesta. ADEX considera que “con esta posición de APM Terminals Callao el país pierde competitividad y son los usuarios los que pagan los daños generados”. Hay además inacción del concesionario puesto que no se preocupa “por la

Para ADEX dejar sin efecto la decisión de OSITRAN dejaría a los usuarios sin defensa y al regulador atado de manos

insatisfacción de los usuarios”.

CONUDFI también reclama

Por su parte, el Consejo Nacional de Usuarios del Sistema de Distribución Física Internacional (CONUDFI) considera que AMP Terminals Callao “no cumple con los niveles de servicio y productividad establecidos en el contrato de concesión, generando perjuicios económicos a los usuarios por el sobrecosto operativo.”

De acuerdo con CONUDFI, están en “mal estado los equipos que se utilizan para las operaciones de descarga, las balanzas y los problemas operativos en el ingreso y despacho de las unidades de transporte.” A pesar, continúa la entidad, de que APM Terminals Callao debe “proporcionar equipos suficientes y en condición de conservación para atender la descarga eficiente.”

Los accesos al terminal, resalta CONUDFI, ya es un problema severo para los usuarios, lo cual genera “demoras, situaciones de inseguridad y sobrecostos a toda la cadena logística y a los usuarios”. Ante lo cual, “APM Terminals Callao no tiene buena actitud ni ha sabido corregir el problema.”

Cabe decir que esta revista intentó entrevistar a algún vocero de APM Terminals Callao, pero en los intentos no obtuvimos respuesta concreta. Nuestro fin era que, con elementos de la práctica, la empresa concesionaria del Muelle Norte responda ante el reclamo de sus clientes.



www.
expo
movimat
.com.br

20^a 22
SETEMBRO
2 0 1 6

MOVI
MAT

Salão Internacional da Logística Integrada



Multimodalidade



Condomínio Logístico/
Real State



Segurança/
Gerenciamento
de Risco



Intralogística



T.I.

 /Movimat

Na nova Movimat você encontra:

LOGÍSTICA DE
PONTA À PONTA

► Expo Center Norte

Pavilhão Branco | São Paulo - SP

Contate nossos consultores!

comercial@expomovimat.com.br

Tel.: 11 3060-4982

Encontre as melhores soluções para destacar
seus produtos e serviços e alavancar grandes
negócios para sua empresa!

Organização e Promoção:

 Reed Exhibitions
Alcantara Machado

Perspectivas laborales en el mercado profesional logístico

Las empresas de la cadena de suministro buscan a los mejores profesionales, y su contratación pasa regularmente por un área de recursos humanos. Pero lo tradicional se rompe a través de un proceso de selección y reclutamiento especializado. Esta teoría la viene aplicando Michael Page en Perú, *headhunter* solo enfocado en mandos medios y alta dirección, cuya variable diferenciadora consiste en que el consultor entrevistador posee experiencia previa en la misma área funcional del candidato entrevistado. El Ing. Ricardo Jabes, manager de la división *Supply Chain* y Operaciones en dicha compañía, trabajó previamente en funciones logísticas y sabe del perfil profesional que las firmas, en relación a sus negocios, requieren.

¿Al llegar al país, qué cambios propusieron en el área de selección y reclutamiento de personal?

Todos los consultores de Michael Page estamos enfocados en un tipo de perfil profesional, y cada uno de nosotros ha laborado y es especialista en un área (*Finance & Accounting, Engineering & Manufacturing, Supply Chain & Procurement*, entre otras). Esta experiencia previa nos sirve para hablar el mismo idioma con los candidatos, profundizar técnicamente y encontrar a la persona adecuada ante los requerimientos de nuestros clientes.

¿Qué características y funciones tienen los consultores que trabajan en Michael Page?

Cumplimos una función mixta entre un comercial y un especialista de reclutamiento. Entre estas labores está visitar a gerentes o altos funcionarios de las empresas más importantes de cada sector para venderles nuestro servicio. Luego, cuando surge la necesidad del cliente de contratar por ejemplo, un Gerente de Operaciones, nos encargamos de la asesoría inicial al cliente, búsqueda de candidatos, entrevistas, preparación de expedientes, etcétera. Así también les brindamos recomendaciones, a razón de nuestra experiencia, sobre cuál nos parece la persona adecuada en función a los factores técnicos presentes en su negocio.

Nuestra tarea es conocer 25 profesionales de nuestro sector a la semana, situación que prevé una respuesta rápida frente a la necesidad de nuestros clientes. Ellos a veces desconocen las características actuales del mercado, proponiendo ofertas laborales inadecuadas y es ahí donde nosotros ingresamos para orientarlos, evaluando sus limitantes, sus nuevas iniciativas de negocio, ayudándolos en la elaboración de la carta oferta, entre otros, para así satisfacer su necesidad real.

¿Cuál es el mayor limitante?

El salario en primer lugar, luego los años de experiencia; estos aspectos también los tomamos en cuenta cuando iniciamos el proceso de selección. Son muchas las veces en que la necesidad de la compañía de contratar un profesional busca ser cubierta –si tienen tiempo y ganas para ello– primero con personal interno, segundo con referidos y tercero a través del área de recursos humanos o red internacional si se trata de empresa transnacional. Si nada de eso funciona, la cuarta opción somos nosotros, y básicamente nos buscan por confidencialidad y por las características que ya he mencionado.

¿Qué beneficios ofrecen al personal que se insertan en el campo laboral a través de Michael Page?

Un beneficio es que estamos en contacto directo y constante con las empresas más importantes y sabemos de sus necesidades, especificaciones que respaldan el vínculo con los profesionales que recurren a nosotros. A veces sin necesidad previa, invitamos a las empresas a conocer nuevos candidatos, a los cuales ya hemos evaluado y creemos que son perfectos para el negocio de nuestro cliente, y puede que así inicie una relación laboral.

También ofrecemos un periodo de garantía donde acompañamos al candidato y a la empresa en su vínculo; este tiempo dependerá de la magnitud de la posición laboral a cumplir. Suceda lo que suceda con el profesional colocado en la empresa; si por ejemplo es despedido, ante ello inmediatamente e incondicionalmente acompañamos al profesional en la búsqueda de un nuevo puesto laboral, así como buscamos un nuevo candidato para la empresa.

Actualmente, ¿qué características tienen los profesionales de la división logística, compras y abastecimiento en Perú en los últimos años?

La exigencia de buenas prácticas en la cadena de suministro requiere de profesionales calificados, especializados, con conocimientos en gestión, liderazgo y pro actividad, además de tener perfiles técnicos. Las empresas buscan profesionales con visión globalizada (con

Ricardo Jabes
Manager de la división
de Supply Chain



consciencia de que su desempeño en la división logística, repercute en las demás áreas de la compañía). Hoy existe un mercado laboral más rápido, que exige de profesionales competitivos y preparados.

De acuerdo a lo dicho, ¿qué opina de la calidad educativa de las instituciones que brindan cursos sobre logística?

Considero que, al menos en el sector de logística, ha mejorado, dadas las nuevas ofertas en maestrías y diplomados que ofrecen algunas universidades. Lo que siempre se busca es que el potencial profesional se quede en Perú, estudie o no aquí. La educación da cada día más frutos, y está al alcance de todos, además de ello, hay compañías que invierten en sus colaboradores, pagándoles un curso especializado.

Es muy difícil encontrar a una persona del sector logístico que tenga conocimiento de planeación comercial. Con este perfil la compañía puede orientar su cadena de abastecimiento priorizando, en cierto modo, la necesidad de las ventas.

Es decir, un profesional que piense tanto de forma comercial como logística.

¿Qué diferencias existen entre la cadena de abastecimiento peruana frente a sus pares en Latinoamérica?

Los más cercanos con quien podemos compararnos son Chile y Colombia, pero aún estamos lejos de alcanzarlos, basta con ver su infraestructura vial, de la cual carecemos o hemos desarrollado poco (dada nuestra difícil geografía). Una característica de la globalización en este sector, es la tercerización de la logística, que hoy en día puede verse en los mencionados países, donde gozan de sólidas empresas de transporte, de centros de distribución con altos estándares de calidad y empleo de tecnología, etcétera. Aunque no hay que negar que aquí existen empresas con esa orientación.

¿Qué objetivos tienen para este 2016?, ¿cuántos profesionales estiman que alcancen nuevos puestos laborales a través de ustedes?

El 2015 colocamos a 160 ejecutivos de primer nivel en Perú y un total de 7 000 en Latinoamérica. El equipo Michael Page Perú lo conformamos 25 personas actualmente, y esperamos cerrar este 2016 con un total 35 a 40 empleados. Por tanto nuestra idea es, hacia fines de este año, incorporar unos 250 ejecutivos.

¿Qué hacer frente a la rapidez con que nuevos profesionales o técnicos desean ingresar a laboral, estudiando carreras cortas?, ¿este factor se replica en el sector logístico?

No sé si estudiar una carrera corta o larga sea adecuado o no, pero considero que mientras más años de experiencia se tiene en el aspecto laboral y profesional, más enriquecido se es como trabajador. Es importante la retroalimentación de conocimientos que se encuentra estudiando con profesionales venidos de otros sectores diferentes al de uno. Hoy en la educación no basta saber los *incoterms*, sino cuestionar e ir más allá.



IMPORTANCIA DEL TRANSPORTE TERRESTRE EN LA CADENA DE FRÍO

(Transporte de Reefers)



Rafael Mendez Bravo
Gerente General
IPL Transport SAC

En la última década el transporte en contenedores Reefer viene experimentando un crecimiento continuado en el mundo y con una tendencia creciente en los próximos años. El 2014 se registró 190 millones de toneladas de productos transportados en Reefers en el mundo, con un 1.8% de crecimiento con respecto al año anterior.

Esta información nos permite conocer que los consumidores en el mundo vienen cambiando su hábito de compra hacia productos congelados o frescos con altos estándares de calidad y salubridad.

En este artículo nos concentraremos en analizar el escenario del transporte terrestre en el país, su importancia y las oportunidades para generar competitividad en la gestión del transporte.

1. Escenario Actual del Transporte.

El mercado del transporte de contenedores Reefer en un 80% es administrado por operadores logísticos, quienes brindan servicios integrales que incluyen, la administración de

las reservas en las navieras, trámite documentario (pago de derechos Gate In y Gate Out), gestión del transporte interno terrestre, gestión aduanera, gestión ante los entes reguladores del Estado (SENASA, SUNAT, ADEX, ETC.), envío de la documentación al país de destino.

Muchos de los operadores no disponen de unidades de transporte, para cubrir esta necesidad el modelo actual es subcontratar proveedores.

¿Y cuáles son las ventajas y desventajas en la gestión del transporte con este modelo?

Ventajas:

- Permite al exportador o importador tener la opción de delegar su proceso de comercio exterior a agentes especializados en comercio exterior.
- Para el operador logístico, asociar a un universo de proveedores de transporte sin tener que asumir costos fijos.

- El proveedor de transporte tiene mayores opciones de conseguir carga para sus unidades, debido a que el operador maneja distintos clientes.

Desventajas:

- Poco control en la trazabilidad de la carga por parte del operador y el manejo de la información con el cliente generador de la carga.
- El operador expone su nivel de servicio a un proceso externo como es el transporte.
- Limita un crecimiento sostenible de las empresas de transporte, porque se genera una distorsión del mercado de fletes, este último con la generación de ofertas de costos de transporte que muchas veces escapa de una propuesta técnica.

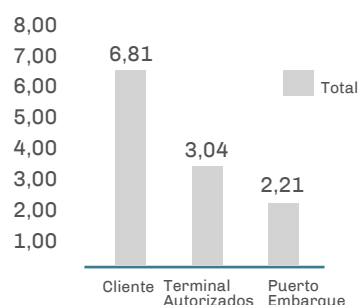
El transporte interactúa con muchos actores y medios en la cadena, partiendo con el operador o cliente directo, almacenes temporales, vías de accesos (infraestructura), cliente



y puertos de embarque, muchos de los cuales generan restricciones y sobre costos para el transporte, el fin fundamental de un vehículo es rodar con carga en las carreteras, eso genera un índice monetario de ingreso para las empresas, que podría traducirse en mayor rentabilidad para el transporte, así como reducción del costo del flete para el generador de carga.

Seguido podemos ver del impacto del tiempo en los costos de operación, simplemente es ineficiencia a gran escala.

Tiempo Promedio de Operación (horas)



Los rangos de tiempo de carga en el cliente puede llegar hasta un máximo de 9 horas, la asignación o retiro de un contenedor Reefer vacío puede superar las 6 horas y un embarque directo a los puertos puede llegar a un máximo de 4 horas.

Como vemos el factor tiempo tiene impacto negativo en el transporte, muchos de ellos escapan del control y termina por traducirse en sobre costos en la cadena.

2. Importancia de Transporte Terrestre:

En el país casi del 98% de la carga de importación o exportación en contenedores Reefer se hace utilizando el transporte terrestre, si le ponemos peso del 1 al 10, como actor importante en el comercio exterior, debe situarse debajo del transporte marítimo con un peso de 8, pero por la madurez y la debilidad que existe en la gestión, dominado por la informalidad, el transporte terrestre es aún visto como un medio y no como un actor que deba

generar valor para el cliente, la propia empresa y la sociedad. El transporte en la cadena de frío debe ser considerado como actividad de alta especialización, considerando su sensibilidad por ser en la mayoría de casos transporte de productos perecibles susceptibles a sufrir contaminación del producto, que podría representar para el vendedor daños irreversibles.

A nivel regulación no se ha visto propuestas del estado en este sector, pero la tendencia en el mundo es regular este proceso como ya se hace en los Estados Unidos y Europa, donde ya existen normas que regulan esta modalidad de transporte, estos se basan en generar condiciones de beneficio para el exportador y/o importador y las empresas de transporte que operan en el sector.

3. Camino a la Competitividad.

La tendencia en los sectores productivos es el Outsourcing de la Gestión Logística, que debe ser aprovechado para desarrollar modelos de gestión de clase mundial:


Para el Operador:

- Fortalecer la planificación de la demanda, este debe ser un mecanismo que permita planificar recursos, generar alianzas, compromisos y proyectar escenarios

de respuesta rápida en el tiempo.

- Generar condiciones de interés para clientes y proveedores.
- Definir estándares de calidad y seguridad en el transporte.
- Brindar soluciones de innovación en procesos, tecnología e infraestructura para los clientes y proveedores.
- Definir indicadores de gestión para permita asegurar un alto nivel de servicio para el clientes y evaluar constantemente el desempeño de los proveedores.
- Elevar propuestas basados en un crecimiento económico, social y de país, equilibrado para todos los actores.

Para el Proveedor de Transporte:

- Definir planes que vayan orientados a la formalidad.
- Profesionalizar las áreas clave en la organización.
- Implementar tecnologías, equipos y procesos que ayude a reducir los costos de operación y maximizar su rentabilidad.
- Buscar que la especialización del transporte en la cadena de frío logre la importancia y el valor que amerite.
- Ampliar su visión de hacer transporte a brindar soluciones logísticas integrales, considerando la importancia y el peso que se tiene como actores en la cadena logística. 

80%

El mercado del transporte de contenedores Reefer, es administrado por operadores logísticos quienes brindan servicios integrales

El factor tiempo tiene impacto negativo en el transporte, muchos de ellos escapan del control y termina por traducirse en sobre costos en la cadena

El transporte en la cadena de frío debe ser considerado como actividad de alta especialización



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



TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE GLP EN CILINDROS (PARTE 1)



Jose Ferril
Gerente General
de America Logística

El objetivo de la distribución física es que un producto llegue al cliente de **manera oportuna, en las mejores condiciones y el mejor costo**. Por otro lado los clientes están segmentados en grupos o nichos y cada uno de ellos tiene sus propias características y formas de atención.

La distribución física a diferencia del transporte, es un proceso logístico más complejo porque requiere de los cuatro elementos principales de la administración: planeamiento, organización, dirección y control.

Dependerá de estos factores para determinar el proceso que se usará en la distribución de un producto y el costo de su colocación en el mercado.

Tenemos claro que los clientes están segmentados en grupos o canales, siendo los principales:

- Canal Moderno (Retail)
- Canal Fast Food
- Cadena Pharma y cadenas
- Canal institucional
- Canal distribuidor
- Canal mayorista y centros de abasto
- Entrega a domicilio/ Servicio Delivery/ Consumidor Final
- Canal HORECA
- Canal Virtual @

Hablar de distribución física por su amplitud, demandaría todo un libro, sin embargo en esta oportunidad nos vamos a concentrar en la distribución de GLP envasado.

El GLP es un producto considerado **CARGA PELIGROSA** por ser inflamable, combustible y porque su uso de manera inadecuada pone en riesgo la vida humana y el medio ambiente. De acuerdo a las normas Organización de Naciones Unidas (ONU) con las que se trabaja en el Perú, está dentro de la clase 02 (Gases Peligrosos) conjuntamente con otro grupo de gases.

Todo material peligroso, tiene las siguientes características:

- Son materiales que, de no tener un trato adecuado, puede poner en riesgo la vida humana, el medio donde se transporta y el medio ambiente.



- Tiene como propiedad ser explosivos, combustibles, oxidantes, venenosos, radiactivos o corrosivos.

Dependiendo de su grado de peligrosidad, la ONU la clasifica en nueve clases:

Clase 1: Explosivos. Ejm. Pólvara, Dinamita, Municiones

Clase 2: Gases. Ejm. GLP, GNV, Gases derivados del petróleo

Clase 3: Líquidos inflamables. Ejm. Combustibles, Disolventes, Aditivos

Clase 4: Sólidos inflamables. Ejm. Magnesio, Fósforo Rojo, Fósforo Blanco, Sodio, Potasio

Clase 5: Sustancias comburentes y peróxidos orgánicos. Ejm. Oxígeno

Clase 6: Sustancias tóxicas y sustancias infecciosas

Clase 7: Material radiactivo. Ejm. Uranio, Cobalto

Clase 8: Sustancias corrosivas. Ejm. Ácidos

Clase 9: Sustancias y objetos peligrosos varios

Por lo tanto, su explotación, almacenamiento, comercialización y distribución esta normado y regulado por la Dirección General de Hidrocarburos (DGH) que depende del Ministerio de Energía y Minas (MEM) y por el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinerghmin).

T.D.G. LABELS

MODEL NO.	SIZE	PRICE PER ROLL OF 500					
		1	2	4	8	16	25+
S-1156 to S-14545	4 x 4" (100 x 100 mm)	\$30	\$24	\$21	\$20	\$19	\$18

• Labels can be combined for quantity pricing.
• T.D.G. labels not listed are available upon request.
• Subsidiary risk labels available upon request.

PRE-PRINTED T.D.G. LABELS

COMBINE LABELS FOR QUANTITY PRICING. OTHER PRE-PRINTED T.D.G. LABELS AVAILABLE. CALL FOR QUOTE.

MODEL NO.	SIZE	PRICE PER ROLL OF 500			
		1	2	4	12+
S-13876 to S-13889	4 x 4"	\$36	\$28	\$25	\$24

MODEL NO.	SHIPPING NAME	LABEL	ID NO.
S-13876	Paint	Flamm. Liquid	UN 1263
S-13877	Printing Ink	Flamm. Liquid	UN 1210
S-13878	Flamm. Liquids, N.O.S.	Flamm. Liquid	UN 1993
S-13879	Gasoline	Flamm. Liquid	UN 1203
S-13880	Resin Solution, Flamm.	Flamm. Liquid	UN 1866
S-13881	Adhesives	Flamm. Liquid	UN 1133
S-13882	Paint Related Material	Flamm. Liquid	UN 1263
S-13883	Methanol	Flamm. Liquid	UN 1230
S-13884	Cooling Solution	Flamm. Liquid	UN 1139
S-13887	Compressed Gas, N.O.S.	Non-Flamm. Gas	UN 1956
S-13885	Compressed Gas, Flamm.	Flamm. Gas	UN 1954
S-13886	Flamm. Solid Org., N.O.S.	Flamm. Solid	UN 1325
S-13889	Corrosive Liquids, N.O.S.	Corrosive	UN 1760
S-13888	Corrosive Solids, N.O.S.	Corrosive	UN 1759

ULINE Shipping Supply Specialists

PHONE 1-800-295-5510 207

Por ello es necesario conocer las normas que amparan la comercialización y distribución del GLP en el territorio nacional:

- LEY N° 26221: Ley Orgánica de Hidrocarburos aplicable para el territorio nacional
- D.S. N° 01-94-EM: Reglamento para la Comercialización de GLP, dispone que la comercialización de GLP puede ser realizada por cualquier persona natural o jurídica que se encuentre debidamente inscrita en el Registro de Hidrocarburos
- D.S. 027-94-EM: Reglamento de Seguridad para Instalaciones y Transporte de GLP, indica las modificaciones al Reglamento de

Seguridad para las Instalaciones y Transporte de GLP

- D.S. N° 04-2010-EM: Dispone la creación del Registro de Hidrocarburos, por lo tanto es obligatorio la inscripción en este registro de la persona natural o jurídica y las unidades de transporte que van a realizar la comercialización, distribución y transporte de GLP
- D.S. 065-2008-EM: Modificaciones al D.S. 027-94-EM
- D.S. 045-2012-PCM: Aprobación del TUPA de Osinerghmin

El trámite se realiza ante OSINERGHMIN, donde se debe registrar a la empresa y las unidades que



realizarán las operaciones de transporte y distribución.

Para ello, se deberá presentar en el expediente:

- Copia del RUC de la persona natural o jurídica;
- Copia de la vigencia de poder, si es persona jurídica;
- DNI del titular o representante legal;
- Copia de una póliza de RC por US\$ 100,000;
- Fotos por los 04 lados de las unidades de transporte con la señalización respectiva; y
- Plan de contingencia firmado por ingeniero colegiado.

ASPECTOS IMPORTANTES A CONSIDERAR

- Los vehículos deben contar con extintor para fuego de tipo ABC;
- Señalizaciones: No Fumar, Gas Combustible y las señalizaciones según norma ONU;

- Contar con una Póliza de RC por US\$ 100,000;
- Contar con GPS;
- No se puede transportar GLP en cilindros en vehículos cerrados, excepto si el producto es a granel, debiendo usar cisternas;
- Contar con un Plan de Contingencia, el mismo que debe ser difundido entre el personal en forma periódica. Recomendable con la realización de simulacros;
- El personal que interviene en el transporte de carga peligrosa, deberá contar con una capacitación de 40 horas por una institución certificada y aprobada;
- El conductor deberá contar con la Licencia de Conducir de Categoría Especial (A4);
- Prohibido Transportar GLP (Carga Peligrosa), conjuntamente con

alimentos o bienes destinados al uso humano y/o animal; y

- Está prohibido eliminar residuos o desechos peligrosos en el camino, en cursos de aguas o instalaciones no diseñadas para tal efecto.

