

EDICIÓN 38 - JUNIO 2021

LOGISTICA360

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA

De cara al Bicentenario

DARK MALLS
Centros
comerciales oscuros

**TRANSPORT
MANAGEMENT SYSTEM**
Experiencia de Yobel
con TMS de Drivin

LA ÚLTIMA MILLA
Estrategias para
mejorar entregas

INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA DE CLASE MUNDIAL



LatAm Logistic Properties se especializa en el desarrollo integral, operación y arriendo de proyectos logísticos e industriales. Contamos con una operación regional (Costa Rica, Colombia y Perú), y estamos comprometidos en brindarle a nuestros clientes en cada uno de nuestros proyectos, los mejores estándares internacionales de diseño y condiciones comerciales del mercado, generando así operaciones modernas y eficientes que cumplan con especificaciones de Clase Mundial, seguridad y que tengan un compromiso activo con el medio ambiente.

Primera empresa en el país que ofrece 3 modelos de negocios logísticos con estándares internacionales



Almacenes en Alquiler

Somos ágiles y eficientes, cuando identificamos una oportunidad de inversión, siempre buscamos desarrollar y potenciar positivamente la zona de influencia del activo, aplicando toda nuestra experiencia regional beneficiando así a nuestros inversionistas y la comunidad.



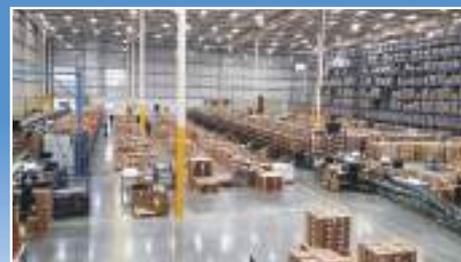
Proyectos Build To Suit

Desarrollamos de manera integral proyectos de infraestructura logística e industrial Llave en mano, hechos a la medida de nuestros clientes. Utilizamos toda nuestra experiencia regional y conocimientos específicos de cada mercado, para ofrecer las mejores alternativas de financiamiento, diseño, construcción y arrendamiento a largo plazo.



Operaciones Sale & Lease

Ofrecemos operaciones especialmente diseñadas para cada tipo de cliente, permitiéndoles negociar la venta de sus activos logísticos e industriales y quedándose como arrendatarios de largo plazo. Esta modalidad de negocio genera que las empresas ejecuten la plusvalía de sus activos operativos.



Socio estratégico



Certificación Ambiental



Con la plataforma de servicios más eficientes



Centro de monitoreo y seguridad integral CCTV



Estacionamiento interno de camiones y vehículos de carga



Sistema contra incendio NPFA



Operación ininterrumpida



Comedor central concesionado



Aseo industrial mecanizado

TOYOTA

EQUIPOS INDUSTRIALES

C B T 6

GRAN LIQUIDACIÓN

PODEROSO SOCIO DE MANEJO
DE MATERIALES EN EL
TRANSPORTE HORIZONTAL.

REDUCCIÓN DEL TIEMPO Y
COSTO DE TRANSPORTE.

CAPACIDAD MÁXIMA DE
ARRASTRE: 6 TONELADAS.

CONTÁCTANOS AL

 **981 252 643**



www.mitsui montacargas.pe

MISA EQUIPOS INDUSTRIALES
UNA EMPRESA DEL GRUPO MITSUBISHI & CO.

ALMACENES PARA TODOS



Flexibilidad, desde 20m² a más de 100,000 m²



Adaptabilidad para todo tamaño de negocio



Experiencia, 36 años en el mercado



Seguridad y monitoreo con más de 300 cámaras.

INGRESA A BSF.PE
ESCRÍBENOS A INFO@BSF.PE

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN



ALTURA: De 8 a 10m

ANDENES: Desde 8 andenes de carga y descarga por C.D.

ESPACIOS: Oficinas, Servicios higiénicos y camerinos.