Es necesario conocer las normas que amparan la comercialización y distribución del GLP en el territorio nacional

El trámite para permiso de transporte de GLP se realiza ante OSINERGMIN, donde se registra a la empresa y las unidades que realizarán las operaciones de transporte y distribución

AQUÍ CÓMIENZAN GRANDES NEGOCIOS

ACREDÍTESE ONLINE GRATIS
INTERMODAL.COM.BR

+55 11 4878 5990
contato@intermodal.com.br

Realización



Patrocinio



Evento Paralelo

Prográmesse para visitar el mayor evento del sector en América:

- Soluciones los desafíos logísticos de su empresa
- Encuentre proveedores de servicios en más de 30 países
- Establezca nuevas relaciones comerciales

Feira Internacional de Logística,
Transporte de Cargas y Comercio Exterior



22ª Edição

5 al 7 de abril de 2016 – 13 a 21h
Transamerica Expo Center – SP – Brasil





AGENTES DE CARGA INTERNACIONAL: REQUISITOS Y EXIGENCIAS LEGALES EN EL PERU



César Alva Falcón
Abogado senior del
área de comercio
exterior y aduanas del
Estudio Muñiz, Ramírez,
Pérez-Taiman & Olaya
Abogados.

Dentro de nuestra regulación aduanera la figura del agente de carga internacional (en adelante ACI) tiene una clara mención y regulación a partir de la anterior Ley General de Aduanas (en adelante LGA), el Decreto Legislativo N° 809, que fuera aprobado en el año 1996. En esta norma se mencionaba que el ACI era un “*responsable solidario cuando actuaba en calidad de transportista contractual por los actos que realizara el transportista de hecho desde que recibía la mercancía hasta la entrega de la misma o cuando ejercía la representación legal del transportista*”. La definición, en nuestra opinión, era un tanto confusa y advertía el poco conocimiento que se tenía sobre las actividades de un ACI.

La actual LGA (Decreto Legislativo 1053) aprobada en el año 2008, tiene una mejor definición pues señala que el ACI es un operador de comercio exterior que se encarga de *realizar y recibir embarques, consolidar, y desconsolidar mercancías, actuar como operador de transporte multimodal sujetándose a las leyes de la materia y emitir documentos propios de su actividad, tales como conocimientos de embarque, carta de porte aéreo, carta de porte terrestre, certificados de recepción y similares*. Como se puede advertir esta definición se acerca más a las actividades que en la práctica tienen los ACI.

Ahora bien, a efectos de constituir válidamente un ACI en el Perú, la legislación nacional ha previsto dos

procedimientos administrativos que deben de seguirse uno previo al otro los cuales consideramos sencillos de cumplir. El primero de ellos es ante el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) y, luego, ante la Administración Aduanera (en adelante SUNAT).

En el caso del MTC, y en función a la modalidad de transporte que desee brindar el ACI, éste deberá obtener la autorización respectiva ya sea ante la Dirección General de Transporte Acuático (DGTA) y/o la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). En ambos casos resalta el hecho que sólo se pida documentación administrativa y societaria más no así ningún tipo de garantía o fianza para efectos de llevar



a cabo sus operaciones como lo es en otros países. Los documentos que resaltan son por ejemplo: los poderes del representante legal, la copia de la escritura de constitución de la empresa inscrita en los Registros Públicos y un pago por tramitación. Cabe precisar que para el caso de la DGAC, adicional a los documentos referidos, se pide un manual de operaciones y programa de seguridad.

Una vez culminado el procedimiento administrativo ante el MTC y haber obtenido la respectiva autorización, el ACI deberá proceder a tramitar una solicitud para operar ante SUNAT. Es más, en este caso se advierte la exigencia –para el ACI– de presentar una serie de documentos como son, además del registro expedido previamente por el MTC, la licencia municipal de funcionamiento, la escritura de constitución de la empresa así como los documentos para acreditar a los representantes ante la autoridad aduanera. Ahora bien, también resalta el hecho que tampoco, ante SUNAT, se exige al ACI ningún tipo de garantía o fianza para la autorización de sus actividades. Sin embargo lo que sí se pide

ante SUNAT es que los ACI deben contar con una oficina que reúna una serie de requisitos como son, por ejemplo, un área no menor a 20 m²; sistema de comunicación de datos y equipos de cómputo que permitan su interconexión con SUNAT así como un equipo de seguridad contra incendio.

Ahora bien, una vez autorizados, los ACI se encuentran sometidos a determinadas obligaciones frente a SUNAT. Es importante mencionar que el incumplimiento de estas obligaciones puede acarrear sanciones en perjuicio de la compañía. En este sentido, a continuación brindamos el detalle de las principales obligaciones a cumplir por un ACI de acuerdo a la legislación aduanera peruana vigente. También agregaremos su respectiva sanción.

a. Los ACI están obligados a transmitir a SUNAT la información del manifiesto de carga *desconsolidado* (llegada) y *consolidado* (salida) en medios electrónicos. En el caso de la desconsolidación, se ha establecido que la transmisión debe hacerse antes de la llegada del medio de transporte: en la vía marítima hasta

48 horas antes; en la vía aérea hasta 2 horas antes y en la vía terrestre, fluvial y demás vías o cuando la travesía sea menor a los plazos antes referidos hasta antes de la llegada del medio de transporte. En el caso de la *consolidación*, se ha previsto que la transmisión debe hacerse dentro del plazo de 3 días calendario desde el día siguiente de la fecha de término del embarque. El incumplimiento de esta obligación genera la imposición de una multa equivalente a 1UIT¹.

b. Los ACI están obligados a entregar el manifiesto de carga *desconsolidado* y *consolidado* y los demás documentos en la forma y plazo que establezca SUNAT. Cabe mencionar que esta obligación sólo se dará en aquellos casos en que la logística e infraestructura operativa o actividades no permanentes de ingreso o salida de personas o medios de transporte no permitan efectuar la transmisión en medios electrónicos. Al igual que la anterior obligación, el incumplimiento genera una multa de 1UIT.

c. Finalmente, los ACI deben rectificar los errores del manifiesto de carga *desconsolidado* y *consolidado* y ello incluye la incorporación de documentos de transporte. En el caso del manifiesto desconsolidado, se hace hasta antes de la salida de la mercancía del punto de llegada. En el caso del manifiesto de carga consolidado dentro del plazo de quince (15) días calendario contados a partir del día siguiente a la fecha del término del embarque. Cabe mencionar que las sanciones previstas por la SUNAT han sido: (i) En el caso que los documentos de transporte no figuren en los manifiestos de carga, salvo que se hayan consignado correctamente en la declaración: 1UIT en la vía marítima y 0,5 UIT en la vía aérea, terrestre, fluvial u otras vías; (ii) Cuando SUNAT detecte diferencia entre las mercancías que contienen los bultos y la descripción de los manifiestos, salvo que esté correctamente consignada en la declaración: 0,2 UIT en la vía marítima y 0,1 UIT en la vía aérea, terrestre, fluvial u otras vías.

¹ UIT: Unidad Impositiva Tributaria equivalente para el año 2016 a S/3,950 soles, equivalente a US\$1,129 (TC 3.5).



REDUCCIÓN DE COSTOS LOGÍSTICOS A TRAVÉS DE UNA ADECUADA SELECCIÓN DE LOS ACTORES DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL



José Antonio Caballero Jesús
Director de Aprolog -
Profesor de
Maestría Esan

Parte I

Cada vez que hay una crisis económica en el país las empresas buscan mantener su competitividad en el mercado local e internacional y para lograr su competitividad empresarial y asegurar la supervivencia de las empresas en el mercado a largo plazo muchas veces es necesario preparar estrategias de reducción de costos logísticos y entre ellas una de las más efectivas es la adecuada selección de los actores que intervienen en la cadena de Distribución Física Internacional.

Una de las estrategias para lograr esta competitividad es la acertada planificación de la distribución física internacional, en cuanto a los costos y las actividades involucradas en el proceso, teniendo en cuenta que dentro de la cadena logística representan un rubro representativo.

Esta planificación se materializará en reducción de costos, optimización de inventarios, mejora en los niveles de servicio al cliente, optimización de rutas de transporte y adecuada selección de medios y modos de transporte.

También es necesario evaluar el tipo de carga, cantidad, frecuencia, distancia y urgencia

La adecuada gestión de la distribución física internacional se traduce en un correcto flujo de materiales y flujo de información, teniendo en cuenta que el flujo de materiales requiere un conocimiento previo de todas las actividades necesarias para lograr que el producto llegue en óptimas condiciones a su destino internacional y el flujo de información requiere que la empresa realice su planeación logística siendo

coherente con las necesidades y tendencias de la demanda en el contexto global.

Pero cómo lograr la integración de estos flujos de productos y de información? Es necesario la adecuada selección de cada uno de los actores que intervienen en cada una de las fases de la cadena de distribución física internacional con la adecuada trazabilidad de los productos y el follow up en cada una de las tres fases importantes de la cadena de distribución física internacional. Evaluando de manera permanente con indicadores de gestión todo lo que ocurre en el país exportador con las empresas de servicios que intervienen en esta primera fase y luego lo mismo en el tránsito internacional y finalmente en el país del importador. De esta manera



podremos evaluar, corregir, reducir costos y mejorar los tiempos, costos y la calidad del servicio de la empresas que intervienen en la distribución física internacional y mantener la calidad óptima de nuestro producto y con precios competitivos

Uno de los primeros actores a evaluar es La Línea Naviera o armador

Se entiende por naviero o empresa naviera a aquella persona física o jurídica que, utilizando buques mercantes propios o ajenos, se dedica a la explotación de los mismos - El naviero es un empresario marítimo que explota un buque por su cuenta y riesgo, independientemente de ser o no el propietario de la nave.

En el puerto del Callao, trabajan las siguientes líneas Navieras: Maersk, Hapag Lloyd, Hamburg Sud, MSC,

CCNI, Cosco, Evergreen, CMA CGM, Kline, Mol, APL, Hanjin, PIL, Wan-Hai, Hyundai, China Shipping, NYK, entre otras.

Para el puerto de Paita y Matarani algunas de estas navieras tienen servicios en estos puertos.

Los operadores que intervienen en el transporte Marítimo son:

- Armador (Shipowner): es el propietario del buque. Puede suscribir contratos de fletamento con el porteador.
- Porteador: es el transportista propiamente dicho, que puede ser también el propio armador.
- Consignatario: es el agente del armador o porteador que realiza la gestión comercial del transporte en cada puerto.

- Cargador (Shipper): es el exportador o el importador responsable del embarque de la mercancía que suscribe el contrato de transporte marítimo.
- Estibador: es el empleado de la empresa autorizada para realizar las operaciones portuarias.

En la actualidad las principales líneas navieras por movimiento de TEUS a Febrero del 2016 son las siguientes 20 principales navieras por orden de ranking de mayor movimiento de TEUS y de embarcaciones y por coincidencia muchas de estas navieras trabajan en nuestro principal puerto del Callao.

Indicadores para la Elección de una Línea Naviera

- Conocimientos de sus rutas principales y frecuencias de recaladas



ALPHALINER - TOP 100 : OPERATED FLEETS AS PER 26 FEBRUARY 2016											
Rnk	Operator	Total		Owned		Chartered			Orderbook		
		TEU	Ships	TEU	Ships	TEU	Ships	% Chart	TEU	Ships	% existing
1	APM-Maersk	3,022,731	586	1,776,317	266	1,246,414	320	41.2%	396,438	30	13.1%
2	Mediterranean Shg Co	2,675,406	490	1,052,351	190	1,623,055	300	60.7%	572,720	43	21.4%
3	CMA CGM Group	1,794,872	452	595,492	87	1,199,380	365	66.8%	261,228	24	14.6%
4	Evergreen Line	927,428	189	548,041	105	379,387	84	40.9%	395,770	41	42.7%
5	Hapag-Lloyd	917,042	171	502,501	69	414,541	102	45.2%	52,500	5	5.7%
6	COSCO Container L.	854,160	165	457,517	85	396,643	80	46.4%	322,560	21	37.8%
7	CSCL	707,179	126	480,964	60	226,215	66	32.0%	233,928	14	33.1%
8	Hamburg Süd Group	649,544	132	292,311	44	357,233	88	55.0%	39,430	9	6.1%
9	Hanjin Shipping	611,138	99	274,078	37	337,060	62	55.2%	18,060	2	3.0%
10	OOCL	570,860	104	371,115	51	199,745	53	35.0%	126,600	6	22.2%
11	MOL	561,201	95	151,316	22	409,885	73	73.0%	140,920	8	25.1%
12	UASC	549,124	58	407,342	38	141,782	20	25.8%	74,965	5	13.7%
13	APL	531,730	85	416,095	53	115,635	32	21.7%			
14	Yang Ming Marine Transport Corp.	514,400	96	196,481	42	317,919	54	61.8%	140,400	10	27.3%
15	NYK Line	493,489	98	272,872	47	220,617	51	44.7%	126,000	9	25.5%
16	Hyundai M.M.	393,665	55	165,080	22	228,585	33	58.1%	50,275	5	12.8%
17	K Line	380,409	66	80,150	12	300,259	54	78.9%	69,350	5	18.2%
18	Zim	348,487	79	32,053	7	316,434	72	90.8%			
19	PIL (Pacific Int. Line)	347,719	140	298,682	122	49,037	18	14.1%	141,600	12	40.7%
20	Wan Hai Lines	212,071	87	168,523	71	43,548	16	20.5%			

All information above is given as guidance only and in good faith without guarantee © Alphaliner 1999-2016

- Transit time de la naviera
- Número de naves para trabajar y encontrar contenedores y espacio disponible en Capacidad operativa de línea naviera, tipos de naves, disponibilidad de naves y equipos para trabajar (containers) y espacio disponible en temporada alta
- Fletes competitivos

Una de las estrategias para lograr esta competitividad es la acertada planificación de la distribución física internacional

Los indicadores deben tomarse en cuenta para tomar la decisión correcta al elegir la naviera que garantice un trabajo eficiente con resultados en costos, tiempo y servicio

- Puertos bases y puertos secundarios en puerto de origen y destino
- Servicio, rapidez y eficiencia
- Cuando embarcar con servicio directo o de transbordo
- Representante local / fiabilidad / ranking de la línea naviera
- Capacidad de respuesta de la línea Naviera en caso de contingencias como desastres naturales, terremotos y fenómeno del Niño que afecten el ingreso de las naves a puertos
- Tipo de Servicio

Conferencia y no Conferenciado Directo e Indirecto

- Tipo de Servicio
- Fletes y recargos
- Tiempo libre de sobrestadía, frío y almacenaje que la línea naviera pueda ofrecer
- Deposito temporal con el que trabaja
- La línea Naviera con que puerto en Callao, Matarani, Pisco y Paíta va realizar su operación de

exportación o importación para conocer los costos y tiempos y la calidad de servicio que se va realizar en dichos puertos

- La devolución del Contenedor vacío en que depósito de contenedores vacíos se va realizar y de igual forma el Gate Out donde se va realizar
- El costo del lavado de contenedor
- Facilidades de pago
- Información en Línea
- Relación de Largo Plazo

Estos son algunos indicadores que todo usuario exportador e importador deben tomar en consideración al momento de realizar el análisis de la toma de decisión con que naviera va a trabajar su operación para lograr un eficiente resultado en costos, tiempos y servicio competitivo para marcar el inicio de la diferencia con su competidores. En la siguiente edición de la revista vamos analizar a cada uno de los restantes actores de la cadena de Distribución física Internacional.



42 AÑOS FORMANDO EXPERTOS

OFERTA ACADÉMICA CALLAO

- ▶ Curso Técnica Aduanera
- ▶ Curso Auxiliar de Despacho Aduanero *
- ▶ Curso Liquidador Aduanero
- ▶ Curso de Técnicas de Ventas y Negociación
- ▶ Taller de Importaciones

(*) **10% Dscto.**
para el turno de la tarde

OFERTA ACADÉMICA SAN MIGUEL

- ▶ Diplomado de Gestión Aduanera y Logística del Comercio Internacional
- ▶ Curso Auxiliar de Despacho Aduanero
- ▶ Curso Intensivo de Comercio Internacional
- ▶ Curso Liquidador Aduanero
- ▶ Curso Gestión en Almacenes e Inventarios
- ▶ Curso de Técnicas de Ventas y Negociación
- ▶ Taller de Importaciones

PARTICIPA ESTE 14 Y 16 DE ABRIL DE NUESTRO SEMINARIO:

¿CÓMO APROVECHAR LOS ACUERDOS COMERCIALES?

APLICACIÓN PRÁCTICA DE LAS PREFERENCIAS ARANCELARIAS & LAS NORMAS
DE ORIGEN - TLC PERU - USA

EXPOSITORES:



MARIBEL ESPINOZA

Gerente de
Certificaciones de
Origen de ADEX



ALDO AMAYA

Master en Marketing &
Negocios Internacionales



LIC. ROCIO BALDEÓN

Administrador de
empresas, Docente en
ADEX, UNFV, UCV

PRECIO

Empresas: S/ 100.00 soles
Estudiantes: S/ 50.00 soles

LUGAR

ADEX Escuela
Sede San Miguel

HORARIO

Día 14: 7:00 a 10:00 pm.
Día 16: 10:00 a.m. a 1:00 pm.

CERTIFICACIÓN

Certificado de Participación
emitido por ADEX Escuela

INFORMES E INSCRIPCIONES:

postgrado.adex.edu.pe

Sede San Miguel

🏠 Calle Martín de Murua 187 Ed. Maranga, 2do piso
☎ (511) 618-3360
✉ adexsanmiguel@adexperu.org.pe

Sede Callao

🏠 Centro Aéreo Comercial: Av. Elmer Faucett Módulo C, Sector B Of. 209
☎ (511) 618-3370
✉ adexcallao@adexperu.org.pe



XIII Congreso Internacional Retail 2016 - "Anticipándonos al futuro: Oportunidades y desafíos del Retail en el Perú"

Este 16 y 17 de Marzo en The Westin Lima Hotel, organizado por Seminario y la Accep
En su XIII edición, se espera recibir a más de 800 asistentes, entre directores, gerentes y altos ejecutivos de las empresas más importantes del país
El evento contará con la participación de conferencistas internacionales como Michael Bergdahl, experto de Walmart y orador internacional; Sucharita Mulpuru, Vice Presidente de Forrester; entre otros.



Una de las figuras principales de este evento será el reconocido orador internacional y experto de Walmart, Michael Bergdahl quien compartirá con los participantes los Walmart P.O.C.K.E.T.S.: las 7 estrategias de negocios de Walmart, y explicará cómo los minoristas peruanos pueden competir, sobrevivir y prosperar en un mercado tan competitivo. Otra figura internacional destacada es Sucharita Mulpuru, Vice Presidente de Forrester, quien compartirá un resumen de 10 años de investigación en métricas de desempeño de comercio electrónico y lo que las empresas hacen para sobresalir en el comercio minorista en línea: marketing interactivo, experiencia del cliente, y la venta omnichannel.

En cuanto a las ponencias locales, destacan las presentaciones de Víctor Albuquerque, Asociado y Jefe de Análisis Sectorial de Apoyo Consultoría, quien presentará los resultados de un estudio sobre las "Perspectivas de crecimiento del Retail moderno en un nuevo entorno competitivo" y los casos de éxito como "Tambo, Cada vez más cerca" a cargo de Luis Seminario de Great Retail; "Transformando la educación: Innova Schools", por Aurelia Alvarado de Innova Schools; "De una fábrica local a una Fashion Company Global" a cargo de Sergio Casaretto de Crepier, entre otros.

El XIII Congreso Internacional Retail 2016 "Anticipándonos al futuro: Oportunidades y desafíos del Retail en el Perú", organizado por Seminario y Accep, se realizará este próximo 16 y 17 de Marzo en The Westin Lima Hotel. Informes al 610 7272 opción 1 / informes@seminarium.pe / www.seminarium.pe

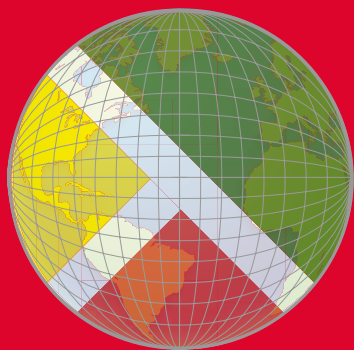
Lima, Febrero 2016.- Desde hace trece años, Seminario ha logrado posicionar al Congreso Internacional de Retail como el evento referente del país y la región, gracias al nivel de análisis y expositores con los que cuenta este Congreso.

"Anticipándonos al futuro: Oportunidades y desafíos del Retail en el Perú" es el lema de este congreso pues viene precedido por una coyuntura particular donde estamos próximos a elegir a un nuevo gobierno, con pasos cautelosos ante un posible fenómeno climático y donde, además, nos enfrentamos a un nuevo escenario marcado por la entrada de nuevos competidores y nuevos formatos en el sector empresarial y en un entorno que se vuelve cada vez más digital.

Rafael Dasso, presidente del Comité Consultivo de este XIII Congreso Internacional Retail 2016, explica que "Si bien el Perú es un país prometedor, puesto que hemos logrado duplicar la economía en los últimos 10 años, la clase media

de hoy representa al grupo más grande del país, y que contamos con un gran bono demográfico que traerá un grupo importante de jóvenes a la fuerza laboral en los próximos años; la industria de Retail presenta una serie de cambios que conllevan grandes oportunidades y al mismo tiempo muchos retos, pues las empresas de Retail exitosas serán las que logren adaptarse a este nuevo Perú, conectándose mejor con las nuevas generaciones, moviéndose en un entorno más competitivo y siendo capaces de innovar y transformar".

"Es por esto que este Congreso abarcará temas de gran interés y se presentarán casos de diferentes industrias donde se han cambiado las reglas de juego y los jugadores. ¿Quién se hubiera imaginado hace cinco años que Airbnb sería el mayor proveedor de hospedaje sin ser propietaria de habitaciones o que Alibaba sería la empresa de Retail con mayor valor de mercado sin poseer inventario?", comenta Katia Rachitoff, Gerente General de Seminario.



XXXIII CONGRESO ALACAT SIL2016

BARCELONA

18° SALÓN INTERNACIONAL DE LA LOGÍSTICA
Y DE LA MANUTENCIÓN

18 AÑOS AL SERVICIO DE LA LOGÍSTICA

18° Salón Internacional de la Logística y de la Manutención

14° Forum Mediterráneo de la Logística y Transporte

5º Cumbre Latinoamericana de Logística y Transporte



**EL MAYOR CONGRESO DE AGENTES DE CARGA Y
OPERADORES LOGÍSTICOS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

www.alacat2016.com

Del 7 al 9 Junio de 2016

Recinto Montjuic - Plaza España. Fira de Barcelona
Barcelona - España



www.silbcn.com



SIL BARCELONA



[sil.barcelona](https://www.facebook.com/sil.barcelona)



[@SILBARCELONA](https://twitter.com/SILBARCELONA)



LOGÍSTICA Y TECNOLOGÍA: UNA REVOLUCIÓN EN CAMINO



Juan Pablo Cerro
Gerente de Canales
para Zebra
Technologies

Durante mucho tiempo, el objetivo principal de las empresas de logística y transporte ha sido el seguimiento de todos y cada uno de los artículos durante el trayecto. A pesar de que el sector ha sido pionero en el uso tanto de tecnologías móviles como de seguimiento y localización, las empresas todavía deben conseguir una visibilidad absoluta durante el proceso de entrega. Sin embargo, el Internet de las Cosas (IoT) supone que este sector está a punto, por fin, de poder realizar un seguimiento de todos los artículos y en cualquier momento. En primera medida el 98 % de los profesionales del transporte consideran que el IoT es la iniciativa tecnológica de mayor importancia estratégica que su negocio llevará a cabo en décadas. Por lo anterior, detallo cinco pasos para utilizar el IoT de manera que transforme las operaciones y rentabilice lo que muchos observadores llaman “la tercera revolución industrial”.

El Internet de las Cosas

El Internet de las Cosas es posible gracias a la combinación de diversas tecnologías. De entre todas ellas, son tres las que destacan:

Conectividad inalámbrica: las redes móviles, Wi-Fi y Bluetooth se combinan a la perfección para proporcionar conectividad frecuente entre los sistemas empresariales y los dispositivos inteligentes en el terreno, como lectores RFID automatizados, ordenadores de mano y escáneres. En la actualidad,

en los casos en los que la cobertura móvil es constante, es posible realizar el seguimiento de los artículos durante todo su trayecto. Las líneas aéreas de carga también tienen previsto instalar conexión Wi-Fi para que se pueda llevar a cabo un seguimiento de la mercancía que se transporta por vía aérea durante su recorrido.

Sensores: hoy en día existen sensores inteligentes económicos que permiten transmitir el estado y la ubicación de la mercancía mediante el escaneo manual o la captura automatizada de datos.

Estos sensores incluyen máquinas que se comunican entre sí, microchips, códigos de barras y etiquetas RFID fijadas o incrustadas en los artículos.

La nube: la informática en la nube brinda la posibilidad de procesar, almacenar y analizar de forma rentable los flujos de datos masivos originados in situ por los sensores, equipos portátiles y lectores RFID fijos y portátiles. El interés en el IoT es enorme. Las predicciones de IDC indican que la tecnología que hay detrás incrementará su valor de 1,3 miles de millones de dólares desde 2013



a 3,04 miles de millones para el 2020. Es más, nos hemos puesto en contacto con empresas de logística y transporte de todo el mundo y el 80 % afirma estar preparada para llevar a cabo los cambios necesarios para la implementación del IoT. Con tantas expectativas puestas en él, ¿está justificado tanto entusiasmo?

Cinco pasos para adoptar el IoT exitosamente

1. **Revisar los procesos:** a pesar de que se trata más de una excepción que de la norma, aún nos encontramos algunos negocios de transporte y logística que utilizan documentos de papel para coordinar sus entregas. Estos flujos de trabajo deben digitalizarse o prescindir de los documentos de papel. La integración de estas tecnologías en





su negocio es la piedra angular de una estrategia de IoT.

- 2. Hacer de su almacén un almacén inteligente:** gracias a las nuevas tecnologías, su almacén puede resultar más inteligente, eficiente y productivo. Por ejemplo, la tecnología de marca por Bluetooth puede ayudar a su personal a localizar de forma rápida y precisa los artículos que se deben recoger.
- 3. Revisar la conectividad:** la cantidad de datos que procesará a través de las redes Wi-Fi de sus almacenes

aumentará notablemente. Por tanto, es recomendable que se realice un estudio de red y se aumente su capacidad si es necesario.

- 4. Conectar sus vehículos a la red:** si añade sensores a sus vehículos, podrá obtener datos valiosísimos sobre el comportamiento del conductor y el mantenimiento del vehículo. Además, los sensores le pueden brindar una actualización en tiempo real del nivel de utilización de sus vehículos y la “salud” de la mercancía para mejorar

la seguridad (por ejemplo en el caso de alimentos perecederos).

- 5. Digerir gran cantidad de datos:** el IoT promete ofrecer una visión detallada y en tiempo real de todo su negocio. Es probable que para almacenar, procesar y extraer valor de dichos datos se requieran nuevos o mejorados sistemas de análisis de datos. Los sistemas basados en la nube pueden moderar los gastos y actuar como el músculo necesario para analizar las grandes cantidades de datos, algo necesario para crear un flujo de información que permita tomar mejores decisiones y mejorar el rendimiento.



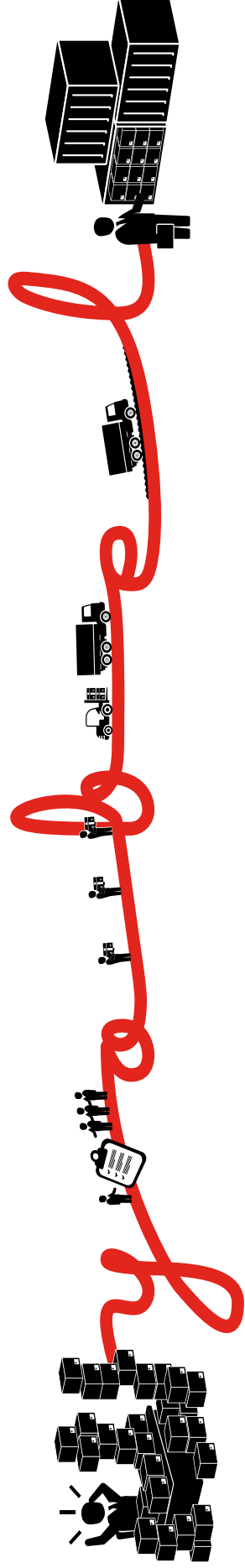
Evolución en lugar de revolución

Algunos observadores hablan de una “revolución” en las capacidades de las empresas de transporte y logística, lo que sugiere la necesidad de una importante reestructuración de los procesos. Pero esto no tiene que ser necesariamente así. En muchos casos, las tecnologías existentes, desde redes inalámbricas hasta ordenadores de mano y software de gestión, se pueden reutilizar como parte de una estrategia de IoT.

Y puesto que las redes inalámbricas de banda ancha son cada vez más ubicuas, se puede conseguir el IoT con mayor rapidez y con un costo más razonable de lo previsto inicialmente. Hoy por hoy, estoy seguro de que ha llegado el momento en el que podremos hacer un seguimiento de cada artículo a lo largo de toda la cadena de entrega.

Gracias a las nuevas tecnologías, su almacén puede resultar más inteligente, eficiente y productivo

El IoT promete ofrecer una visión detallada y en tiempo real de todo su negocio



**Entre tu problema y una solución
logística innovadora, estamos nosotros.**

www.yobelscm.biz

yobel | supply
chain
management
Profesionales de confianza

Colombia | Costa Rica | Ecuador | El Salvador | Guatemala | México | Panamá | Perú | Puerto Rico | Rep. Dominicana



NEARSHORE Y OFFSHORE



Ismael Mayuri
Jefe de Procesos
Logísticos Yobel SCM

En los últimos años, las cadenas o redes de suministro se han vuelto parte de las ventajas competitivas de las organizaciones. Alinear las estrategias de las cadenas de suministro a las estrategias empresariales es un reto que tenemos constantemente, más aun considerando que gran parte de los activos de la empresa fluyen por la misma y que las fronteras entre los diversos mercados van desapareciendo.

Al momento de establecer la estrategia de las cadenas de abastecimiento debemos considerar las estrategias organizacionales como la estrategia de operaciones, de tercerización, de los canales de venta, de servicio al cliente, y la red de activos. En un mercado globalizado se deben considerar diversos aspectos para optar por la estrategia adecuada; por ello, es fundamental tomar en cuenta la tecnología a emplear, los volúmenes de producción, los costos de traslado y transporte, la cultura organizacional tanto de la empresa como de sus posibles proveedores, etc.

Es en este entorno donde nacen los conceptos de nearshore y offshore. Ambas son estrategias de localización, pero se diferencian en la distancia

que tienen respecto al mercado en donde la empresa decide comercializar sus productos.

El nearshore es la localización que realiza la empresa dentro de la misma región, ya sea mediante subsidiarias o mediante la tercerización con empresas dentro de la misma región. Por ejemplo, si la empresa comercializa sus productos en Estados Unidos y decide tercerizar la fabricación de sus productos en México, estamos frente a una estrategia de outsourcing nearshore. Si bien este modelo logra reducir los costos (en el ejemplo, los costos de mano de obra en México son menores que los costos de mano de obra en Estados Unidos), es rentable siempre que los costos totales de la cadena de abastecimiento (almacenamiento, inventarios y transportes) representen beneficios para la empresa. Asimismo, dentro del enfoque del nearshore se tiene facilidad en la gestión de las empresas subsidiarias o de los proveedores de servicios por estar dentro de la misma zona geográfica y zona horaria, además no se tienen diferencias significativas en cuanto a aspectos culturales y económicos de ambos países.

En el caso del offshore, la figura cambia. Se describe como la localización que se realiza en distancias lejanas (fuera de la misma región), ya sea mediante la colocación de una subsidiaria o mediante la tercerización de parte de los procesos de la organización. Siguiendo el mismo ejemplo de la empresa que comercializa sus productos en Estados Unidos, el offshore se daría al tercerizar la fabricación de sus productos en países como China o India. Si bien los costos laborales en esos países son considerablemente más bajos que en México (o que otros países de la región Latinoamericana), los costos totales de la cadena de abastecimiento justifican muchas veces el optar por este modelo. Debemos tener en consideración también las barreras que se tienen en este tipo de estrategia frente al modelo del nearshore, pues las barreras horarias, geográficas, de idioma, o los aspectos culturales y económicos pueden resultar complejos.

Usualmente las industrias emplean este tipo de estrategias para sus procesos de manufactura y los de soporte tecnológico. Algunos ejemplos de industrias que aplican estos modelos de trabajo son:



El nearshore es la localización que realiza la empresa dentro de la misma región, ya sea mediante subsidiarias o mediante la tercerización con empresas dentro de la misma región

El offshore es la localización que se realiza en distancias lejanas (fuera de la región), ya sea mediante la colocación de una subsidiaria o mediante la tercerización de parte de los procesos de la organización

Nearshoring	Offshoring
<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos • Alimentos y bebidas • Farmacéuticos • Cosméticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Textiles • Calzado • Computadoras • Electrodomésticos

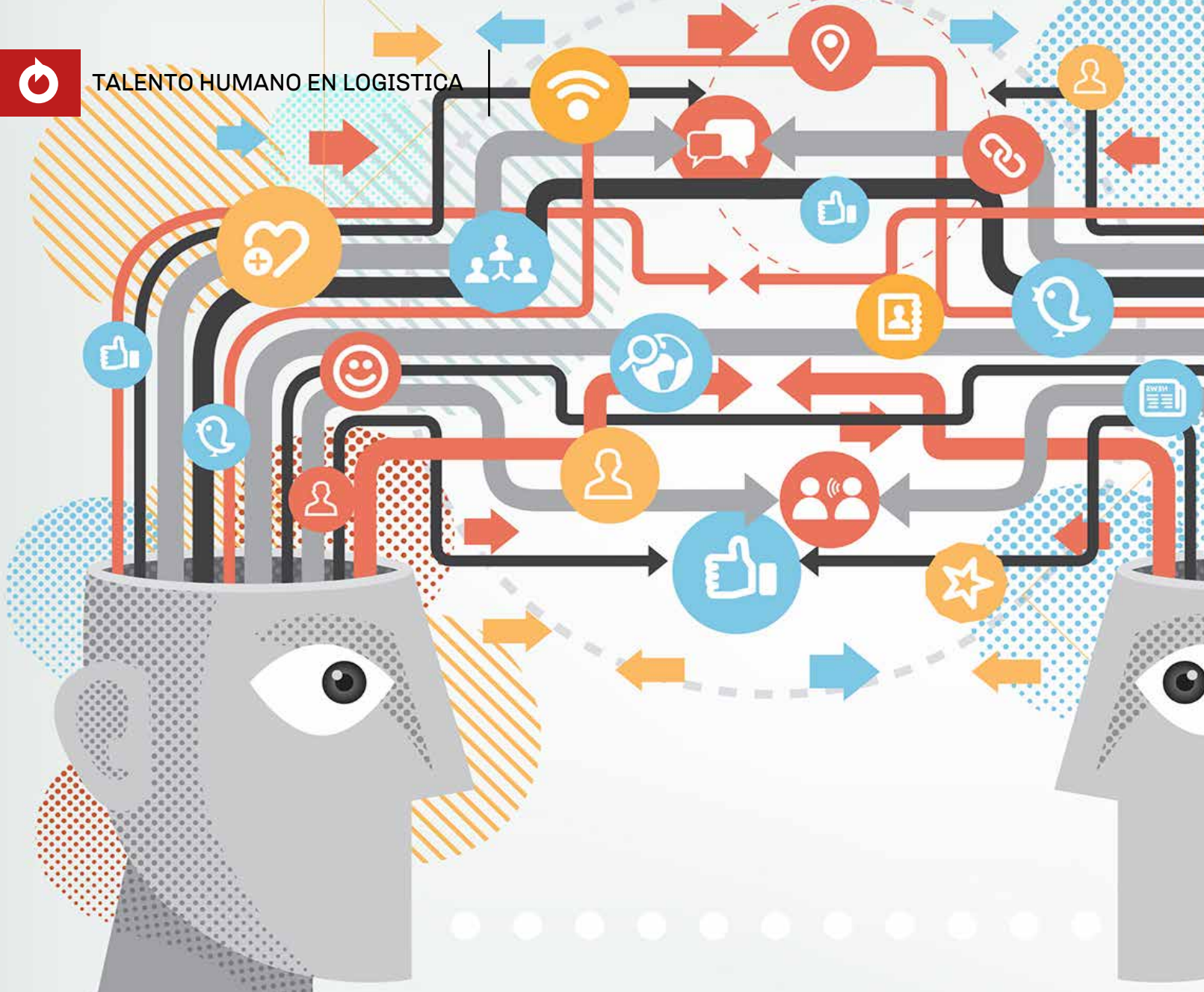
Estas industrias usualmente tercerizan sus procesos de manufactura (o parte de ellos) según los mercados en donde tienen presencia. Así mismo, según la estrategia de la empresa pueden tener combinaciones entre ambas según el punto en el que la personalización de los productos sea una estrategia y ventaja competitiva de la empresa. Por ejemplo, en el caso de las computadoras o de los vehículos, en donde se tienen productos personalizados, se tienen procesos de fabricación de las partes bases mediante la estrategia de offshore y el ensamblaje o manufactura final del producto bajo la estrategia del nearshore; esto alineado a la promesa de entrega al cliente y a la disponibilidad de los productos de los competidores en el mismo mercado.

Otra de las decisiones importantes al momento de optar por alguna de estas

estrategias es la elección de establecer una filial o sucursal en la nueva localidad, o tercerizar el proceso. En el caso del nearshore debemos considerar que el control y la gestión puede realizarse desde el país en donde la empresa se encuentre establecida, pues los tiempos de tránsito hacia los proveedores (en caso se elija el outsourcing) o a la sucursal es corto, por lo que no se suele instalar oficinas administrativas en dichos países. Sin embargo, en el caso del offshore los tiempos de tránsito son bastante largos, por lo que se hace necesaria una estructura administrativa en el país donde se estén instalando las operaciones. Por ello, las empresas que trabajan con la estrategia offshore normalmente tercerizan los procesos.

Finalmente, es importante resaltar que el nearshore y el offshore son

estrategias que permiten optimizar los costos dentro de la cadena de suministro y para la elección de alguna de ellas, es importante tomar en cuenta los diversos factores que éstas involucran. Asimismo, al momento de establecer si se optará por la tercerización de los procesos o si la empresa colocará una sucursal o subsidiaria en la nueva localidad, debemos tomar en cuenta las ventajas y desventajas que se tiene bajo cada modelo (culturales, económicas, horarios, distancias). En el caso del offshore las empresas suelen optar por la tercerización de los procesos debido a estas barreras. Por último, estas estrategias no son excluyentes dentro de una misma empresa, ya que según el nivel de personalización que se tenga en la cartera de productos ofrecidos, se puede optar por tener una estrategia mixta en cada eslabón de la cadena de suministro.



IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA LOGISTICA



Miluska Morales Cuervo
Gestión del Talento Humano
Administradora - Psicóloga Coach

Cuando hablamos de comunicación en una empresa, inmediatamente pensamos en Sistemas de comunicación, considerando la efectividad de los sistemas informáticos implementados. Sin embargo es importante pensar en CÓMO PODEMOS TRASMITIR INFORMACIÓN ENTRE NUESTROS COLABORADORES en el momento justo cuando cada área realmente lo requiere.

Imaginemos un sistema de comunicación entre áreas, en las cuales

hay un computador y una persona, mientras cada uno de ellos permanezcan en sus posiciones y respeten los tiempos que el sistema o la empresa estableció probablemente los riesgos en comunicación ineficaz disminuyan, pero qué sucedería si retiramos computadoras, y nos encontramos en un panorama de personas. Observaríamos que son las personas las que se encuentran frente a frente y el efecto del sistema de comunicación, ¿la efectividad será la

misma?, a opinión personal **NO**, porque en esta situación cada uno pondrá en práctica sus habilidades para comunicarse y no todos la han desarrollado.

Entonces he aquí la gran pregunta ¿Sus colaboradores tienen habilidades para comunicarse efectivamente y con liderazgo para construir una relación de confianza ya sea entre pares, jefes o clientes?

Cuantas empresas de logísticas podrán decir: **"el área de operaciones es**



FORMULA:

CONOCIMIENTO



EFECTIVIDAD

COMPETENCIA

(HABILIDAD COMUNICACIONAL)

efectiva porque tienen habilidad para comunicarse”, ahora hago énfasis en el área de operaciones, porque es el área en donde menos computadoras existen, es el área en donde el contacto persona a persona es mayor.

Hoy en día los expertos nos dicen **no podemos confiarnos exclusivamente de nuestra capacidad para hacer bien nuestro trabajo**, en una empresa no todo es **conocimiento** en una empresa debemos **equilibrar: conocimiento y competencia = efectividad**

Como gerentes o jefes de áreas deberás considerar **la comunicación para crear confianza**, esto es vital y clave para su empresa. Enseñar a cada uno de sus colaboradores el **efecto** de esto, de la **comunicación verbal, no verbal y escrita, de cuanto puede TRASMITIR ESE MENSAJE, “honestidad, calidez, respeto y claridad” y el resultado: “efectividad – rapidez”** justo lo que necesitamos en **logística**.

Ahora si hablamos en términos monetarios o queremos ser más objetivos y cuantificar este efecto, nos podemos hacer una segunda y tercera pregunta **¿con qué rapidez o facilidad incremento ventas?, ¿las observaciones o quejas de los colaboradores por parte de los clientes o proveedores son cada vez menos?**

Por lo tanto debemos considerar que si logramos establecer pronto una relación de confianza y empatía, el mensaje enviado será recibido de manera positiva, dando pie a concretar ya sea un nuevo cliente o una operación efectiva.


Cuando hablamos de efectividad en la comunicación debemos saber que esta estará en función de la valoración

que cada quien tiene de sí y quienes los rodean: entendernos, conocernos y aceptarnos, para llegar a esto necesitamos de práctica y capacitación.

Sin embargo en la empresa deberán existir líderes con muy buena habilidad para comunicarse y colocarlos en áreas estratégicas de tal manera que sirvan como **MODELOS DE COMUNICACIÓN** para el resto de los colaboradores.

De igual manera como gerente o jefe de área debe saber que las personas asignadas como **MODELOS DE COMUNICACIÓN** han de reflejar y demostrar el respeto que sentimos por nuestros colaboradores, enfocarnos en generar empatía y calidez en cada comunicación que realizamos con nuestros clientes internos y externos.

En esta oportunidad te reto a practicar pequeños tips que harán de la comunicación un medio efectivo para lograr más en tu empresa.

- Establezca dos días al mes para entablar conversaciones con sus colaboradores;
- Escuche con atención, con mente abierta para lo que tengan que decir, tratando de ver otros puntos de vista y llegando a acuerdos;
- Implemente un buzón de sugerencias interno;
- Identifique a sus líderes en la empresa, capacítelos, entrénelos y otórgueles confianza;
- Los líderes o jefes modelos de área tendrán el empoderamiento y legitimidad para realizar un feedback constructivo a los colaboradores; y
- Realice capacitaciones de desarrollo personal. 

¿Sus colaboradores tienen habilidades para comunicarse efectivamente y con liderazgo para construir una relación de confianza ya sea entre pares, jefes o clientes?

En una empresa debemos equilibrar: conocimiento y competencia para lograr efectividad. Debemos considerar que si logramos establecer pronto una relación de confianza y empatía, el mensaje enviado será recibido de manera positiva.



WMS EN MODALIDAD SAAS



David Radzinsky
Country Manager de
Altanet en Perú

Los *Warehousing Management System* (WMS) han sido parte del trabajo logístico por mucho tiempo. Estos son utilizados tanto por operadores logísticos como por empresas que cuentan con cierto grado de complejidad en su operación de almacenes. Como toda industria, el mundo del software se encuentra en permanente evolución; cambios constantes y mejoras continuas. Esta tendencia natural de la tecnología también aplica a los WMS.

Tradicionalmente, para tener un WMS había que ser una empresa muy grande, con un presupuesto millonario para el área logística. Esto ha cambiado en los últimos años con la aparición de

soluciones SaaS (*software as a service*) que han permitido el acceso de empresas medianas a tener un WMS.

La modalidad SaaS implica que toda la operación del sistema ocurre en la nube vía Internet. Esto significa que las empresas ya no se tienen que encargar y preocupar de comprar, construir y mantener una infraestructura de TI para operar sus sistemas. Asimismo, los servicios son cobrados en forma variable, dependiendo de un factor a definirse (Ejemplo: nivel de funcionalidad, uso del sistema, nivel de servicio deseado, etc.). En diferentes industrias, el modelo SaaS ha tenido un impacto muy profundo y ha creado un nuevo paradigma. Algunas

empresas mundialmente famosas que utilizan el modelo de negocios SaaS son Salesforce, Workday y LinkedIn.

Las principales ventajas de una solución SaaS son:

- Menos costos: Por ser vía Internet, no requiere inversión en infraestructura, personal adicional, ni hardware. Además que el sistema en sí tiende a ser masivo y a la vez económico.
- Mayor acceso: el funcionamiento vía Internet permite el acceso 24/7 desde cualquier lugar, de cualquier computador, tableta o teléfono inteligente.



- Escalabilidad: fácilmente uno puede crear usuario y usarlo inmediatamente, sin requerir nuevos servidores ni equipo adicional.
- Integración: se pueden integrar con el sistema de gestión de la empresa (ERP) u otros sistemas que sean relevantes para la operación.
- Upgrades: las mejoras al sistema se hacen *online* por parte del proveedor y éstas surten efecto automáticamente y sin demoras a todos los usuarios.

Al evaluar opciones SaaS es importante tener en cuenta la trayectoria del proveedor y los casos de éxito de sus clientes. Así también, se debe considerar el proceso y nivel de satisfacción con la implementación del sistema.

Por otro lado, la flexibilidad en el acuerdo entre el proveedor y el cliente también es una variable importante. Un

proveedor confiable se siente cómodo con sus sistemas, se enfoca en el servicio y trabaja con flexibilidad contractual, en lugar de “encajonar” a sus clientes en acuerdos rígidos que no toman en consideración las particularidades de cada operación y organización. Asimismo, la seguridad y el nivel de confiabilidad del sistema son importantes para tener un uso fluido.