ALTURA PORTÓN: 4.5m

ALMACÉN ESTÁNDAR

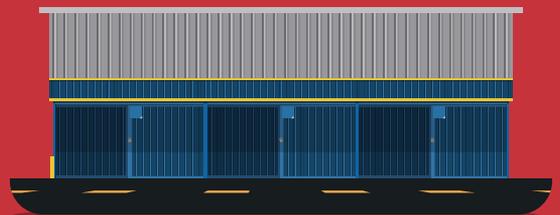


ALTURA: De 6, 7 a 8m

SUPERFICIE: Desde 200m²

ALTURA PORTÓN: 4.5m

MINI ALMACÉN



ALTURA: De 3.4m

SUPERFICIE: Desde 25m²

ALTURA PORTÓN: 2.5m

BSF ALMACENES
DEL PERÚ

 (511) 625-4300

 WWW.BSF.PE

-  CENTRO LOGÍSTICO PORTADA DE LURÍN
-  CENTRO LOGÍSTICO VILLA EL SALVADOR
-  CENTRO LOGÍSTICO PORTADA DE LURÍN SUR



PERÚ: ALMACENES DE ÚLTIMA MILLA

No hay proyectos concebidos desde un inicio para última milla. **16**

TECNOLOGÍA RFID

Demanda crece y se hace más accesible. **26**

MONTACARGAS

Múltiples beneficios en mantenimiento. **32**



TRES TIPOS DE DEPÓSITO

Las ventajas de sumar sinergias. **38**

SISTEMATIZAR Y AUTOMATIZAR LA GESTIÓN DE TRANSPORTE

Factor de competitividad en las empresas. **50**

VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR

Situación y desafíos para un sector portuario integrado, sostenible y más productivo. **60**



LAS TENDENCIAS EN SUPPLY CHAIN **90**



LAS CRISIS DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA

La tecnología siempre ha constituido un elemento estratégico, decisivo en los objetivos de una empresa por ser más eficiente, óptimo y competitivo en la ejecución de sus operaciones. Pero la pandemia le ha dado un vitrina mucho más grande y atractiva. Y es que como ya se ha dicho en muchas ocasiones, las empresas que ya estaban un paso adelante en el uso de herramientas tecnológicas, fueron las que supieron adaptarse más rápido a los cambios que surgieron con la crisis del covid-19.

Hoy podemos ver como una serie de herramientas modernas que ya venían aplicándose o que ya existían ahora se consolidan, se expanden a más negocios o son evaluados por más ejecutivos. La logística es uno de los sectores donde más se observa esta realidad. En actividades de almacenamiento, en operaciones de transporte y en procesos de comercio exterior, entre otros, el uso de alguna tecnología se ha vuelto indispensable para que un proceso sea más eficiente.

Una de las tecnologías más sofisticadas que existen actualmente son los drones utilizados para realizar conteos cíclicos de inventario en un almacén. Otra tecnología que es tendencia en el mercado, son los robots colaborativos utilizados en la preparación de pedidos. Asimismo, una herramienta que gana cada vez más mercado es la tecnología RFID, utilizada para el registro y seguimiento de productos no solo en almacenes, sino en otros eslabones de la cadena.

En el comercio exterior, uno de los ejemplos más exitosos y que forman parte de una política de mejora a través de la digitalización, es el VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior). El VUCE es una plataforma creada en el año 2010 por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), con la finalidad de intercambiar, a través de los medios electrónicos, información relevante para el ingreso, salida o tránsito de mercancías.

Las operaciones logísticas de comercio exterior hacen uso de diversos depósitos de almacenamiento; entre ellos están los depósitos simples, los depósitos autorizados y los depósitos temporales. Tener los tres depósitos en un mismo recinto puede resultar muy beneficioso por la sinergia que pueden generar. En estos espacios también podemos observar la utilización de tecnologías importantes para el seguimiento, monitoreo y seguridad de las cargas.

De estos y otros temas igualmente importantes, hablaremos en la presente edición a través de los testimonios de varias empresas líderes en logística y cadena de suministros.