Finalmente, para tener un excelente WMS es fundamental que el proveedor pueda ofrecer un sistema que sea multi-entidad, con la finalidad que pueda ser utilizado en todas las empresas de un grupo o por operadores logísticos que dan servicio a terceros. Más aun, debemos entender el nivel de flexibilidad que tiene el sistema y las posibilidades de generar mayor funcionalidad a las necesidades específicas de la operación para satisfacer las prioridades internas y mejorar la productividad.

Para tener un WMS había que ser una empresa muy grande, con un presupuesto millonario para el área logística. Esto ha cambiado en los últimos años con la aparición de soluciones SaaS

En diferentes industrias, el modelo SaaS ha tenido un impacto muy profundo y ha creado un nuevo paradigma

Principales ventajas de una solución SaaS: menos costos, mayor acceso, escalabilidad, Upgrades



CENTROS DE DISTRIBUCIÓN EN RETAIL FARMACÉUTICO



Andree Carbonero
Especialista en
Abastecimiento -
Inkafarma S.A

En tiempos donde la competitividad radica en la cadena de suministro, tener un Centro de Distribución (CD) de clase mundial con la adecuada tecnología resulta clave para cualquier industria y sobre todo la farmacéutica.

Realizaremos un análisis conjunto entre la gestión de pedidos y la importancia de la informatización y robótica en un CD. La demanda creciente y variable en un retail, reta a tener un dinamismo comparado al sector de consumo masivo. Soportar tal operatividad aunada a la exactitud requerida, se consigue con la adecuada planificación, mejora continua y automatización de los procesos.

El centro de distribución se puede dividir en diversas áreas:

Zona Shelving (Anaqueles): Este proceso se realiza mediante equipos de radiofrecuencia y pick in voice. El pick in voice ayuda a medir la eficiencia y optimiza los tiempos, al tener manos libres y reducción de pasos. Pudiendo obtener una mejora de cerca un 40% en los tiempos de este proceso. Resultado obtenido en un CD World Class.

Zona con sistema C.A.P.S (Computer Aid Picking System) : Como Pick to Light & Put to light. Se puede optimizar el proceso en esta zona con la adecuada planificación y adecuación de ubicaciones, bajo dimensionamiento de cajas (cubicaje) y reducir los errores hasta tener 95% de confiabilidad. En esta zona es posible realizar un picking por inner

pack configurado desde el proveedor, optimizando la productividad en un 25%.

Zona de Proceso automatizado: Es un sistema de consolidación unitaria de productos, puede soportar hasta el 40 a 50% de la operación diaria (10 mil unidades/hora). Con una tecnología de caídas donde cada caída es un local de asignación. La mejora de este proceso está amarrada al layout del CD y en la asignación de ítems a esta zona.

Zona Push Back Rack (Productos de alto volumen): Es un sistema de almacenamiento que rige por gravedad, y ayuda al picking por tipo FIFO. La optimización consiste en realizar

una descarga de pallet completo. El sistema permite usar pasillos angostos, optimizando espacio físico en el CD.

Zona Reserva: El pick en esta zona se debe dar por máster pack, reduciendo los tiempos y sin necesidad de que esta ocupe ubicaciones permanentes. Esto se logra gracias a la configuración del sistema de reabastecimiento a locales (ASR), el cual genera valor hacia la operación.

Todo el sistema debe estar diseñado para reducir los tiempos y mejorar la productividad. Pero todo el proceso de un CD tecnológico no sería posible sin un WMS (Warehouse Management System) que se adapte a los procesos,





que permita una clusterización tanto para la preparación diaria y el despacho, asignando los pedidos a la mejor zona mediante olas de asignación.

El WMS asimismo debe permitir la asignación de ubicaciones idóneas y tener la flexibilidad necesaria. El WMS debe ser eficiente en la gestión inventarios y por el giro del negocio tener un reabastecimiento adecuado a todo el CD bajo la política FEFO (First Expire First Out). Un WMS idóneo debe facilitar el crecimiento de la organización, pensando en futuro. Como toda implementación es vital reducir los riesgos antes de tomar la decisión.

La mejora continua dentro del Centro de Distribución resulta fundamental para este modelo de negocio, por la clase de productos que se manipulan y almacenan. Y por el crecimiento continuo de las empresas. Se requiere una operación que sea la más productiva y óptima posible. Donde se reduzcan los tiempos y de soporte a los objetivos de la empresa. Toda la operación del Centro de Distribución debe dar una confiabilidad hacia el negocio y permitir mantener los altos niveles de servicio, y ser así pieza clave en la ventaja competitiva de una adecuada cadena de suministro. 🔴

Pero todo el proceso del CD no sería posible sin un Warehouse Management System (WMS) que se adapte a los procesos, que permita una clusterización. El WMS permite la asignación de ubicaciones y tener la flexibilidad necesaria y bajo la misma clusterización se realizan las rutas de despacho.



UN CAMINO PARA LOGRAR UNA VENTAJA COMPETITIVA



Jose Aparcana Garcia
Sub-Gerente de Logística
GCZ Ingenieros

Actualmente la tendencia mundial apunta hacia un camino en donde la logística cada vez tiene una mayor participación clave en las decisiones relevantes de cualquier organización. Si se desea entrar en una competencia empresarial de primer mundo, es necesario contar con una estructura operativa sólida basada en una visión estratégica objetiva, sencilla y clara. Los logistas modernos lo toman para hacer su trabajo que es tangibilizar diaria y sistemáticamente las actividades que ejecuta la organización. El secreto de cómo construir algo sólido, sencillo y

claro no solo es la tarea de un área o de una actividad, que en muchas empresas se acostumbra a reaccionar, sin enfocar lo relevante que es construir justamente todo un sistema, que resalta, debe estar orientado a tangibilizar lo que se exige o mejor dicho lo que nuestros clientes exigen con mucho dinamismo y efervescencia.

A los logistas se nos exige constantemente reducir costos, llegar a tiempo, elevar nuestro nivel de servicio, pero si el sistema no está integrado, existen islas al interior de las organizaciones, no existe una línea

estratégica única, se ve claro que los resultados no llegaran por sí solos.

Somos conscientes que cualquier sistema se basa y lo desarrollan las personas, de ahí que enfocarnos en crear equipos eficaces, sólidos de trabajo es una tarea de cualquier empresa que desea dar el gran salto. Trabajar en conjunto y orientado en el objetivo común son acciones que siempre leo y escucho pero muy pocas veces observo se operativice. En consecuencia, uno de los pasos para poder tangibilizar con eficacia nuestras actividades es encontrar o mejor dicho formar ese



EQUIPO, pero reflexionando ¿cuántas empresas peruanas se preocupan en formar?, ¿cuántas apuestan en crear líneas de carrera, un plan estratégico de desarrollo? En la práctica, lo que debe ser una estrategia de éxito normalmente son decisiones aisladas de un jefe o líder de área.

Las personas necesitan herramientas para desarrollar sus actividades, en un mundo donde las cosas cambian constantemente. La flexibilidad debe ser una palabra que interrelacione nuestras acciones diarias. El logista moderno convive con los cambios constantes. Quien no desee adaptarse para avanzar, solo se está retirando del mercado laboral. Desde mi punto de vista la flexibilidad tiene diversos aspectos a desarrollar, para muestra un botón: culturalmente aún el peruano considera que la distancia

física es el primer obstáculo, cuando en otros países dicha "barrera" ya se superó por un factor determinante como la tecnología. En la actualidad quien pretenda hacer negocios en Excel diría que está cometiendo un suicidio empresarial, que quien no incorpore a sus actividades elementos tecnológicos vive simplemente fuera de línea ante lo que sucede en el mundo.

La logística integrada se está convirtiendo en una herramienta para lograr significativas ventajas competitivas. Con el fin de alcanzar dicha integración debemos trabajar en crear una cultura justamente de colaboración constante, construyendo internamente puentes de comunicación, sentir que si falla algo el que pierde no solo es el área que se equivocó o que falló, sino afecta a toda la organización. Sin embargo esto no se logra de la noche de la mañana, es

un trabajo de liderazgo constructivo que estoy seguro cada vez más empresarios están logrando interiorizar y aplicar en sus organizaciones.

Una competencia empresarial de primer mundo requiere de una estructura operativa sólida basada en una visión estratégica sencilla y clara

Hoy quien pretenda hacer negocios en Excel, está cometiendo suicidio empresarial, quien no incorpore a sus actividades elementos tecnológicos, vive simplemente fuera de línea



Según estudio de Apoyo Consultoría “LOS CRÉDITOS DE CONSUMO MODERARÁN SU CRECIMIENTO DURANTE EL 2016”

El estudio será presentado este 16 de marzo como apertura del XIII Congreso Internacional de Retail 2016

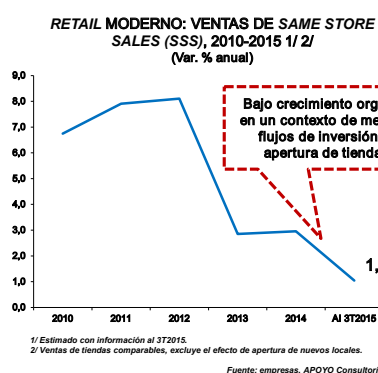
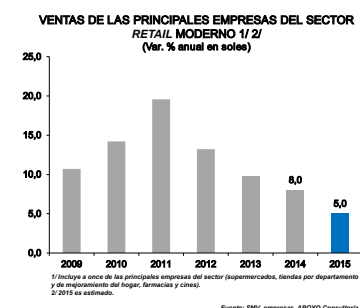
Se analizará el entorno del retail moderno y las perspectivas de crecimiento del sector a mediano plazo

Con motivo del 13° Congreso Internacional de Retail 2016, evento organizado por Seminarium y la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP) que se realizará este 16 y 17 de marzo en The Westin Hotel, Apoyo Consultoría ha realizado un estudio llamado “Perspectivas de crecimiento del retail moderno en un nuevo entorno competitivo”.

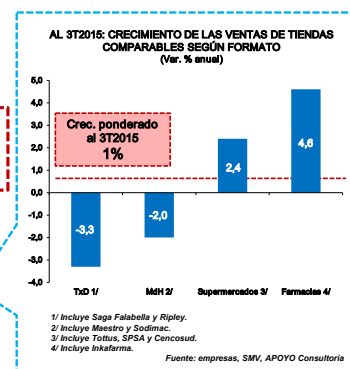
En este estudio, que será presentado por Víctor Albuquerque, Director de Análisis Sectorial de Apoyo Consultoría, se analiza el panorama económico y el entorno de negocios de las empresas vinculadas al retail moderno para el período 2016 – 2017. Se hará énfasis en las nuevas fuentes de riesgo y el nuevo entorno competitivo al que tendrán que adaptarse las empresas.

En el 2015, las ventas de once de los principales operadores del sector de retail moderno crecieron alrededor de 5%, la menor tasa en los últimos 10 años. Según Albuquerque, si bien el 2015 fue un año de bajo crecimiento hubo matices entre los segmentos de retail moderno. El deterioro de los principales factores de crecimiento del sector afectó en mayor medida el desempeño de las tiendas por departamento y las tiendas de mejoramiento del hogar cuyas ventas

de tiendas comparables decrecieron; mientras que las ventas de tiendas comparables de supermercados y farmacias continuaron creciendo aunque a tasas más bajas que en años anteriores.



El bajo crecimiento del 2015 se puede explicar por el deterioro de cuatro factores claves para el mercado de retail moderno: *estancamiento en la generación de empleos formales* debido a los menores flujos de inversión privada, *incremento en precios de alimentos*, especialmente perecibles, por factores climáticos, *fuerte depreciación del Sol* que afectó principalmente las categorías de vestimenta, electrodomésticos y tecnología, e *incremento en los niveles de endeudamiento de las familias* pues la fuerte expansión del crédito, que sostuvo en parte el consumo, estuvo acompañado incrementos en los niveles de morosidad. Todo lo anterior se reflejó en una desaceleración del consumo de las familias que creció a su menor tasa desde la crisis financiera del 2008-2009.





RETAIL MODERNO: DESEMPEÑO DE LOS FACTORES CLAVE DEL CRECIMIENTO

	Factor	Comentario	Crec. 2015 (Var % anual)
1	Empleo formal urbano 1/	Virtual estancamiento en el crecimiento del empleo por menores flujos de inversión y sin incrementos salariales.	0,9
2	Inflación	Fuerte incremento en precios de alimentos, especialmente perecibles, por factores climáticos.	4,4
	Depreciación del S/	Afectó a las categorías de vestimenta, electrodomésticos y tecnología, entre otros.	15
3	Créditos de consumo (Var. % nominal)	Fuerte expansión del crédito sostuvo el consumo de los hogares pero niveles de endeudamiento y morosidad se incrementaron.	15,7
4	Consumo privado 2/ (Var. % real)	Creció a su menor tasa desde la crisis financiera (2008-2009).	3,4

1/ Empleo formal urbano en empresas de 10 a más trabajadores.
2/ Estimado.

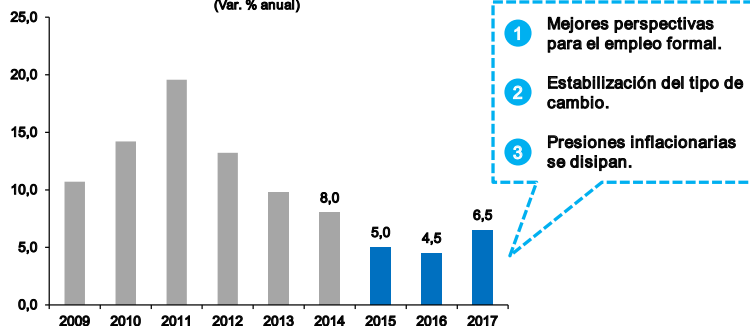
Fuente: MTPE, INEI, BCR, APOYO Consultoría

El 2016 será otro año “difícil” para la industria del *retail* moderno, el desempeño de los cuatro factores claves de crecimiento será muy similar al del 2015. El mercado laboral formal seguirá complicado, la depreciación del Sol continuará aunque a un menor ritmo, la inflación se mantendrá por encima del 3% y los créditos de consumo deberán moderar su crecimiento en un contexto donde los

ingresos de las familias no crecen. Todo esto indica una mayor desaceleración del consumo de los hogares en el 2016, la cual generará dinámicas de compra distintas en los próximos meses. Así, las ventas de la industria del *retail* moderno crecerán alrededor de 4,5% en el 2016 y sería recién a partir del 2017 que veríamos una mejora en las tasas de crecimiento del sector.

El estudio completo será presentado en el XIII Congreso Internacional Retail 2016 “Anticipándonos al futuro: Oportunidades y desafíos del Retail en el Perú”, organizado por Seminarium y Accep, y se realizará este próximo 16 y 17 de Marzo en The Westin Lima Hotel. Informes al 610 7272 opción 1 / informes@seminarium.pe / www.seminarium.pe

VENTAS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL MODERNO 1/ 2/ 3/ (Var. % anual)



1/ Incluye a las once principales empresas del sector (supermercados, tiendas por departamento y de mejoramiento del hogar, farmacias y cines).
2/ 2015 es estimado.
3/ A partir del 2016 son proyecciones realizadas en febrero 2016.

Fuente: SMV, empresas, APOYO Consultoría

El bajo crecimiento del 2015 en el sector *retail* moderno se debió al estancamiento en la generación de empleos formales, al incremento en precios de alimentos, a la fuerte depreciación del Sol y al incremento en los niveles de endeudamiento de las familias

El 2016 será otro año “difícil” para la industria del *retail* moderno, el desempeño de los cuatro factores claves de crecimiento será muy similar al del 2015

EL OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO Y EL CAMINO HACIA UNA CADENA LOGÍSTICA INTERNACIONAL SEGURA



Jyns José Francisco
Ordóñez Torres
Docente Universidad
ESAN

EL INICIO DEL CAMBIO

Los atentados del "9/11"¹ ocurridos en Nueva York - Estados Unidos de Norteamérica - que consistieron en la destrucción de las torres gemelas², así como los atentados perpetrados en Inglaterra y España determinaron la imperiosa necesidad de establecer sistemas aduaneros que incrementen la seguridad de las fronteras en el contexto de la lucha contra el terrorismo internacional.

Es así, que se generaron iniciativas como el programa Customs Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT) implementado en los Estados Unidos de Norteamérica y la iniciativa de la Organización Mundial de Aduanas³ mediante el concepto del Operador Económico Autorizado⁴.

Hacia junio del año 2005, cuatro años después del atentado, el Consejo de la OMA elaboró y aprobó normas destinadas a garantizar y facilitar la circulación cada vez mayor de mercancías en el comercio internacional. Estas normas están contenidas en el Marco Normativo SAFE ("Marco SAFE")⁵, documento básico que establece los principios fundamentales con respecto a la seguridad y facilitación de la cadena mundial de suministro de mercancías.

De no haber existido el Marco SAFE posiblemente los países hubieran redoblado e intensificado sus controles aduaneros con impacto impredecible en la dinámica del comercio internacional y



su competitividad.

En junio del 2007 se incorporó oficialmente el concepto de Operador Económico Autorizado⁶ y se elaboraron las disposiciones más detalladas para la implementación del concepto del OEA. Vale decir, que el Marco SAFE proporciona directrices técnicas básicas para la implementación de los programas relativos al OEA a nivel mundial entre los Miembros de la OMA.

A la fecha, existen más de 50 países con programa OEA y múltiples acuerdos de reconocimiento mutuo, entendiéndose por ello, el reconocimiento de un OEA certificado en un país A de forma inmediata como OEA del país B.

EL OPERADOR ECONOMICO AUTORIZADO EN LA UNION EUROPEA

Como se ha podido apreciar el OEA se da como una iniciativa para incrementar el rol de las aduanas en el ámbito de seguridad para la cadena logística internacional, fundamentada en propuestas de la OMA (Marco Normativo SAFE), la Comisión Europea (Customs Security Programme) y

⁶ En adelante OEA

Estados Unidos de Norteamérica (Customs-Trade Partnership Against Terrorism/ CTPAT), poniéndose en vigor desde el uno de enero del año 2008.

En la Unión Europea⁷ se define al OEA como un operador económico de confianza y alta credibilidad para las operaciones aduaneras, retribuido con un conjunto de ventajas en cuanto a agilidad de operaciones y trámites. Su objetivo no es solo luchar contra el terrorismo, sobre todo internacional, sino también colaborar en la lucha contra el crimen organizado cada vez más creciente, así como defender el ámbito de los consumidores y el medio ambiente, temas relevantes en esta hora para todas las aduanas del mundo.

En el caso de la UE la certificación OEA puede ser solicitada voluntariamente y sin costo alguno por cualquier persona natural o jurídica, que esté establecida en el territorio aduanero de un país comunitario que esté otorgando este tipo de certificación, sin considerar el tamaño de su negocio, siempre y cuando sus actividades profesionales estén reguladas por la legislación aduanera y estén implicadas

⁷ En adelante UE

¹ 11 de setiembre del 2001

² World Trade Center

³ En adelante la OMA

⁴ En adelante OEA

⁵ http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/oea/marco_normativo/Marco_SAFE_OMA_Espanol.pdf



en la cadena logística internacional. La Comisión Europea ha considerado que los destinatarios del estatuto de OEA pueden ser: fabricantes, exportadores, transportistas, expedidores (freight forwarders), representantes aduaneros⁸, almacenistas e importadores.

En la UE la Administración Aduanera es la institución encargada de determinar si las personas naturales o jurídicas que solicitan ser OEA reúnen los requisitos exigibles a través de un examen pormenorizado de las condiciones, donde de acuerdo al Código Aduanero Comunitario los solicitantes y todas las empresas que los conforman, deben tener un historial satisfactorio de cumplimiento fiscal, de los requisitos aduaneros, una solvencia financiera acreditada, unos niveles de seguridad adecuados y un sistema óptimo de gestión de los registros comerciales, contables y, según corresponda, de los

registros de transportes, que permitan un control aduanero apropiado.

Con estos requisitos cumplidos, se pueden acceder a tres tipos de certificaciones: el Certificado de OEA de Simplificaciones Aduaneras, el Certificado de OEA de Seguridad y Protección o el Certificado de OEA de Simplificaciones y Seguridad, según qué beneficios pretenda tener

El Marco SAFE proporciona directrices técnicas básicas para la implementación de los programas relativos al OEA a nivel mundial entre los Miembros de la OMA. En Perú el OEA es un operador de comercio exterior certificado por la SUNAT, tras haber demostrado que es un asociado confiable y garante de la seguridad de la cadena logística

el solicitante en sus relaciones con la aduana y en sus operaciones comerciales internacionales.

La emisión del certificado no tiene un límite en el tiempo ni fecha de vencimiento, pero la Aduana mantiene la posibilidad de auditar a la empresa certificada cuando lo estime necesario, pudiendo brindarle una certificación adicional (de las tres que existen), suspenderla o incluso revocarle la certificación.

Los principales beneficios derivados de la Certificación son:

- Incremento en la seguridad y agilidad del comercio exterior
- Reducción de costos de transacción del comercio internacional de mercancías
- Aumento de la competitividad del sector
- Reconocimiento internacional
- Mejora de la calidad del control fiscal

Para poder acceder a estas ventajas debe consignarse el número de

⁸ Su símil en Perú serían los Agentes de Aduanas



certificado del OEA en el Documento Único Administrativo y adicionalmente puede utilizarse el logo oficial de OEA en la correspondencia de negocio, paquetes, envases y embalajes, medios de transporte, etc.

Es necesario mencionar que los beneficios derivados de la posesión de certificado de OEA no son transmisibles y son otorgados cuando las condiciones son cumplidas, de forma que sólo puede beneficiarse de ellas el propio titular. Si una empresa trabaja con otras organizaciones que también son Operadores Económicos Autorizados las ventajas serán mayores y de la misma forma si cuenta con certificaciones de protección o seguridad internacionalmente reconocidas y con requisitos idénticos para expedir el certificado OEA de seguridad, se considerará apto para que se le pueda expedir dicha certificación.

- Tras la certificación, el OEA asume dos tipos de obligaciones:
- Informar a la aduana de cualquier elemento surgido tras la certificación

que pueda influir en su mantenimiento o contenido

- Aplicar eficazmente los procedimientos o herramientas que la empresa tenga implantados para detectar incumplimientos e irregularidades en su operatividad y, de ser el caso, tomar las medidas correctivas necesarias para solucionar dichas situaciones.

EL OPERADOR ECONOMICO AUTORIZADO EN EL PERÚ

Desde un inicio el Banco Interamericano de Desarrollo⁹ apoyó la implantación de programas OEA en América Latina, mediante la difusión en talleres y seminarios junto con la OMA y mediante el proyecto regional para facilitación del comercio y la adopción de estándares de seguridad en la cadena logística, existía un convencimiento de que era el camino adecuado. El proyecto regional recibió la aprobación en septiembre del año 2009, con la financiación del Fondo General de Cooperación de España en el BID, su objetivo fue impulsar programas de certificación de OEA en las aduanas de la región y facilitar los acuerdos de reconocimiento mutuo entre las aduanas de los países beneficiarios. El proyecto citado fue dirigido a Perú, Uruguay, Colombia, Panamá y República Dominicana.

Inicialmente la legislación peruana crea la figura denominada Usuario Aduanero Certificado, el cual es definido como un operador de comercio exterior certificado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria¹⁰ que ha cumplido con ciertos criterios y requisitos establecidos por norma y que por consiguiente gozará de algunos beneficios, siendo la validez de la certificación de 03 años.

El 02 de octubre del año 2012 el Perú lanzó su programa OEA, contando con la participación del Presidente de la República, el Ministro de Economía y el Secretario General Adjunto de la OMA, entre otras autoridades nacionales e internacionales.

En nuestro país el OEA es un operador de comercio exterior certificado por la SUNAT, que recibe tal certificación luego de haber demostrado

El desarrollo del programa OEA en el Perú, hoy cuenta con 36 empresas certificadas. Los programas OEA en el mundo nos marcan la pauta del futuro comercio internacional, en donde la seguridad de la cadena logística será requisito indispensable.

que es un asociado confiable y que garantiza la seguridad de la cadena logística al cumplir con los criterios de¹¹:

- Adecuado nivel de seguridad
- Trayectoria satisfactoria de cumplimiento de la normatividad
- Solvencia financiera y patrimonial debidamente comprobada
- Sistema adecuado de registros contables y logísticos que permita la trazabilidad de las operaciones

Al igual que en la UE el acogimiento es voluntario y gratuito, pero por lo pronto solo se pueden acoger los Exportadores, Agentes de Aduana y Almacenes.

La certificación OEA permite a las empresas contar con las siguientes ventajas:

- Reducción de los controles y priorización en los trámites aduaneros
- Reconocimiento internacional en sus relaciones comerciales con otros países
- Seguridad en las operaciones de Comercio Exterior
- Capacitaciones periódicas
- Fortalecimiento del buen nombre de la empresa y consolidación de su marca
- Beneficios en otras aduanas a través de los Acuerdos de Reconocimiento Mutuo que se suscriban

Y específicamente en la SUNAT

- Menor nivel de inspecciones físicas para Exportación.
- Contar con un punto de contacto
- Reducción de tiempos de atención para determinados trámites de exportación.
- Atención preferente.
- Atención ágil en las acciones de control extraordinario efectuadas por la

administración aduanera en el almacén

¹¹ Referencia: Artículo 44 de la Ley General de Aduanas - Decreto Legislativo 1053 y Artículos 5 al 8 del Reglamento de la Ley General de Aduanas - Decreto Supremo 10-2009-EF, así como el Decreto Supremo 186-2012-EF



⁹ En adelante el BID

¹⁰ En adelante SUNAT



aduanero, puerto o aeropuerto.

- Embarque directo desde el local del Exportador.

- Atención preferente, durante contingencias o eventualidades de cierre de puertos y/o aeropuertos.

Desde el 02 de octubre del 2012 a la fecha la SUNAT ha avanzado considerablemente en el desarrollo del programa OEA en el Perú, hoy cuenta con 36 empresas certificadas, una Unidad Orgánica especializada para su atención, orientación y certificación, así como prospectos sólidos para realizar acuerdos de Reconocimiento Mutuo.

En opinión del autor, los programas OEA en el mundo nos marcan la pauta

del futuro comercio internacional, en donde la seguridad de la cadena logística será requisito indispensable para realizar operaciones de compra venta internacional de mercancías. Aquel comercio que no sea seguro o represente alguna amenaza potencial para un país o región, recibirá los máximos controles de las aduanas y por lo tanto los niveles de competitividad se verán impactados significativamente, caso contrario enfrentarán aquellas cargas seguras y confiables.

Finalmente, consigno algunas páginas de internet, que podrían resultar de interés para el lector que desee conocer un poco más sobre el tema tratado en el presente artículo, así como una frase de Kofi Anan, que estimo pertinente para la ocasión.

<http://oea.sunat.gob.pe>

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/oea/index.html>

"El construir una cultura de prevención no es fácil, si bien los costos de prevención deben pagarse en el presente, sus beneficios se hallan en el futuro distante. Además los beneficios no son tangibles, son los desastres que no ocurrieron."

Kofi Anan¹²

¹² <http://www.kofiannanfoundation.org/>



Ing. Augusto Alex
Huaranca Olivares
Huaranca Ingenieros
Gerente General

La Inspección Técnica de Estanterías (en adelante ITE) es una acción preventiva que busca alargar la vida útil de las estanterías (también llamados Racks) y evitar la suspensión de las actividades laborales por imprevistos no deseados en ellas. Sin embargo muchos confunden la ITE como una simple acción para identificar y clasificar los daños ocurridos en las estanterías y con ello comercializar piezas de repuesto.

Esto último se debe a que las personas involucradas en el diario transcurrir de los hechos relacionados a los sistemas de almacenamiento logístico tienen ideas equivocadas como: ¹

1. No existen normas para Racks en Perú.
2. No es necesario inspeccionar los Racks.
3. No existe responsabilidad técnica - legal sobre los Racks.
4. Los Racks nunca se caen.
5. El personal obrero puede modificar y adaptar los Racks.

Estas ideas pasan por la mente de muchas personas sin importar su ubicación en la jerarquía organizacional de las empresas, por ello es necesario aclarar cada punto mencionado.

Punto N°01; No existen normas para Racks en Perú

Es cierto que el Perú no cuenta con una norma específica para Rack, pero si

cuenta con un Reglamento Nacional de Edificaciones y sus correspondientes Normas Técnicas de Edificación. Una de ellas, la Norma Técnica de Edificación E-090 en su Capítulo 1 CONSIDERACIONES GENERALES, Ítem 1.2.1 DEFINICIÓN DE ACERO ESTRUCTURAL indica:

“... Para el diseño de secciones dobladas en frío o perfiles plegados se recomienda utilizar las Normas del American Iron and Steel Institute (AISI).”

La Norma citada es parte de un conjunto normativo elaborado por instituciones norteamericanas que regulan el análisis y diseño de, entre

¹ Seguridad de las Estanterías: Cinco percepciones erróneas. Julio del 2014. ITE. Inspección Técnica de Estanterías. Noega System.



Perú no cuenta con una norma específica para Rack, pero si cuenta con un Reglamento Nacional de Edificaciones y sus correspondientes Normas Técnicas de Edificación

Dada la versatilidad de los rack, cualquier persona con o sin entrenamiento puede adaptar una nueva configuración de rack, pero no debería hacerlo

miembro del Colegio de Ingenieros del Perú y es aplicable a todos los proyectos donde participe el Ingeniero, incluidos los proyectos de Racks.

Punto N°04; Los Racks nunca se caen

Muy falso. Los racks si se caen y las causas no son únicamente los sismos. Los rack son golpeados por el equipo de mantenimiento y de carga reduciendo su vida útil incrementando el riesgo del colapso.

Punto N°05; El personal obrero puede modificar y adaptar los Racks

Dada la versatilidad de los rack, cualquier persona con o sin entrenamiento puede adaptar una nueva configuración de rack, pero no debería hacerlo.

Estas ideas no justifican la omisión de la ITE en el plan de mantenimiento anual en muchas empresas pero si lo explica.

La ITE, como evidencia el punto uno, debe obedecer a los criterios normativos norte americanos, sin embargo existen otras normas como la FEM de procedencia europea que se ha empleado en muchos proyectos en Perú. Por ello el consultor en ITE deberá identificar la normativa que se utilizó en el análisis y diseño del rack y realizar la ITE con la norma que le corresponda.

otros elementos, los racks. Por tanto si existe una norma aplicable a estas estructuras que se fabrican e importan aquí en Perú.²

Punto N°02; No es necesario inspeccionar los Racks

Este enunciado también es falso. Podemos citar de inmediato a:

"SEMA, Code of Practice for the use of static pallet racking."

² Las normas asociadas para el análisis y diseño de los racks son:
ANSI MH16.1:2012 (a revisión of MH 16.1:2008), aprobado por la ANSI (Approved American National Standard) y conocido en nuestro país como RMI, siglas de: Rack Manufacturers Institute.
Debemos acotar que la Norma del AISI (American Iron and Steel Institute) que recomienda nuestro reglamento, también es aprobado por la ANSI, siglas de: Approved American National Standard.

Donde encontramos la metodología a seguir para la inspección técnica de estanterías.

Punto N°03; No existe responsabilidad técnica - legal sobre los Racks

Mentira, El Código Deontológico del Colegio de Ingenieros del Perú (Reglamento Volumen 1) señala en el artículo 104. Que son actos contrarios a la ética profesional:

"Ejecutar actos reñidos con la buena técnica o incurrir en omisiones culposas, aun cuando fuere en cumplimiento de órdenes..."

Y es sancionado con amonestación pública escrita o inhabilitación como



LAS EMPRESAS Y LA CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN



Daniel Onchi
Consultor-Asesor en
Gestión Estratégica y
Comercial
Docente Escuela de
Postgrado de ESAN

Como consecuencia de la globalización y los procesos de integración entre países, la medición de la competitividad entre las empresas comerciales, se ha vuelto en una constante prioritaria para seguir manteniendo o incrementar la cuota de participación en el mercado. Es en este escenario que el plantear estrategias coherentes y equilibradas para la realidad de cada empresa toma especial importancia.

Partiendo de la realidad descrita, las empresas se esmeran en elaborar un buen plan estratégico para ejecutarlo en los próximos años.

Publicado el mismo, todo parece estar debidamente planteado, elaborado y organizado para llevar a cabo su ejecución. Pero aquí hay un detalle muy importante que debemos considerar y que concierne a la Calidad de la Comunicación interna en las empresas y que en muchos casos no es considerado dentro del planeamiento estratégico. Generalmente solo se enfocan y se preocupan en la comunicación externa

a través del marketing y la publicidad, en sus diversos canales.

Es común ver al interior de las empresas (soy testigo de excepción en las empresas que asesoro), deficiencias en la comunicación entre los colaboradores de las diferentes áreas que las componen. Esto trae como consecuencia que no se pueda conocer, entender, implementar, desarrollar, coordinar y controlar eficazmente el planeamiento estratégico elaborado.

Tal relevancia tiene, pero a su vez que no se le considere con la debida importancia hace que no se tome en cuenta los siguientes aspectos en una comunicación de calidad y eficaz, donde el mensaje debe ser: Claro, Preciso y Breve. Asimismo la comunicación debe ser de calidad: Verdadero, Fácil, Ético y Convencido. Implementarlo dentro del planeamiento estratégico trae grandes beneficios al interior y exterior de la empresa.

A partir de estas dos premisas, las empresas deben trabajar en desarrollar imaginativamente un proceso de mejora

en la calidad de la comunicación. Las encuestas de medición del clima laboral a todo nivel que se llevan a cabo en las empresas con regularidad, nos van a revelar la magnitud del nivel de deficiencia en la comunicación. Es el punto de partida.

Ahora enfocándonos en el área de logística, ¿podemos decir que está libre de este problema? Por supuesto que no.

Todo el proceso involucrado en la cadena de suministro de cualquier empresa, necesita de mucha coordinación

**EL
MENSAJE
DEBE SER:**

**CLARO
BREVE
PRECISO**



entre los colaboradores de dicha área estratégica. Los tiempos de respuestas son vitales para la atención de los pedidos o requerimientos de los clientes a medida que van llegando las órdenes de pedido, más estresante aun cuando se reciben pedidos de “emergencia”, “urgentes” o el mal llamado “para ayer”.

Es natural que toda empresa comercial y de servicios no deje escapar las oportunidades de vender o atender a clientes, si no lo hace lo hará la competencia.

Se debe dejar en claro que al hablar de “cliente” nos referimos tanto al interno como al externo. Dicho esto, les expondré un caso real de una gran empresa, a la cual asesoro, ubicada en una región importante de nuestro país. Esta empresa se dedica a la producción de aves y cerdos; cuenta con toda la cadena productiva y de comercialización. Aquí la cadena de suministro interna juega un papel muy importante y decisivo para el buen desarrollo de las actividades diarias con el objetivo de brindar y satisfacer de forma adecuada los requerimientos de las diferentes áreas productivas, de procesamiento y de atención a los clientes. Lamentablemente la realidad es otra ya que los quiebres de existencias (materias primas) son constantes provocando que no se pueda producir los diferentes tipos de alimento balanceado que requieren diariamente las aves y los cerdos, obligando a paradas constantes de producción en la Planta de Alimentos, esto origina sobrecostos onerosos debido a la manifiesta ineficiencia en el uso de la capacidad instalada y en la horas hombres perdidos.

Paralelamente a esta situación, el área de transporte ofrece un pésimo servicio provocado por un insuficiente número de unidades, varios de los cuales pasan muchos días al mes en el taller por desperfectos o mantenimiento. Las nuevas unidades que se adquirieron para mejorar el servicio de transporte interno de los diferentes productos que se manejan en la empresa, han sido destinados para el uso del área comercial porque la prioridad según dicen es atender a los clientes con los productos finales que producen.

¿Qué solución inmediata encontraron para que la logística de abastecimiento interna no sufriera

Es común ver al interior de las empresas deficiencias en la comunicación entre los colaboradores de las diferentes áreas que las componen

La raíz de tanta ineficiencia en los procesos logísticos de este caso expuesto es la mala comunicación entre todos los involucrados

La buena Calidad de la Comunicación facilitará los procesos de trabajo a nivel de toda la empresa

retrasos? Contratar unidades a terceros. ¿Qué consecuencias trajo esta decisión? Descontrol en la gestión de transporte y más sobrecostos. Esto es solo una pequeña parte del problema general que afecta a la empresa desde hace un buen tiempo atrás y que hoy en día sigue tan igual o peor que sus inicios.

La raíz de tanta ineficiencia en los procesos logísticos de este caso expuesto es la mala comunicación entre todos los involucrados y hasta se puede afirmar que la mayoría trabaja de manera divorciada, cada quien solo cumpliendo con su responsabilidad. Aquí prima la filosofía del “yo ya cumplí con mi trabajo”.

Esto demuestra la significativa importancia en trabajar para capacitar y desarrollar emocionalmente, en el mejoramiento de la Calidad de la Comunicación, a todas las personas que conforman la empresa. Aquí tiene que estar muy involucrada la cabeza de la organización, diría yo, que debe ser obligatoria su participación. Un comentario que he escuchado de algunos dueños y gerentes generales es: “esa capacitación no es para mí porque yo ya sé todo, capacitense ustedes nomás”. Este comentario solo refleja el grado de ignorancia e irresponsabilidad que tienen sobre el tema de la Calidad de la Comunicación en sus organizaciones.

Las empresas de manera regular invierten en maquinarias, equipos en general, vehículos, telecomunicaciones, infraestructura, capacitaciones al personal en herramientas de ventas y marketing. Pero ¿invierten en capacitar al personal en técnicas de mejoramiento

de la calidad de la comunicación interna y externa?

La buena Calidad de la Comunicación facilitará los procesos de trabajo a nivel de toda la empresa, ya que todos los colaboradores sabrán con certeza no solo sus responsabilidades sino también como aporta con su eficiente trabajo comunicativo las siguientes fases o tareas que se realizan a diario.

Por ejemplo, a través de la Calidad de la Comunicación, compartir información importante con los colaboradores del área financiera en temas de créditos y riesgos, puede evitar situaciones no deseadas. Asimismo, todos los que pertenecen a una empresa, si están debidamente comunicados pueden alcanzar grandes oportunidades como organización en el entorno de este mercado competitivo.

Sin una buena comunicación, no fluirá la información de manera rápida y exacta, esto puede traer como consecuencia que no podamos sortear con éxito los ataques desleales de la competencia o dicho de otro modo nos pueden causar ingratas sorpresas.

Para concluir, es importante recalcar que mejorando la Calidad de la Comunicación en el activo fijo más importante para una empresa como es el “Recurso Humano”, podremos mejorar nuestros procesos logísticos, administrativos, comerciales, productivos y también porque no decirlo gerencial. El beneficio que traerá con esta mejora comunicacional se plasmará en un mayor reconocimiento para todos los colaboradores (mayor motivación) y a la empresa dentro del mercado donde participa. 🍀



LA LOGÍSTICA COMO FACTOR DE VENTAJA COMPETITIVA



Emilio Fantozzi Temple
Gerente general de
Ransa

El crecimiento de la economía de los últimos años ha ido de la mano de mayores exigencias competitivas para las empresas. En un contexto donde se acortan rápidamente las brechas tecnológicas y son cada vez menores las barreras de entrada a los mercados, el mantener una ventaja competitiva depende de cuán fuerte es la propuesta de valor que se ofrece a los clientes.

Bajo este panorama, la preocupación central de las empresas debe estar en el núcleo de sus negocios y buscar eficiencias delegando actividades de soporte, como la logística.

Normalmente, las empresas entienden logística como la actividad básica de almacenamiento, el agenciamiento de

aduanas y transporte de materias primas, insumos y productos finales a lo largo de toda la cadena de suministro. Pero la logística involucra mucho más. Desde la sistematización de la información para un adecuado manejo de inventarios y la trazabilidad de la cadena de suministro, hasta la implementación de soluciones a medida que generen eficiencias significativas en la gestión y planificación integral del negocio.

Hoy el operador logístico ha pasado de ser un proveedor de transporte o depósito de mercancías, a un socio estratégico, que tiene el deber de garantizarle el abastecimiento de la materia prima e insumos en las mejores condiciones posibles y tiempos

convenidos y, hacia adelante, trasladar el producto final hacia los mercados de destino, también con la celeridad y calidad que exige el cliente final. Todo ello, por supuesto, a costos competitivos.

Esta cadena se maneja bajo el denominado Third Party Logistics o 3PL, que involucra otros elementos como la cobertura geográfica del operador logístico, la capacidad de soporte tecnológico y la flexibilidad que puede ofrecerse al cliente para atender requerimientos o situaciones inesperadas. Este último punto, en el caso peruano es determinante, por los problemas de déficit de infraestructura vial y lo cambiante que puede resultar el clima en las distintas regiones.



La caída de un huayco que cierre una vía principal no siempre se puede prever, pero ello no puede ser impedimento para que la carga llegue a su destino. El conocer las mejores rutas de transporte, tener centros de distribución en regiones importantes y, sobre todo, tener los reflejos para tomar las decisiones en los momentos oportunos, son habilidades que hemos ido adquiriendo a lo largo de muchos años, y que nos permiten dar las soluciones esperadas.

En consecuencia, nuestra propuesta de valor radica precisamente en la especialización logística, que le da la seguridad y tranquilidad a los clientes que el soporte operativo se manejará de manera eficiente.

Pero no nos conformamos con este papel, queremos dar un paso

hacia adelante. El estar involucrados directamente en la gestión operativa de nuestros clientes, en nuestra condición de aliados estratégicos, nos permite soportar y proponer nuevos negocios, identificar oportunidades para captar mayor participación de mercado y generar más ventas, y mejorar el servicio y lealtad del cliente. No solo sumamos al soporte operativo de la empresa, sino también a la propuesta de valor de la empresa.

En consecuencia nuestro enfoque de operador logístico 3PL ha pasado de ser un gestor de costos y eficiencias, a constituirnos en una fuente de mejores retornos económicos, a través de la construcción de ventajas competitivas sostenibles, que sean difíciles de replicar y/o alcanzar.

La preocupación de las empresas debe centrarse en el núcleo de sus negocios y buscar eficiencias delegando actividades de soporte, como la logística

Nuestra propuesta de valor radica en brindar a nuestros clientes soluciones integrales que agregan valor a sus procesos.



“Las metas no se cumplen pasando por encima de otros”

La virtud de los grandes hombres es el éxito. Pero a veces, como considera Aldo Bresani Torres, es mejor no hablar del éxito en forma explícita, sino como un recuento de las metas alcanzadas, y no por orgullo propio, sino como ejemplo o testimonio para otros que recién inician un camino. Bresani es actualmente director de Regiones y director del Magister en Supply Chain Management de ESAN, y cuenta, entre muy válidas fronteras, su trayectoria profesional y personal.

Mientras conversaba con Aldo Bresani Torres, llegaba a mí el reflejo de su sencillez, y empecé a recordar, a modo comparativo, las palabras que escribió César Vallejo en uno de sus artículos periodísticos sobre la dignidad del escritor, donde cuestionaba la adulación, la cucaña y la exaltación meramente comercial de algunos de escaso talento.

Y en el caso de Bresani, bien podría amoldarse el ejemplo, porque antes de iniciar la entrevista rechazó (en mi trabajo de redacción) toda adulación a sus logros y, sentado en la silla en su oficina –a la que las consultas no dejaban de entrar y las respuestas no dejaban

de gestionar su jornada laboral–, iba contando paso a paso su formación profesional y las metas que él y los equipos a los que perteneció, alcanzaron en cada empresa o institución en la que le tocó estar.

Luego de su formación escolar en el colegio Champagnat, Bresani ingresa a la Marina de Guerra del Perú, corría el año 1979 y le esperaban cinco años de cadete, lustro en el que cumplió un buen papel estudiantil. Terminada la etapa formativa, empieza a laborar en buques, y dado que “la Marina basa su operatividad en la logística” es cuando comienza a interesarse por esa actividad.

“Fui dos años oficial de logística en fragatas misileras”, menciona.

Tiempo después, ingresa a la Escuela Superior de Guerra Naval a cursar estudios de ingeniería electrónica, obteniendo –no puedo dejar de mencionar– el primer puesto y el mejor promedio de todas las escuelas de posgrado de la institución. “En 1987 trabajé en Servicios Industriales de la Marina involucrado en la construcción (aspecto electrónico) del BAP Mariátegui, y para 1989 la Marina me envió durante dos años y medio a Estados Unidos para estudiar ingeniería de sistemas en Naval Postgraduate School California.”



Aldo Bresani

Junto a la directiva de Approlog

En dicho país obtuvo el premio al mejor estudiante internacional, compitiendo con alumnos de cuarenta países, gracias a sus tres títulos obtenidos: bachiller en ingeniería eléctrica, una maestría en ingeniería de sistemas y otra maestría en energía electrónica.

Hacia fines de 1991, retorna a Perú y se embarca como jefe de operaciones en una fragata misilera, poco tiempo después, fue enviado a Ucayali durante diez meses, zona considerada en emergencia. A la par de sus labores de oficial, desde 1993 hasta 1996 cursa un MBA en ESAN.

Nuevos proyectos

En 1997, Bresani abandona la vida militar, pasando al retiro con el grado de capitán de corbeta. Luego comienza a trabajar en consultoría empresarial, hasta que toma el cargo de gerente de operaciones en la Red Científica Peruana. “Tenía que decidir, si seguir en la vida militar o civil, y con el dolor de mi corazón pedí la baja. Sin duda estoy muy agradecido con la Marina de Guerra por la formación y oportunidades que me dio.”

Con mayor disposición de tiempo, aunque de forma parcial, empieza a dictar clases en ESAN (curso de operaciones).

En el 2000 hubo cambios en la Red Científica Peruana y Bresani toma el cargo de gerente de gestión y control en Infoductos y Telecomunicaciones del Perú S.A. (empresa de la Red Científica); para el 2001 empieza a laborar como gerente general en Geotel Comunicaciones.