Jorge Choque
Consejo Editorial

LOGÍSTICA 360

THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

Gerente General
Marina Ayres Lima

Gerente Comercial
Janet Hernández

Director
Oscar J. Hdez

Jefe de Prensa
Jorge Choque

Dirección de Arte y Diseño
Mónica Tamashiro

Colaboradores
Alex Kudzuma
Angela Guerra
Jose Antonio Vallejo
Justo Carbajal
Miguel Alvarez
Richard Zamora
Santiago Barranzuela
Wili Chirinos

Edición de Fotografía
Sandra Pereda

OFICINA LIMA – PERÚ
Calle William Gilbert 191 - 802, San Borja
Tel + 51 3208051
Cel + 51 987 989 441

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

Todos los derechos están reservados.
Queda rigurosamente prohibida la reproducción total y parcial sin la autorización escrita de los directores.

Las opiniones de los columnistas son personales y no representan necesariamente las posiciones de esta revista ni de las empresas de las que son parte.

Logística 360 es una revista editada e impresa por Medios 360 E.I.R.L.; RUC 20600933940. Edición 38, Mes Junio, año 2021

Suscripciones
+51 987 989 451 / marketing@logistica360.pe

www.logistica360.pe



Aldea Logística, antes de cerrar el 2021, culminará la construcción de Aldea 7 con más de 57,000 m2 Techados

Aldea Logística Global (ALG), empresa inmobiliaria de arrendamiento de almacenes ubicada estratégicamente en Villa El Salvador, tiene ya operativos y ocupados 20,000 m2 Techados en Aldea 7. En Setiembre se entregarán 20,000 m2 adicionales, de los cuales ya se encuentran reservados el 50% del área.

Aldea 7, junto con Aldea 6, son los almacenes en condominio más altos del mercado con 13.6 m de altura libre de almacenamiento, lo que permite incrementar en +15% la densidad de

almacenamiento versus el resto de ofertas. Se suman los altos estándares de seguridad (CCTV 24/7), Sistema Contra Incendios (con rociadores según norma NFPA), Luminaria LED con sensores de movimiento.

Con Aldea 7, ALG alcanzará a fin de año una oferta inmobiliaria de más de 170,000 m2 techados de almacenes en condominio. Al momento, han ingresado a su cartera de clientes 2 market places y más del 50% de sus clientes ejecutan sus operaciones de e-commerce desde ALG.



Perú concreta acuerdos fitosanitarios para iniciar envíos de cítricos a Uruguay

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) anunció el inicio de las exportaciones de cítricos a Uruguay, luego de la reunión de trabajo entre el jefe del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), Miguel Quevedo, y el Embajador de Uruguay en Perú, Luis Hierro López, en la que establecieron los acuerdos finales para el acceso de mandarinas, naranjas, tangelos,

limón (sutil y tahití) a este mercado sudamericano.

De acuerdo con el plan de trabajo acordado, los requisitos fitosanitarios para la exportación de estos productos serán publicados en el portal web del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria de Uruguay.

Exportaciones de envases y embalajes incrementó 20.6% en el primer cuatrimestre del año

La Asociación de Exportadores (ADEX) informó que las exportaciones de envases y embalajes para la industria alcanzaron US\$ 210 millones 515 mil en los cuatro primeros meses del año, cifra que indica un crecimiento de 20.6% respecto al mismo periodo del año anterior (US\$ 174 millones 511 mil).

"Ese rubro es muy valorado en la actual coyuntura pues garantizan la salubridad e inocuidad de los productos. Juega un rol fundamental en su protección y traslado, convirtiéndose en un elemento importante en la decisión de compra", señaló la gerenta de Servicios e Industrias Extractivas del gremio, Lucía Rodríguez Zunino.





Envíos de Textil-Confecciones superarán cifras prepandemia este año

Un trabajo estructurado con las autoridades permitirá mejorar la competitividad de las empresas de la cadena textil-confecciones, nivelando el piso con otros competidores mundiales y aprovechando las oportunidades que ya están surgiendo a raíz de la recuperación económica de EE.UU., su principal mercado.