En 2003 comienza a laborar a tiempo completo como profesor en ESAN, en el área de operaciones y logística. Para 2005, Bresani ya había empezado a trabajar como director de programas institucionales y director de regiones, con lo cual desarrolla una importante expansión en ESAN por todo el país. En



Aldo Bresani

Junto a los alumnos de la maestría SCM de Esan

ese año, pide licencia para ir a trabajar a ProInversión como jefe de operaciones, jefe de proyectos de telecomunicaciones y jefe de proyectos de aeropuertos donde permaneció hasta 2008.

Bresani retorna a ESAN (el 2007 había sido nombrado director del centro de desarrollo emprendedor), como director del MBA de Administración, el 2011 (hasta la fecha) retornó al puesto de director de regiones. "Tras mi llegada, empezamos a trabajar la maestría en Supply Chain Management; el 2008 salió la primera promoción, y conforme fue avanzando el tiempo creció el número de egresados, tanto en Lima como en provincias (Trujillo y Arequipa). A la fecha somos la comunidad de egresados de una maestría en Supply Chain más grande del país."

Gustos y familia

Aldo Bresani confiesa que no tiene muchos hobbies; escuetamente revela que le agrada cantar y cocinar. "Canto todo tipo de música, y no es que sea el gran cantante o el gran cocinero. Cantar me ayuda a aminorar el estrés. En la cocina, opto por las frituras o comidas

sencillas de preparar." Va soltándose. "La comida peruana es buena en todo sentido, me gusta mucho el cebiche, el bistec apanado, los fideos verdes; no me hago problemas con la comida."

Su familia, cuenta, entiende su trabajo; "existen problemas como en cualquier familia, no hay ninguna que sea perfecta". Silencio. Y de pronto, vira nuevamente y dejó que regrese a su etapa profesional, me cuenta que en Estados Unidos le dieron el premio al mejor alumno internacional a pesar de que un griego sacó el mayor puntaje, pero no la misma cantidad de títulos que él.

Termina; y le pregunto qué le hace feliz, aparte de su familia. No vacila y responde: "conseguir los resultados que exige el trabajo, que mis compañeros progresen, se sientan a gusto y por un buen camino profesional, cumpliendo sus metas y creo éstas no se logran pisando al resto."

Perfil empresarial

Bresani también comparte su tiempo y atención con la participación como accionista mayoritario en dos compañías:

B3 Food & Drinks S.A.C. y B3 Link S.A.C. "La empresa de licores y jugos requiere de mayor trabajo. Todo lo que vendemos es producción propia, tenemos una familia de aproximadamente 16 productos desde jugos, vodka, ron, hasta jarabe de goma y amargo de angostura."

B3 Link S.A.C. es una consultora en tecnología que se encarga de implementaciones, desarrollo de software, aplicaciones. En ambas empresas, el éxito está presente, reconoce Bresani. B3 Food & Drinks S.A.C. atiende a importantes clientes en Lima, como son supermercados, tiendas de conveniencia y mayoristas (licorerías).

Bresani Torres nació en Lima el 30 de setiembre de 1961. Su madre es natural de Trujillo y su padre de Huacho. Se casó a los 34 años, y es padre de una hija

Para Bresani, no es válido regodearse en los propios éxitos y logros profesionales



TRANSPORTE EN CONSUMO MASIVO: ENFOQUE EN CANAL MAYORISTA Y DISTRIBUIDORAS



Ing. Janira Samanez Cornejo

Gerente de Operaciones
y Comercial en Negocios
Seis S.R.L.

Las operaciones de transporte y distribución en los canales mayoristas y distribuidoras difieren en muchos aspectos que comúnmente no se toman en consideración al momento de la planificación, especialmente cuando se trata del sector de consumo masivo.

Cuando una empresa del sector de consumo masivo contrata a una empresa de transporte para tareas de distribución no solo debe de considerar el factor costo, flexibilidad y nivel de servicio, sino sobretodo que la empresa de transporte pueda convertirse en su socio estratégico en la cadena de suministro de

sus productos; la empresa de transporte debe analizar, proponer y dar solución a las dificultades que este tipo de canales de distribución presenta.

Es por ello que una empresa de transporte que se dedica a la distribución de productos de consumo masivo en los canales mayoristas y distribuidoras no solo debe tener el conocimiento de la cadena logística de su cliente, sino también debe estudiar al cliente de su cliente, debe ser el engranaje perfecto entre la gran empresa y la pequeña/mediana empresa.

¿Cómo logramos ser el engranaje entre mi cliente y el cliente de mi cliente?

Conociendo y controlando los factores que influyen en el tiempo y la calidad de los procesos de mi organización orientados a la carga, transporte y distribución de mercaderías además de un proceso que no siempre es mencionado y común en este tipo de operación, la gestión de las devoluciones o rechazos de mercadería.

CANAL MAYORISTA

El canal mayorista, en el sector de consumo masivo, es bastante complejo e informal, especialmente en Lima donde se concentra más del 50% de los mayoristas



del país, mercados como La Parada, Caquetá, Santa Anita, Túpac Amaru por nombrar algunos ejemplos, donde antes se pensaba que eran clientes no tan exigentes, se empiezan a empoderar y a volverse más exigentes en el nivel de servicio, ello sumado a las complicaciones que se tienen al momento de la entrega de los productos, los cuáles no siempre son tomados en cuenta al momento de negociar con las grandes empresas proveedoras que contratan nuestros servicios. Este *know how* debería ser valorado por el cliente ya que marca la diferencia entre una y otra empresa de transporte, entre elegir la flota propia o tercerizada y sobretodo en el impacto de los costos de distribución de la empresa. Basados en nuestra experiencia podemos decir que, hoy en día, los factores críticos en la logística del canal mayorista son la seguridad y tipos de accesos para la entrega de la mercadería.

Factor Seguridad:

La actual y lamentable situación de la mayoría de mercados mayoristas es que se encuentran en zonas de Lima

con altas tasas de delincuencia, donde abunda el lumpen y el apoyo policial no es suficiente por lo que el transportista tiene que "negociar" un cupo en el lugar de destino para poder realizar su servicio. Existen zonas de Lima donde por cada lugar donde estacionarse y descargar la mercadería se paga un precio que varía entre 5 y 10 soles, dependiendo de la persona con quien se negocia y del valor de la mercadería.

Factor Accesos de entrega:

La carga y descarga de mercadería debe ser realizada con sumo cuidado por nuestro personal, ya que hay productos como las harinas, fideos y galletas, los cuales son productos frágiles y necesitan de un cuidado especial, por ejemplo uso de fajas si los bajamos a una carretilla manual, uso de papel film para evitar caídas, lo que genera una mayor complejidad en el servicio.

Además de ello, hay zonas donde el uso de carretillas se complica, como por ejemplo el tránsito por rampas de gradiente inversa, o en muchos casos se tiene que realizar la carga de forma manual si se trata de escaleras de bajo techo,

Una empresa de transportes no solo debe tener el conocimiento de la cadena logística de su cliente, sino también debe estudiar al cliente de su cliente, debe ser el engranaje perfecto

Hoy en día, los factores críticos en la logística del canal mayorista son la seguridad y tipos de accesos para la entrega de la mercadería

escaleras en forma de caracol o *mezanines*, es por ello que el acceso a los almacenes del punto de entrega de la mercadería debe ser estudiado antes de iniciar la operación, para evitar golpes o roturas de los empaques que finalmente puedan en terminar en rechazos del cliente.

Otro punto a tomar en cuenta es el conteo de la mercadería, para ello y los factores mencionados anteriormente es de vital importancia capacitar a nuestro personal para que la entrega sea de acuerdo al nivel de calidad que el cliente espera de nosotros.

CANAL DISTRIBUIDORAS

El canal de distribuidoras se diferencia porque mueve grandes volúmenes de productos de consumos masivos, constituyen un agente importante en la cadena de suministro de nuestro cliente y es por ello que el cumplimiento del plan de entrega de mercaderías a las distribuidoras es un indicador clave de nuestro cliente. Otra diferencia del canal distribuidora respecto al canal mayorista es el tipo de pago negociado con nuestro cliente, que generalmente es de crédito al 100% siendo un factor de beneficio para el transportista ya que no depende de una aprobación previa para la entrega de la mercadería, ni de un riesgo para el transportista.

El tipo de estiba para el canal de distribuidoras puede ser de tres formas: carga paletizada, carga manual y carga semipaletizada. La forma más compleja de estiba es la carga manual ya que el riesgo de merma es mayor



debido a la doble manipulación (carga y descarga), a las condiciones de apilamiento y ruta de transporte, es por ello que el servicio debe contar con un equipo de estibadores bien capacitados y en buenas condiciones físico-mentales para la operación. Un factor importante en el canal de distribuidoras es que la programación de transporte está establecido bajo un sistema de horario de atención, que orienta la planificación del cliente y del transportista en el plan de programación y la priorización de pedidos.

Factor coordinación:

Hay que tomar en cuenta que las empresas distribuidoras, a diferencia de las mayoristas tienen que realizar su propia distribución para sus clientes, por lo tanto los horarios de recepción de mercaderías llamadas "ventanas horarias" son estrictos y constituyen un factor de planificación para el transportista, llegar fuera del horario establecido puede complicar o postergar la entrega de las mercaderías; para

ello la empresa de transporte debe informar en todo momento, a su cliente y la distribuidora, sobre el status de la unidad, hora de salida, tiempo estimado de llegada y también la disponibilidad de recepción en el punto de destino, toda esta información debe ser informada y coordinada poco después de que la unidad salga del centro de carga hacia la empresa distribuidora.

Es por eso que todas nuestras unidades cuentan con un sistema de monitoreo satelital y la comunicación constante unidad-oficina es un proceso establecido en la operación del servicio. Otro punto a considerar es la planificación y coordinación de mantenimiento de las unidades, ya que se debe de garantizar las mejores condiciones de operación y mantener el cumplimiento de entrega requerido por nuestro cliente.

En ambos canales de distribución, el transportista debe realizar un proceso eficiente en la entrega, de esa forma disminuirán en gran porcentaje los costos por mermas, rechazos de clientes, robo de mercadería y sobretiempo de personal que afectan directamente

la utilidad de la empresa, por lo tanto se recomienda tomar las siguientes acciones en la gestión del personal y en la dirección de operaciones:

- Contar con una homologación ante una certificadora de reconocido prestigio, empoderar a la empresa de transportes en seguir creciendo en calidad y eficiencia de servicio.
- Capacitación semanal a todo el personal de la empresa desde los auxiliares, estibadores hasta el Gerente General en la empresa.
- Contar con conocimientos de los lugares donde se va realizar el transporte y la entrega final al canal.
- Estudio de tiempos de carga y descarga de las unidades, tiempos de ruta. Uso de telemetría en las unidades.
- Permanente coordinación e información con los choferes y auxiliares y coordinador de operaciones con el uso de la actual tecnología y uso de chat de operaciones (WhatsApp).

Como resultado de una buena sinergia entre tecnología y servicio, la satisfacción del cliente será una de las metas más rápidas de conseguir.



LOGÍSTICA EFECTIVA PARA EL CLIENTE FINAL



Las empresas que cumplen tarea de operadores logísticos, como es el caso Transítex y DHL Global Forwarding, convergen en una misma idea: satisfacer la demanda del mercado. Actividad en la cual vienen trabajando no para convenir lo que puedan ser sus intereses, sino para proveer de los mejores procesos logísticos al exportador e importador con innovación, tecnología, formación de sus colaboradores y certificación de sus socios estratégicos. Con todo lo cual puedan enfrentar retos más que problemas; satisfacer más que cumplir sus meras funciones



Sobre lo básico que resulta el proceso logístico, es decir, ir de un punto a otro, la celeridad de estos tiempos modernos nos conducen cada día a un nuevo paralelo en la búsqueda del más importante objetivo: satisfacer al cliente final. Ante esto, los operadores logísticos en nuestro país, tanto de bandera nacional como extranjera, buscan brindar los mejores servicios a los costos más accesibles.

La competencia es reñida y lo que los usuarios buscan son servicios integrales, efectivos y con tarifas bajas; ¿el fin?

que sus productos lleguen en el lugar y cliente correcto y en el tiempo exacto. Pero se requiere de todo un proceso estratégico, es decir inteligencia para satisfacer la demanda. Y la demanda en Perú parte a razón de su perfil de país exportador de materias primas (agrícola e hidrobiológica), además de su potencial energético y minero que abren la posibilidad para cargas de proyectos.

Aun así, la logística en nuestro país no termina de llegar a su cenit, y falta mucho por realizar; los avances en la materia están, pero deben venir nuevos y más

profundos todavía. La infraestructura en todo ámbito sea portuaria, carreteras o aeropuertos, podrían poseer nuevas tecnologías, reformarse con mejores decisiones y seguir desarrollándose con proyectos coherentes con las necesidades actuales.

Hasta mayo del año pasado, las exportaciones, según cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, alcanzaron los US\$ 2 460 millones, monto que representó una caída de 19 % con respecto a similar mes del 2014. A su vez, en el mismo periodo,



las importaciones peruanas llegaron a US\$ 2 809 millones, lo que representa una caída del 18 % con respecto a similar mes del 2014.

Las cifras macro en cierto modo dan cuenta de la problemática en el sector logístico. Pero ante ello, la cadena de suministro no puede parar y no hay incertidumbre cuando existen compañías que se empeñan por realizar un buen trabajo.

Logística igualitaria

Transitex, compañía fundada en Badajoz (España) en el 2002, tiene presencia en Perú desde hace casi cinco años y no por mera casualidad, sino por completar su participación en el mercado logístico peruano, abriendo así oficinas propias en Lima y recientemente en Piura. Conscientes de las limitaciones logísticas y de infraestructura en nuestro país, la firma no retrocede en su empeño por lograr realizar sus funciones de la mejor forma.

Según Alan Almeida, gerente general de Transitex Perú, es vital la identificación de socios estratégicos que compartan, en cierto punto, los valores corporativos del operador logístico. Además dice, es importante que el cliente decida confiar su carga en una compañía de representación global, con personal propio tanto en el país de origen como en el de destino, lo cual, agrega, genera

ahorro en tiempos y dinero. No obstante, refuerzan y avalan los procesos, certificaciones y capacitaciones a los colaboradores.

Almeida considera que los operadores logísticos deben brindar un trato igualitario a todos los clientes sean pequeños, medianos o grandes, sin importar la cantidad de carga que muevan, sino concentrados más en satisfacerlos. En algunos casos, explica, hay exportadores –más del sector agropecuario– que desconocen los procesos, y es cuando el personal de Transitex Perú explica al exportador qué pasos debe realizar, lo cual no es un limitante, sino un impulso para seguir y cooperar con el desarrollo del mercado peruano.

La disciplina y el orden acompañan a una formación educativa de buen nivel en el trabajador logístico peruano (de todos los mandos), menciona Almeida. Ante ello, explica, deben mejorarse las políticas empresariales que, en algunos casos, son la raíz de determinado problema en el desarrollo de la logística de cada firma.

Transitex planea para este año posicionarse aún más en Perú, buscando operar en cualquier parte del país de acuerdo a los requerimientos de cada cliente. Por ejemplo, vienen brindando asistencia a sus usuarios,

además de buscar trabar relaciones comerciales con potenciales clientes, que utilizan el puerto de Paita para sus exportaciones, mayoritariamente de productos hidrobiológicos y agrícolas en contenedores.

Almeida precisa que en la actualidad, un 70% de la carga de productos hidrobiológicos y agrícolas que manejan es exportada por el puerto de Paita. Mientras que un 95% de las importaciones son canalizadas al puerto del Callao.

Logística de visión integradora

DHL Global Forwarding, la firma perteneciente al grupo alemán Deutsche Post DHL, viene desarrollando una tarea de integrador logístico especializado en diferentes sectores, con soluciones diferenciadas para cada sector y eventualmente cada cliente. Son especialistas en transporte aéreo, marítimo y servicios de valor agregado como almacenes, aduanas distribución local y nacional, transporte terrestre internacional, agenciamiento de aduana para la logística, proyectos de minería energía y petróleo, logística de perecederos y temperatura controlada, etcétera.

Ricardo Barrios, gerente general de DHL Global Forwarding, reconoce que si bien varios sectores de la economía no



pasan por su mejor momento, el país aún sigue creciendo, sin perder dinamismo en sectores como el farmacéutico, tecnología, consumo y retail, en los cuales la firma participa activamente. Barrios considera que los sectores que no han crecido como se esperaba son minería, petróleo y agroindustria, los cuales necesitan de mucho soporte que haga más eficientes sus plataformas logísticas.

Sobre los terminales portuarios y aéreos, Barrios considera que tienen un desempeño aceptable, pero con muchas posibilidades de perfeccionarse en temas de infraestructura, procesos administrativos y de seguridad; mejoras que sin duda, ahorrarían tiempo y reducirían costos.

La firma alemana trabaja con las principales líneas navieras y aéreas que operan en el país así como en el mundo. Y con la mayoría de ellas tiene contratos globales válidos también para Perú. A la par, los proveedores locales pasan por un proceso de homologación riguroso (que incluye contar con certificaciones como BASC, ISO y OEA) que asegure puedan cumplir con los estándares ofrecidos a los clientes de DHL Global Forwarding.

DHL Global Forwarding a partir de su experiencia ha logrado desarrollar innovadoras soluciones que simplifica la cadena de suministro, cuenta Barrios.

¿Los beneficiados? Obviamente los clientes, quienes acceden a herramientas, como DHL Interactive utilizado para visualizar en tiempo real los embarques por todo el mundo a través de una plataforma virtual, es decir el usuario podrá ver y acceder a reportes de información sobre su carga.

Otra herramienta es el sistema C Track, interfaz que permite a los clientes acceder a una aplicación para el seguimiento de sus órdenes en aduana, el cual proporciona listas, informes y alertas personalizadas, que pueden ser visualizados por orden, serie, factura y tiempo a través de Internet. Este sistema de rastreo facilita y moderniza el comercio exterior y además, optimiza las operaciones en la cadena logística, asegura Barrios.

El funcionario de la compañía alemana, considera que uno de los retos más grandes que tiene la gestión logística, es el reclutamiento de personal capacitado. Barrios reconoce que cada vez hay más instituciones educativas que brindan carreras para desarrollar capacidades en Administración y Gestión de Sistemas Logísticos, donde ya enseñan al alumnado a enseñar a planificar, ejecutar y controlar las diversas actividades de la cadena de suministro.

Para Ricardo Barrios, en la actualidad la educación en las universidades sobre

logística es muy teórica, por lo que debe incorporarse a la malla curricular ejercicios prácticos, porque la teoría en la logística es muy diferente a la realidad; con muchas excepciones y procesos distintos que varían en cada país, según los gobiernos. En suma, dice, es necesaria una capacitación técnica-práctica.

**Los operadores
logísticos deben
brindar un trato
igualitario a todos
los clientes sean
pequeños, medianos o
grandes**

**Para Ricardo Barrios,
en la actualidad la
educación en las
universidades sobre
logística es muy
teórica, a cambio debe
incorporarse a la malla
curricular ejercicios
prácticos**



Aldo Amaya Fuertes, Autor del libro:
"La cadena de suministro y la estrategia competitiva"

Infraestructura, eficiencia e innovación para competitividad logística

Los variados y discrepantes razonamientos enriquecen más un debate y estimulan al lector a crear su propio pensamiento. Aldo Amaya Fuertes, sabe bien esto y a través de su libro "La cadena de suministro y la estrategia competitiva", analiza y explica desde su óptica la situación actual del sector logístico peruano. Teniendo en cuenta que a mayor conocimiento o información de un tema, mayor podrá ser el interés de los logistas por conocer, explorar y realizar las tareas exactas para lograr una cadena de suministro eficiente.



En la actualidad, ¿cuáles son los principales problemas que viene enfrentando la cadena de suministro en nuestro país?

El principal problema que viene enfrentando la cadena de suministro en el país es la falta de competitividad. Según el ranking publicado por la revista Semana Económica junto con Yobel SCM, GS1 y el PAD (Escuela de Dirección de la Universidad de Piura) basada en la metodología que la consultora norteamericana Gartner utiliza desde el 2004 para su ranking "The Gartner Supply Chain Top 25", revela que solo el 30% de las compañías tienen cadenas de suministro eficientes y con altos niveles de automatización.

Los retos se centran en infraestructura, eficiencia de mercado e innovación. Entendiéndose cadena de suministro como el conjunto de actores (empresas) que intervienen para la realización de actividades de exportación, importación, fabricación de productos, proveedores, entre otros. Por eso es importante que nuestro país cuente con la infraestructura adecuada para el desarrollo de la logística como excelentes carreteras, vías férreas, centros hub, entre otros que darán la competitividad que el país necesita.

¿Qué debe hacer el empresariado y el trabajador logístico para minimizar errores dentro de cada eslabón de la cadena de suministro?

Conocer y entender cuál es su negocio o mejor dicho entender su modelo de negocio, es decir a dónde apuntar, cuál es mi mercado, cuál es mi nicho de mercado, y a partir de allí diseñar una estrategia basada en el uso eficiente de la cadena de suministro. Entonces debemos buscar información, mejorar procesos y mejorar de forma continua por parte de todos los trabajadores de la empresa para así saber dónde están los problemas, los riesgos, los sobrecostos de una operación que involucre temas logísticos.

Debido a que las cadenas de suministros delinean cómo se mueve su negocio, tienen que estar protegidas de

Es importante que nuestro país cuente con la infraestructura adecuada para el desarrollo de la logística

incidentes imprevistos que pudieran interrumpirlas o dañarlas por riesgos inherentes al desplazamiento de la carga. Es aquí donde la gestión de la continuidad del negocio en la cadena de suministro se convierte en una herramienta de negocios importante.

¿Cómo considera la participación del sector transporte en la cadena de suministro?

Importantísimo, el sector transporte es fundamental dentro de la cadena de suministro o mejor dicho el transporte como sistema es el componente más importante para la mayoría de las organizaciones, debido a que el éxito de una cadena de abastecimiento está estrechamente relacionado con su diseño y uso adecuado.

El transporte es el responsable de mover los productos terminados, materias primas e insumos, entre empresas y clientes que se encuentran dispersos geográficamente, y agrega valor al producto transportado cuando estos son entregados a tiempo, en la forma adecuada y sin daños.

Otro punto a analizar son los costos muchas veces altos para el proyecto, por ejemplo en el transporte marí-



timo transportar un contenedor desde el interior del país es muchas veces más caro que traerlo desde China al Callao, lo cual incrementa los costos operativos. La adecuada elección del transporte es vital para el desarrollo de la cadena de suministro, el transporte tiene como misión fundamental integrar zonas de producción con las zonas de consumo en el país, y por lo tanto, la demanda y los costos de transporte juegan un papel determinante en el precio final de los bienes.

¿Considera que el profesional logístico (en todos los mandos) dentro de la cadena desempeña un trabajo ordenado y disciplinado?

Es lo ideal trabajar con orden y disciplina, pero muchas veces no se cumple y es a lo que todos los profesionales deben apuntar al orden y al conocimiento exacto de los términos, más aun en este contexto mundial de globalización en el que se desenvuelven actualmente las compañías.

Es necesario implementar herramientas administrativas que permitan el desarrollo competitivo a nivel regional, nacional y mundial de pequeñas y medianas empresas que comienzan a explorar

los mercados internacionales, para esto se han generado estrategias de organización que permiten alinear las actividades y desempeño de cada uno de los empleados con los objetivos generales de la empresa.

¿Cómo viene desarrollándose el apoyo a los exportadores de productos agroindustriales dentro de la cadena de suministro?

La cadena de suministro es vital en el desarrollo de las agroexportaciones en Perú; es pasar de una industria primaria, a un nivel de más alto desarrollo. Dicho proceso influenciará el sistema del negocio agrícola en toda su extensión, incluyendo la producción, mercadeo, empaque, envase, y distribución de los productos.

Tomemos un ejemplo: los costos logísticos para la exportación del espárrago, donde cerca del 57% del precio final de las cajas de exportación del espárrago fresco corresponde a costos logísticos, tanto nacionales como internacionales. Dentro de los costos logísticos nacionales, los más importantes son los del transporte y almacenamiento, los cuales en conjunto representan más del 70% de estos costos, de

acuerdo con una entrevista de Apoyo Consultoría SA. a empresas del sector agroindustrial. Se menciona también en la página 51 del Libro Cadena de Suministro y Estrategia competitiva.

Finalmente, ¿a quién está dirigido su libro?, ¿qué factores lo estimularon para crearlo?

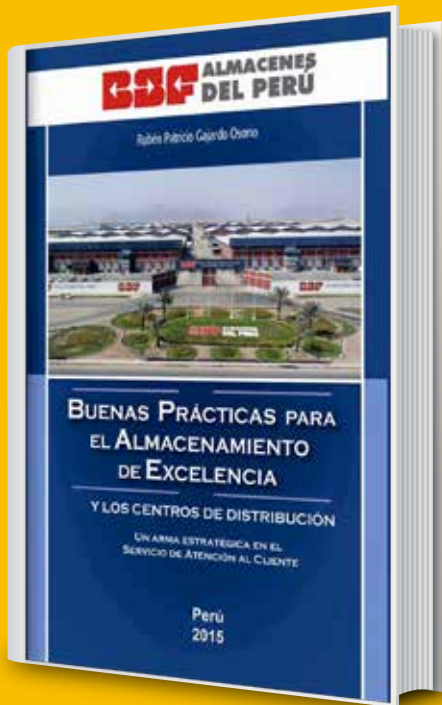
Es un libro teórico y práctico que ofrece casos de estudio y cuestionamientos; cada día los temas de logística cobran mayor protagonismo. Las instituciones educativas como ADEX han apostado por ofrecer carreras relacionadas al ámbito de la logística internacional lo cual es cada vez más importante.

El éxito de una cadena de abastecimiento está estrechamente relacionado con un diseño y uso adecuado del transporte



LOGISTICA360

Logistica 360 The Supply Chain Magazine
pone a disposición de sus suscriptores y lectores
dos interesantes libros con temas relacionados
a la Cadena de Abastecimientos:



“Buenas
Prácticas para el
Almacenamiento
de Excelencia”

**Ruben Patricio
Gajardo Osorio**



“La Cadena de
Suministro y la
estrategia
Competitiva”

**Aldo D. Amaya
Fuertes**

imagenes de libros referenciales



Si estas interesado en recibir uno
o ambos libros escribenos a:
marketing@logistica360.pe
* Descuento para nuestros suscriptores



Orden y responsabilidad para un mejor almacenamiento

Ing. Patricio Gajardo

La literatura logística ha ganado un nuevo documento: “Buenas Prácticas para el Almacenamiento de Excelencia” que, más que un libro, es una guía actualizada para el ejercicio adecuado de las actividades dentro del almacén, orientado básicamente al segmento operativo. Conversamos con el Ing. Patricio Gajardo, autor del texto, para recoger su razonamiento sobre el actual panorama de la cadena logística.

¿Qué le falta a la logística en Perú?

Hemos avanzado, pero aún nos queda mucho por hacer. Si bien se viene operando con radiofrecuencias, *cross-docking* y otros elementos de la tecnología, son necesarios más avances. A eso se debe sumar la carencia de mano de obra especializada. Por ejemplo, considero que actualmente hasta un 90% de jefes de almacenes han tenido una formación práctica escalonada, desde abajo.

Unido a lo que menciono, está otro aspecto: la falta de formación educativa universitaria. Aunque existen diplomados

o cursos donde los alumnos se están profesionalizando, esta situación es reciente (los últimos diez años).

¿Qué significa el cliente final para la logística?, ¿es primero el cliente interno?

En lo personal, considero que el cliente interno es un puente. Esto obedece a una razón simple; antaño, el cliente interno definía qué hacer, poniendo al servicio del cliente final un determinado producto. Ahora no, el proceso es inverso; el cliente final define qué necesita y el cliente interno debe ajustarse a sus

requerimientos. Toda la gestión se debe orientar hacia el cliente final.

¿Qué características tiene el mercado actual que hace insuficiente la gestión de almacenamiento?

La empresa genera una serie de elementos para fidelizar al cliente y debe estar preparada siempre que este requiera una serie de productos, lo cual se logra con un correcto almacenamiento. Y este es un factor negativo, debido a que en la actualidad existe un 30% o 40% de falta de almacenamiento y con mayor incidencia en el especializado.



El libro está respaldado por BSF Almacenes del Perú que, en convenio con municipios del sur de Lima, pretende ser utilizado en la orientación educativa de la población inmersa en el área de influencia de la compañía como una actividad de Empresa de Responsabilidad Social

¿Es el transporte el componente de la logística que más contacto tiene con el cliente final?, ¿qué opina de dicho sector?

El sector transporte viene mejorando, sin embargo todavía impera en él la informalidad, y efectivamente es el que está en mayor contacto con el cliente final, más quienes hacen atenciones masivas, a excepción de los clientes que van a recoger sus productos directo del almacén. Digamos que es un 50% equiparado para cada modalidad.

¿Qué tan importante es el plan de contingencia dentro de las actividades estratégicas logísticas?

Como en todo aspecto siempre existen riesgos, es muy difícil librarse de inconvenientes; por ello debe tenerse un plan de contingencia para todas las actividades logísticas. El problema está en la falta de capacidad de reacción, porque no se tienen los conceptos teóricos claros, ni el respaldo técnico adecuado; por ende habrá limitaciones para la solución de los problemas.

¿Cómo se relaciona la reducción de costos con el nivel educativo del personal logístico?

Ante problemas de rentabilidad empresarial, se incurre en un error común: reducir personal. Cuando la solución efectiva sería educar a los colaboradores, haciendo más rentable el negocio. Esto ya se ha convertido en un círculo vicioso.

El empresario debe capacitar y enseñar a su personal a cómo reducir costos, cómo hacer mejor las actividades, cómo optimizar tiempos. Al reducir trabajadores se carga de más trabajo a los que quedaron, pero ¿cómo exigir más a una

persona, a quien ni siquiera he capacitado y encima le pago un mismo salario?

¿Qué nuevos perfiles profesionales debe lograr, en actualización y nueva formación, el personal logístico?

Por mi experiencia dictando cursos de especialización logística, considero que los alumnos saben lo que deben hacer, pero erran en el orden de las actividades. No aplican una secuencia lógica, ni una estandarización de los procedimientos. Si se sigue un desarrollo continuo de las labores, se ganará tiempo y dinero. Creo que existen los profesionales adecuados, pero fallan en lo que acabo de mencionar.

Son las últimas dos líneas de la pregunta ¿Cómo las buenas prácticas logísticas, de almacenamiento, prevén la delincuencia (robo o hurto)?, ¿qué opina de las empresas de seguridad?

El robo es con alevosía. Pero si desarrollamos las actividades con orden y disciplina, eliminamos posibles hurtos. Ojo que la disciplina es un valor fundamental, y es poco desarrollada en nuestro país.

Las empresas de seguridad deben ser un apoyo para la eficiente gestión. Pero por ejemplo, es raro ver a un funcionario de seguridad que sea proactivo, dinámico y preparado, lo cual deja mucho que desear de las compañías de seguridad.

Esto pasa por temas económicos, porque no existe una adecuada política salarial y por otro lado la capacitación resulta insuficiente.

¿De qué factores dependerá esa toma de conciencia del personal logístico que menciona en sus conclusiones? Evidentemente como todo cambio,



se necesita tiempo, ¿pero vamos por buen camino?

Considero que vamos por buen camino. Ante los problemas del sector, pienso que existe una responsabilidad compartida entre el empresariado que no incentiva las buenas prácticas, y el trabajador que actúa con desidia. Nunca el empleado debe decir: pagan poco, haré poco. Craso error. Se debe cambiar ese pensamiento y actuar al revés, si pagan poco, haré más para merecerme un aumento salarial.

El empresario no está dispuesto a pagar para ver si el empleado es capaz de hacer más, sino que éste debe demostrar que puede. Y si en la compañía donde se está no reconocen el esfuerzo, otra firma lo hará. 🔥



LAS 5 S COMO HERRAMIENTA DE GESTION EN ALMACENES



**Ing. Wilfredo Eduardo
Albitres Pereda**
Jefe de Almacén
DANPER

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

Hoy por hoy, hacer que las cosas se muevan y se muevan eficientemente es la razón de ser de un almacén, de esta manera aporta con tal valor, los almacenes cuentan con tres flujos, el flujo de materiales, el flujo de información y el flujo de valores, en el primer flujo mencionado es en donde se aplica la herramienta de las 5S. La herramienta de 5S consta de una secuencia metódica de 5 palabras que tienen mucho de acción:

La herramienta 5S no es considerada una moda, simplemente un principio básico para mejorar nuestro desempeño y hacer de nuestro centro de trabajo un lugar donde valga la pena desarrollarse, está demostrado que los ambientes ordenados, limpios y visualmente estandarizados elevan la productividad y desempeño de los trabajadores.

La necesidad de aplicar la herramienta de 5S en almacenes nos

orienta a conseguir los siguientes resultados:

Optimización del tiempo de atención al cliente o usuario, contar con un layout señalizado reduce los tiempos en la operación de picking, así como también apunta a mejorar las rutas internas en el almacén.

Nivel de exactitud del inventario, la disciplina que conlleva sostener la práctica de las 5S empuja para que el equipo sea metódico en los procesos, por lo tanto aporta en el control de los stocks internamente.

Reducción del nivel de accidentes, la herramienta permite visualizar



condiciones inseguras y la disciplina que aplica permite tener los materiales en el lugar que le corresponde; además aumenta el comportamiento seguro y hace que la gente sea más cuidadosa con los recursos de la empresa.

Reducción de mermas y obsolescencia, las 5S examinan las condiciones de almacenamiento de los materiales y

su nivel de información nos permite evaluar el estado de cada material.

Maximización de la capacidad, la aplicación de la herramienta nos lleva a tener solo lo necesario, generar rotación en materiales de mayor volumen y eliminar los desperdicios y lo que resta valor.

Mejora de la productividad en el equipo, todo ambiente ordenado y

limpio inspira la mejora, fortalecen las relaciones internas y hace que el personal se identifique con su área.

Para lograr la implementación es muy importante comprometer la participación de las gerencias y luego buscar la participación del personal, hacer que la herramienta sea suya y que sean ellos mismos los que generen la experiencia, es básico preparar un plan:

¿Qué?	¿Cómo?	¿Con que?	¿Cuándo?	¿Quién?
Implementación del programa de 5S. Definir las metas y la estrategia a ejecutar	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de gerencia. • Capacitación conceptual sobre la herramienta. • Formación de equipos de trabajo. • Formación de auditores internos • Aplicación de la auditoría inicial. • Evaluación de estado inicial. • Aplicación del seguimiento a la auditoría. • Presentación y reconocimiento a resultados • Retroalimentación a los equipos. 	Recursos necesarios para aplicación: <ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Financieros • Tecnológicos • Materiales • Tiempos 	Definición del calendario de actividades, con fechas establecidas y reales	Definición de los responsables en la parte auditora y en la parte operativa

1. SEIRI – CLASIFICAR: “Separar lo que sirve de lo que no sirve”

Objetivo:

Contar con un área donde únicamente se tenga los materiales que operativamente agregan valor a nuestras actividades.

Secuencia:

- Identificar los elementos e información tanto en condición de innecesaria como de excesiva.
- Eliminar todo lo que no se utiliza
- Determinar un lugar de

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

almacenamiento diferente para los artículos de baja frecuencia de uso.

Beneficios:

- Mejora la capacidad del almacén, dado que se libera espacio útil.
- Reducción de los tiempos de atención, puesto que se tienen menos materiales para gestionar.

-Mejora el control visual de los artículos en el almacén.

- Se tienen los pasadizos y accesos disponibles.
- En lo que respecta a información, la gestión de búsqueda y procesamiento de datos mejora en tiempo de respuesta.

2. SEITON – ORDENAR: “Determinar un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar”

Objetivo:

Que exista un lugar para cada artículo o material, adecuado a la rutina de trabajo y que esté correctamente señalado y disponible para su utilización.

Secuencia:

- Asigna un lugar o ubicación para cada elemento o material, a través de los controles visuales.
- Se determina la cantidad adecuada para cada material.

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

- Asegura que cada material se encuentre listo para su uso.
- Se establecen los medios adecuados para que cada material luego de usarse se regrese a su ubicación.

Beneficios:

- Facilita el acceso rápido a elementos que se requieren para el trabajo.
- Las labores de orden y limpieza se vuelven más ágiles.

- Se libera espacio y el ambiente de trabajo se vuelve más agradable.
- Se minimizan los errores puesto que los espacios se encuentran marcados y etiquetados con controles visuales.
- Mejora el cumplimiento de las actividades.

3. SEISO – LIMPIAR: “Enfocarse en las causas que generan la suciedad”

Objetivo:

Establecer la metodología correcta de limpieza correcta de tal manera que se vuelva a ensuciar. Está claro que se elabora el respectivo plan de acción correctivo a fin de encontrar las causas que están haciendo que el almacén se ensucie.

Secuencia:

- Identifica los materiales necesarios y adecuados para la limpieza del área de trabajo.
- Se determinan las causas de tipo personal, infraestructura, método

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

- de trabajo, medio ambiente o maquinaria.
- Se diseñan las acciones correctivas para controlar la suciedad con la finalidad que se forme nuevamente en los ambientes.
- Establecer rutinas de limpieza con responsabilidades claras en el personal.

Beneficios:

- Minimiza el riesgo que se generen accidentes en el área de trabajo.

- Mejora el bienestar físico y mental del personal.
- Se incrementa la vida útil de los equipos y maquinarias dado que el polvo de la suciedad se ha reducido.
- La calidad del producto mejora dado que evitan las pérdidas por suciedad y contaminación de los materiales.
- Mejora la imagen del área.

4. SEISKETSU – ESTANDARIZAR: “Establecer los parámetros para sostener el resultado”

Objetivo:

Desarrollo de condiciones estándares para evitar que el almacén se vuelva a desordenar o ensuciar.

Secuencia:

- Diseño de estándares de trabajo y hacer que se visualicen dichos estándares.
- Implementar métodos que faciliten el cumplimiento de los estándares (manual de limpieza, programas de limpieza, asignación de responsabilidades, diagramas de

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

- distribución del trabajo de limpieza, diseño de un control visual de avance - antes y después).
- Aplicación de las auditorías internas para efectuar el seguimiento al cumplimiento de las auditorías.
- Realizar retroalimentación a los equipos a modo de mantener las tres primeras S.

Beneficios:

- Mejora la imagen del área

- El personal se compromete con la mejora al poder ver los avances en la implementación.
- El personal aprende determinar causas de problemas y evitan que se vuelvan a repetir.
- Se prepara al personal a desarrollar nuevas responsabilidades
- Incrementa el nivel de productividad en el área.
- Se cuenta con estándares de trabajo.

5. SHITSUKE – DISCIPLINA: “Lograr convertir la acción en hábito”

Objetivo:

Convertir en hábito las prácticas de orden y limpieza en el personal.

Secuencia:

- Publicación y reconocimiento a los resultados y logros obtenidos.
- Promover la crítica constructiva sobre los aspectos a mejorar
- Promocionar la herramienta de las 5S en toda la organización
- Provocar en el personal la aplicación de las 5S en su entorno personal.

SEIRI	SEITON	SEISO	SEIKETSU	SHITSUKE
CLASIFICAR	ORDENAR	LIMPIAR	ESTANDARIZAR	DISCIPLINA

Beneficios:

- Desarrolla una cultura de mejora en los aspectos de orden y limpieza
- Se crea la base para la implementación de herramientas LEAN.
- La disciplina es una forma de cambiar los hábitos.
- La motivación se incrementa
- Los clientes o usuarios se sienten más satisfechos con la visualización del almacén.

- El sitio de trabajo se convierte en un ambiente donde es agradable regresar.
- Promueve el trabajo en equipo.

El momento es ahora y la implementación más que decisión es ejecución y seguimiento; adelante.



Association Partner



LATIN AMERICA PORT EXPANSION SUMMIT 19-20 MAY 2016 | CALLAO, PERU

In Latin America, container traffic keeps growing year after year. Especially the West coast saw a strong growth with increased traffic of 7% in Colombia, 8.7% in Peru and 7.9% in Ecuador.

In order to respond to this growth, new ports are being built in the region and other expanded, with investments going up to 6bn USD.

At the Latin America Port Expansion Summit; government officials, investors, port authorities and port & terminal operators will go in discussion with consultants, architects, construction companies, equipment providers and service groups, in order to better explore the market and support the project development.

Some of the confirmed Speakers include:

Rafael Farromeque, Senior Specialist / Directorate of Sectoral Analysis & Programation, CAF Development Bank, Panama

Sergio Murillo Bustamante President, Asociación de Terminales Portuarios Privados, Ecuador

Julián Palacio, Executive Director, Latinports

Manuel Delgado, CFO, APM Terminals Callao, Peru

Victor Tarantola, Execution Manager, TecPlata, Argentina

Cesar Contreras, Operations Director, TCBUEN, Colombia

José Antonio Pejovés, Specialist in Maritime Law and Port Management, Pejovés Abogados, Peru

Pierre Liautaud, CEO, Port Lafito, Haiti

Mauricio Suarez, CEO, Sociedad Portuaria de Santa Marta, Colombia

Octavio Doerr, Ports & Logistic Specialist UN-ECLAC, Chile

Exclusive Opportunities Available:

- Meet pre-qualified industrial leaders
- Create new partnerships and Alliances
- Increase your brand recognition within the marketplace
- Discover the current investment climate and opportunities
- Develop relationships through new networking opportunities
- Panel Discussions
- Networking Sessions
- One to one business meetings

SERIES TESTIMONIALS

- > Very good customer representation & excellent networking opportunities - **Terex**
- > The event was conducted in a professional way with delegates having time to develop business contacts. – **Tanzania International Container Terminal Services**
- > It was a wonderful opportunity to share thoughts, projects and trends about shipping and logistics industry – **Port of Tarragona**
One of the most interesting summit I have seen. It was very useful to share experience and opinions with the investors, operators and consultants – **Ukraine Sea Ports Authority**
- > It was a good opportunity to oversee the view of ports & authorities together in one event. Also good to meet various people from the industry.
I was informed about the plans & projects as well as the perspective of the port operators & TCDD in line with future developments of shipping sector – **United Arab Shipping Company**
- > "Very good, it's the correct time I have had the conference in the region" - **Sri Lanka Ports Authority**
- > "Very interesting event, everything is ok" - **Port Authority of Thailand**
- > I was very impressed with the event & to hear all about all the plans and investments, **APM Terminals**
- > The target was hit! And the feedback from the other participants like EBRD, Rodaport, Evyapport, etc were very positive. Thanks for your efforts to underline the importance of modern Port Management in the region. Hope to see you in another event - **Maersk Line**
- > Thank you for the event, I was happy to be a part of it. The sharing of the knowledge was good. The number of delegates was right for me as it was some enough to participate and network successfully. Let's hope that the private sector will push forward to introduce chances - **Bosch**
- > I am so proud to be part of this congress where different leaders came together to share ideas and solutions for a better Africa - **Port de Cabinda**

Sponsors

Cocktail Sponsor



Special Bronze Sponsor



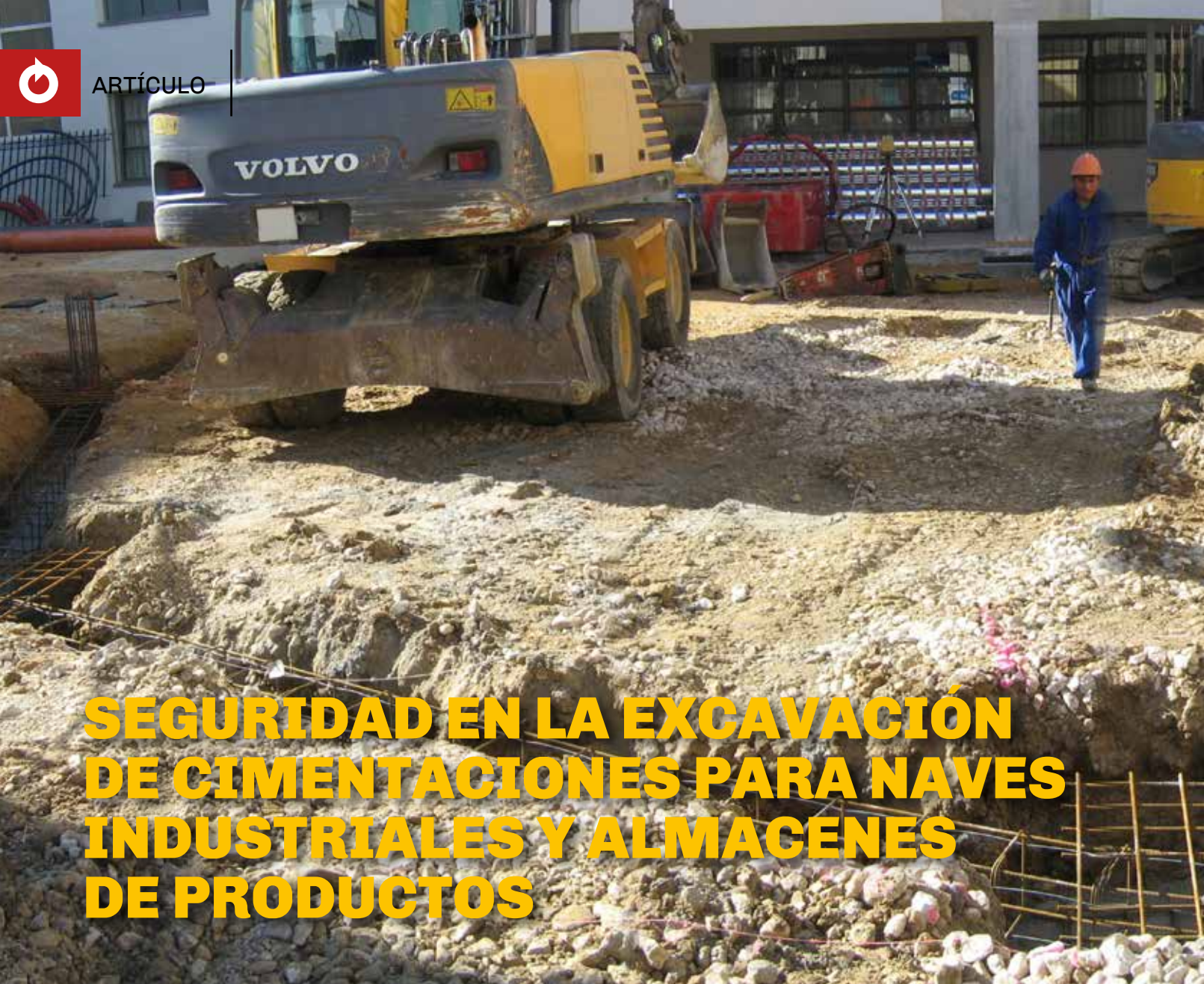
Presentation Sponsor



Strategic Supporter



For more information contact
Barbara Cornelissen - Conference Director
+57 1 390 4687 | barbarac@lnoppenlatinamerica.com



SEGURIDAD EN LA EXCAVACIÓN DE CIMENTACIONES PARA NAVES INDUSTRIALES Y ALMACENES DE PRODUCTOS



Ing. Buddy Alonso Abril
Gerente LG Aceros
y Concreto

Las cimentaciones industriales pueden ser zapatas aisladas, zapatas corridas, zapatas conectadas, entre otros. La elección de un tipo u otro dependerá del tipo de sistema estructural que se escoja para la nave industrial pudiendo ser de acero o concreto. En la etapa de construcción ya se tiene respuesta a muchas interrogantes que nacen alrededor de este elemento estructural pero aparecen otros relacionados al mismo proceso constructivo y la seguridad en la obra.