Así lo señaló el presidente del Comité de Confecciones de la Asociación de Exportadores (Adex), César Tello, durante la clausura del XVII de Foro Textil Exportador.

Peruanos podrán exportar sus productos a Colombia con más facilidades y menores costos

Desde la esta semana, los exportadores peruanos podrán ingresar sus productos a Colombia de una manera más rápida, segura y generando mayores ahorros, informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Esto es posible gracias al inicio del intercambio de certificados de origen digitales con Colombia, a través de la plataforma de interoperabilidad de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Diego Llosa, viceministro de Comercio Exterior, señaló que se trata de un avance importante en la facilitación del comercio de las operaciones de exportaciones preferenciales, en el marco de la Comunidad Andina (CAN) que tienen como destino el vecino país de Colombia.



Perú apunta a exportar 473,000 toneladas de palta hass en campaña 2021

Perú espera exportar 473,000 toneladas métricas de palta Hass en la campaña 2021, lo que representaría un incremento de 29.2% en comparación a las 366,000 toneladas despachadas en la campaña anterior.

Así lo destacó el presidente de la Asociación de Productores de Palta Hass

del Perú (ProHass), Juan Carlos Paredes Rosales, quien indicó que este importante crecimiento se debería a dos factores: el ingreso productivo de nuevas plantaciones (Olmos y en la sierra), así como los mayores rendimientos productivos de los árboles jóvenes.



Puertos chinos abarrotados y los precios de fletes marítimos vuelan

El comercio exterior está en riesgo por estos días y los ojos del mundo están atentos a lo que pueda suceder en China. En un escenario con una pandemia que aún no está controlada, presiones inflacionarias y la recesión económica, la industria naviera debe enfrentarse a los retrasos en las entregas y a una de sus mayores pruebas de resiliencia hasta el momento.

Y es que a la resentida logística en el comercio internacional, su sumó en mayo la decisión de Yantian, uno de los

puertos más activos del gigante asiático, que anunció que no iba a aceptar nuevos contenedores de exportación debido a un brote de coronavirus. Pese a que las autoridades indicaron que la terminal retomaría su actividad en cosa de días, el cierre parcial ha desordenado las rutas comerciales, que hoy se ven enfrentadas a más obstáculos e importantes alzas de precios en los fletes.



Microsoft se une a Ikea, Unilever y Nestlé para descarbonizar su cadena de suministros

El gigante tecnológico se ha unido a las filas de las principales empresas que trabajan para descarbonizar sus cadenas de suministros. Como último miembro en sumarse a la iniciativa 1.5 Supply Chain Leaders, la firma estadounidense comenzará a trabajar mano a mano con empresas como Ikea, Ericsson, Unilever y Nestlé.

Lanzada el año pasado, la coalición tiene como objetivo alentar a las pequeñas y medianas empresas a tomar medidas para reducir sus emisiones, lo cual es fundamental para que las compañías más grandes con las que trabajan cumplan sus propios objetivos de emisiones neutras.

Navieros piden conocer cómo se conectará Chancay y el Callao

En un escenario de continuidad del crecimiento de las exportaciones peruanas y de recuperación de la demanda interna -con el gradual aumento de las importaciones- es importante plantear la mejor manera de mejorar la conectividad del futuro puerto de Chancay con el Callao.

Así lo consideró la Asociación Marítima del Perú (ASMARPE), y por esa razón pidió al MTC dar a conocer cuáles son las estrategias para la conectividad vial que están planeando para unir el puerto de Chancay con el del Callao, y también los planes para conectar con el centro y sur de Lima, sin pasar por la ciudad.



La lúcuma peruana ya llega a 41 países del mundo



Las exportaciones peruanas de lúcuma ya llegan a 41 países del mundo, entre los cuales destacan por su demanda Países Bajos, Federación Rusa y Estados Unidos, informaron el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y la Sunat. También ingresa con éxito al