Antes de iniciar la cimentación, cualquiera que sea el tipo elegido, deben efectuarse una serie de estudios en el terreno sobre el cual se va a

asentar la obra. Estos estudios tienen como fin conocer las características del terreno y deberán realizarse de acuerdo a lo estipulado en Norma Técnica de Edificación E-030 y E-050 del reglamento nacional de Edificaciones, ya que, en función del resultado, dependerá el tipo de cimentación.

En este tipo de obras lo más usual son las cimentaciones superficiales, siendo las cimentaciones corridas y las zapatas de cimentación las más utilizadas para este tipo de obras.

Estas cimentaciones pueden realizarse manualmente o mediante el empleo de maquinaria y en cada caso deberán tomarse medidas de seguridad claramente diferenciadas.

Excavación mecánica

Cuando la excavación de la cimentación es realizada por una máquina se debe realizar un Análisis de Trabajo Seguro (ATS) que como mínimo comprenda lo siguiente:

Análisis de riesgos

- Los riesgos más significativos que nos encontramos en esta fase de la obra son:
- Atropello de personas con maquinaria móvil.
- Vuelco de la maquinaria.

Medidas preventivas

- Se acotarán las zonas de trabajo de forma que ningún trabajador



se encuentre dentro del radio de acción de la maquinaria.

- Toda maquinaria móvil de la obra estará dotada de faros y claxon, así como de un avisador acústico cuando ésta circule marcha atrás. Se darán instrucciones para que la maquinaria de obra dedicada a la explanación no circule en pendientes superiores al 50%. Así mismo estarán dotadas de pórtico de seguridad.

Excavación manual

El análisis de Trabajo Seguro (ATS) incluirá como mínimo:

Análisis de riesgos

- Caída de altura en el interior de la excavación.

- Caída al mismo nivel por la existencia de obstáculos en el suelo.
- Caída de objetos sobre los trabajadores mientras realizan trabajos en el interior de la excavación.
- Desprendimiento de tierras procedentes de los posibles muros situados junto a la excavación, surgidos como consecuencia de la nivelación efectuada en el terreno.

Medidas preventivas

De carácter colectivo.

- Las zanjas y zapatas abiertas para la cimentación deberán protegerse en todo su perímetro con barandillas, sobre todo cuando

La elección de un tipo u otro dependerá del tipo de sistema estructural que se escoja para la nave industrial pudiendo ser de acero o concreto

Antes de iniciar la cimentación, cualquiera que sea el tipo elegido, deben efectuarse una serie de estudios en el terreno sobre el cual se va a asentar la obra

el tiempo entre su excavación y hormigonado sea prolongado. Como medida alternativa a la anterior puede cubrirse con tableros resistentes.

- Ordenar la superficie De trabajo para distribuir de forma adecuada todos aquellos útiles y materiales necesarios para el desarrollo de todas aquellas operaciones que hacen posible el proceso constructivo de la obra.
- Delimitar la zona de paso de máquinas y camiones.
- Los materiales extraídos de las zanjas o zapatas deben ser retirados y evacuados lo antes posible de sus inmediaciones, con el fin de evitar que éstos caigan en el interior de la excavación, cuando los operarios se encuentren realizando las labores de afino y limpieza de la misma.
- Cuando la cimentación o zapata se encuentre junto a un muro, este estará debidamente entibado o bien con el talud adecuado para evitar desprendimientos.

Lo expuesto son las medidas a considerar durante el proceso de excavación y debe estar a cargo del ingeniero de seguridad asignado a la obra, quien en coordinación con el ingeniero residente de la obra velará por el bien estar de los trabajadores involucrados en el proceso constructivo.

CONSTRUMATICA, Arquitectura, Ingeniería y Construcción.

DÍA DE LA ESPECIALIDAD DE ABASTECIMIENTO DE LA FUERZA AÉREA DEL PERU. VIERNES 5 DE FEBRERO DEL 2016 EN EL AUDITORIO DE LA BASE AÉREA LAS PALMAS EN LIMA-PERU

De izquierda a derecha Mayor FAP Renzo Novoa, Magister Juan Carlos Rojas Gerente General de Mecalux, Lic. Jose Ferril Gerente General de América Logística, Lic Keller Cachay Director de Comunicaciones de Sapiencia, Lic. José Caballero Director de Aprolog, Mayor FAP Cristina Casanova, un oficial de la Fuerza Aérea de los Estados Unidos y Magisterio Jorge Villanueva Rojas Jefe de Control de Inventarios.



APM TERMINALS: "COCKTAIL ANUAL 2016"

El pasado miércoles 24 de Febrero se llevó a cabo un cocktail en el puerto del Callao organizado por APM Terminals.



De izquierda a derecha: Carmen Rivas, Cinthya Tong, Daniel de la Puente, Diego de la Puente, (Director Comercial de APMT). Gonzalo Santillana, Gabriela Matallana.



De izquierda a derecha: Dallas Hampton, (Director General de APMT).- Almirante Luis Alejandro Giampietri.- Wiebe Jakob de Boer, (Embajador de los Países Bajos).



De izquierda a derecha: Michael Sennhauser, Andrea Meza, Paula Lastra, Stephanie Bernvy, Klaus Orban, Melissa Pestana, Maxime Billete, Rodrigo Arévalo.



De izquierda a derecha: Fernando Morales, Gonzalo Santillana, Raul Saldías, Dallas Hampton, (Director General de APMT). Diego de la Puente, (Director Comercial de APMT).



De izquierda a derecha: Piero Bianchi, Verónica Ruiz, Joel Ganoza, (Gerente de Relaciones Comunitarias y Responsabilidad Social Corporativa de APMT).



De izquierda a derecha: Ernesto Montagne, (Gerente Legal y de Asuntos Regulatorios de APMT). Diego de la Puente, (Director Comercial de APMT). Gonzalo Prialé, Edgar Patiño, Verónica Zambrano, Juan Pacheco, Bárbara Vázquez, (Ejecutiva Comercial de APMT).

IV CURSO «EFICIENCIA OPERATIVA Y CONTROL DE ALMACENES»

La primera semana de Marzo se realizó con éxito el IV Curso de Logística “Eficiencia Operativa y Control de Almacenes”, el mismo que es desarrollado por la empresa BSF Almacenes del Perú con el apoyo del Municipio Distrital de Lurín. El referido curso consta de 20 horas, de las cuales 18 son académicas y dos de práctica, ya que los alumnos visitaron las instalaciones de clientes para ver in situ el modo de operación logística de cada uno de ellos.

Los contenidos del curso incluyen temas como: introducción a la gestión logística; logística de almacenes, almacenamiento, almacenes vs centro de distribución; tipos de almacenes y su estructura; equipamiento de los almacenes; conceptos de seguridad de un almacén; y fue complementado con dos horas de trabajo de campo, en donde los participantes tuvieron la oportunidad de conocer las operaciones de los clientes Autorex, Gildemeister y Southlogistics.

Es necesario destacar que la empresa BSF Almacenes del Perú viene llevando a cabo con éxito este curso, dentro de su política de responsabilidad social. Asimismo, el curso “Eficiencia Operativa y Control de Almacenes” está dirigido a jóvenes y pobladores de los distritos de su área de influencia (Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Lurín, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo), para quienes no tiene costo alguno, ya que se les entrega separatas, fotochek y un libro de obsequio, a quienes obtengan asistencia perfecta.



www.bsf.pe

RANKING DE AGENTES DE CARGA (CONTENEDORES LCL)

Importación Marítima LCL Callao - 2015			
	Agente de Carga	%	Total Teus
1	MSL DEL PERU SAC	24,58	4.884
2	INCA LINES SAC	10,42	2.071
3	SACO SHIPPING SAC	9,66	1.920
4	CRAFT MULTIMODAL PERU SA	7,61	1.512
5	ECU LOGISTICS PERU SAC	6,76	1.343
6	GAMMA CARGO SAC	5,93	1.179
7	VANGUARD LOGISTICS SERV. PERU SAC	5,35	1.063
8	** EMBARQUE DIRECTO **	2,80	557
9	DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	2,46	489
10	PLUSCARGO LOGISTICS SAC	2,09	416
11	PANALPINA TRANSP. MUNDIALES SA	2,08	414
12	KUEHNE + NAGEL SA	1,48	294
13	TRANSLOGISTICS SAC	1,38	274
14	GEODIS WILSON PERU SA	1,26	250
15	TRANSOCEAN LOGISTICS CORP. SAC	1,01	201
16	BIRKTRANS SAC	1,00	199
17	GAVA PERU SAC	0,83	164
18	NEW TRANSPORT SA	0,81	161
19	HI TECH AIR SHIPPING DEL PERU SA	0,76	150
20	RUSH TRANSPORT DEL PERU SAC	0,72	144
21	FORBIS LOGISTICS SA	0,61	121
22	LOGIS LOGISTICS SAC	0,57	113
23	ADVANCED LOGISTICS GROUP SAC	0,52	104
24	FLOTA SERV. LOGISTICOS INT'L SAC	0,47	94
25	MASCARGO SRL	0,42	84
	OTROS (117 EMPRESAS)	8,42	1665
** GRAND TOTAL **		100,00	19.866

Importación Marítima LCL Callao - 2014			
	Agente de Carga	%	Total Teus
1	MSL DEL PERU SAC	21,69	4.326
2	INCA LINES SAC	11,17	2.228
3	SSL CONSOLIDATION SERVICE SAC	8,16	1.628
4	TRANSLOGISTICS SAC	6,11	1.219
5	GAMMA CARGO SAC	5,88	1.172
6	** EMBARQUE DIRECTO **	5,30	1.057
7	CRAFT MULTIMODAL PERU SA	3,87	771
8	DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	3,50	699
9	CONTROL CARGO SAC	2,81	560
10	RUSH TRANSPORT DEL PERU SAC	2,58	514
11	SACO SHIPPING SAC	2,21	441
12	PANALPINA TRANSP. MUNDIALES SA	1,99	397
13	CARGO MASTER SAC	1,82	362
14	VANGUARD LOGISTICS SERV. PERU SAC	1,78	354
15	LOGIS LOGISTICS SAC	1,43	286
16	GEODIS WILSON PERU SA	1,10	219
17	NEW TRANSPORT SA	1,06	211
18	BIRKTRANS SAC	1,02	204
19	HI TECH AIR SHIPPING DEL PERU SA	0,89	178
20	KUEHNE + NAGEL SA	0,87	173
21	GAVA PERU SAC	0,83	166
22	FORBIS LOGISTICS SAA	0,82	164
23	SEAFAIR PERU SAC	0,59	117
24	DAMCO PERU SA	0,55	110
25	PLUSCARGO LOGISTICS SAC	0,53	105
	OTROS (156 EMPRESAS)	11,44	2282
** GRAND TOTAL **		100,00	19.943

Para esta edición analizamos el mercado de importaciones LCL (contenedores consolidados) de agentes de carga internacional.

Este primer cuadro nos muestra a los principales 25 agentes consolidadores en un comparativo 2014 versus 2015.

El 2014 este mercado estuvo conformado por 181 empresas, el año pasado la cantidad de participantes se redujo a 142.

Esto explicado por la mayor competencia y el incremento de presencia de empresas extranjeras en el Perú.

Por otro lado el líder en ambos años es MSL del Perú, empresa que inclusive incrementó su participación en número de TEUs de un año a otro, ya que el 2014 embarcó 4,326 TEUS y el 2015 embarcó 4,884 TEUS.

En el segundo puesto se mantiene también la misma empresa ambos años (Inca Lines SAC) que a diferencia de MSL del Perú, si registró una reducción en cantidad de TEUS, ya que pasó de 2,228 TEUS el 2014 a 2,071 el 2015. Habrá que ver que pasa este año para saber si es solo es algo puntual o si se trata de una tendencia.

La empresa con mayor crecimiento en el ranking es Pluscarga Logistics SAC, que pasó de 105 TEUS el 2014 (puesto 25) a 416 TEUS el 2015 (puesto 10), mientras que Gamma Cargo pierde una posición pasando del 5 al 6 aun cuando incrementó ligeramente la cantidad de TEUS embarcados de un año a otro. Rush Transport perdió 10 posiciones, pasando del puesto 10 con 514 TEUS al puesto 20 con 144 TEUS.

RANKING DE AGENTES DE CARGA (CONTENEDORES FCL)

Importación Marítima FCL Callao - 2015			
	Agente de Carga	%	Total Teus
1	** EMBARQUE DIRECTO **	59,78	400.174
2	VLG LATIN PERU SAC	2,17	14.537
3	KUEHNE + NAGEL SA	2,12	14.211
4	DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	1,98	13.275
5	DELFIN GROUP CO.SAC	1,65	11.035
6	PANALPINA TRANSP. MUNDIALES SA	1,42	9.487
7	C & B LOGISTICS SAC	1,30	8.731
8	SPEED OCEAN LINES SAC	1,13	7.597
9	ANDES LOGISTICS DEL PERU SAC	0,88	5.909
10	INTERNATIONAL FORWARDER SAC	0,83	5.584
11	RUSH TRANSPORT DEL PERU SAC	0,82	5.457
12	PACIFIC SHIPPING CARGO SAC	0,79	5.304
13	SCHENKER PERU SRL	0,79	5.298
14	INT'L FREIGHT LOGISTIC SAC	0,77	5.160
15	LA HANSEATICA SA	0,77	5.153
16	AC GLOBAL LOGISTIC SAC	0,73	4.905
17	ANTARES LOGISTICS SAC	0,72	4.824
18	GEODIS WILSON PERU SA	0,71	4.766
19	BG LOGISTICS SAC	0,69	4.648
20	TRANSOCEAN LOGISTICS CORP. SAC	0,62	4.181
21	MIQ LOGISTICS INC SRL	0,60	4.040
22	VANGUARD LOGISTICS SERV. PERU SAC	0,53	3.561
23	GAMMA CARGO SAC	0,51	3.420
24	DAMCO PERU SA	0,50	3.348
25	A. HARTRODT PERU SAC	0,42	2.819
	OTROS (396 EMPRESAS)	16,77	111.997
** GRAND TOTAL **		100,00	669.421

Importación Marítima FCL Callao - 2014			
	Agente de Carga	%	Total Teus
1	** EMBARQUE DIRECTO **	60,61	381.074
2	VLG PERU SAC	2,46	15.482
3	KUEHNE + NAGEL SA	2,25	14.178
4	DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	2,05	12.900
5	PANALPINA TRANSP. MUNDIALES SA	1,56	9.835
6	DELFIN GROUP CO.SAC	1,55	9.769
7	SPEED OCEAN LINES SAC	1,31	8.259
8	RUSH TRANSPORT DEL PERU SAC	1,19	7.456
9	TRANSLOGISTICS SAC	1,05	6.593
10	PACIFIC SHIPPING CARGO SAC	1,03	6.489
11	C & B LOGISTICS SAC	1,02	6.396
12	INT'L FREIGHT LOGISTIC SAC	0,98	6.157
13	ANDES LOGISTICS DEL PERU SAC	0,85	5.329
14	AC GLOBAL LOGISTIC SAC	0,83	5.241
15	INTERNATIONAL FORWARDER SAC	0,73	4.573
16	GEODIS WILSON PERU SA	0,69	4.363
17	SCHENKER PERU SRL	0,68	4.305
18	BG LOGISTICS SAC	0,63	3.934
19	LA HANSEATICA SA	0,60	3.796
20	MIQ LOGISTICS INC SRL	0,59	3.725
21	JET AIR SERVICES PERU SAC	0,54	3.391
22	ANTARES LOGISTICS SAC	0,52	3.241
23	AGILITY LOGISTICS PERU SA	0,48	3.014
24	PERU CONTAINER LINE EIRL	0,48	3.005
25	ASIALINE PERU SAC	0,48	3.000
	OTROS (382 EMPRESAS)	14,84	93.259
** GRAND TOTAL **		100,00	628.764

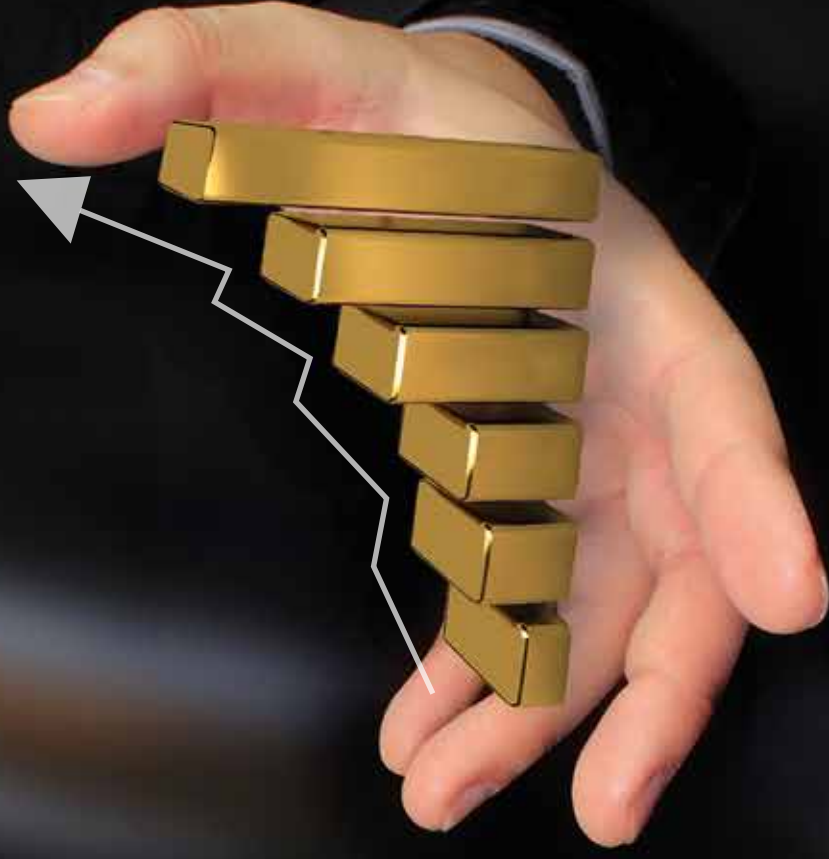
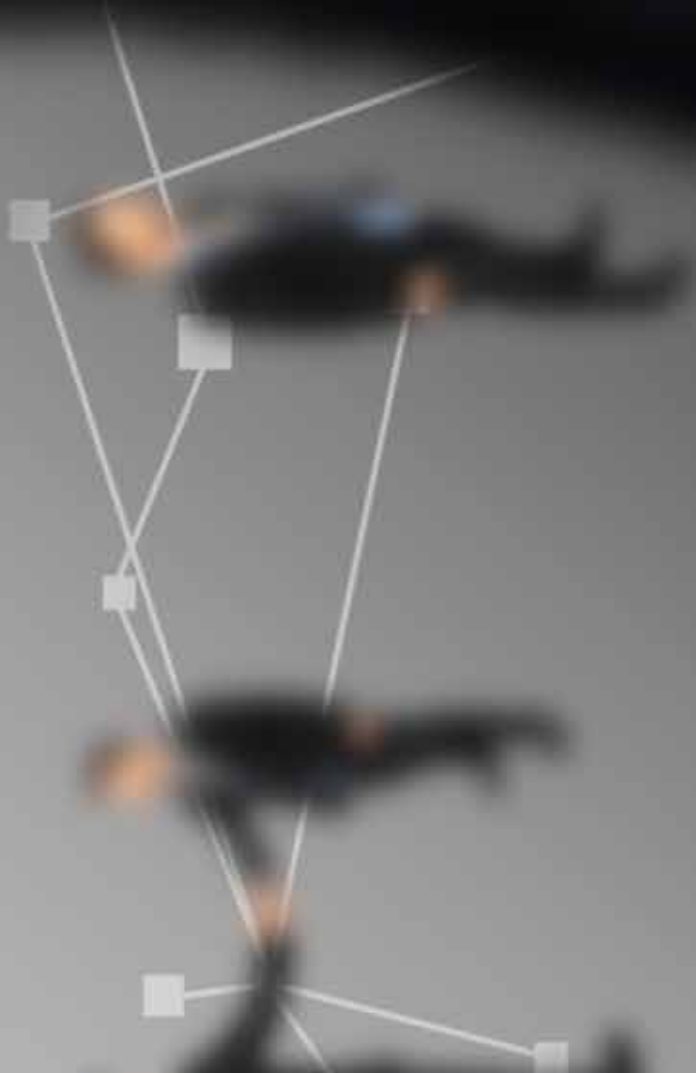
En este cuadro analizamos el mercado de contenedores completos (FCL) de agentes de carga internacional en Callao en base a TEUs (contenedores de 20 pies)

Son los principales 25 agentes en un comparativo 2014 versus 2015.

El 2014 este mercado estuvo conformado por 421 empresas, el año pasado la cantidad de participantes se redujo a 407.

Por otro lado el líder en ambos años es VLG Latin Perú SA

DESCUBRE EL VALOR DE SER SOCIO DE AMCHAM



- Networking
- Asesoría comercial Perú – EE.UU
- Defensa de principios
- Imagen y exposición de marca
- Tarifas preferenciales
- Publicaciones Gratuitas

Av. Víctor Andrés Belaúnde 177, San Isidro
Teléf.: (51-1) 705 - 8000
informes@amcham.org.pe
www.amcham.org.pe



**¿NECESITAS
INSTALAR
O AMPLIAR
TU ALMACÉN?**

**TENEMOS
EXACTAMENTE
LO QUE NECESITAS**

JRM

SOLUCIONES
INTEGRALES DE
ALMACENAMIENTO

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



Contáctanos:

Teléfono: 619-4040
ventas@jrmsac.com
www.jrmsac.com

Síguenos también en:

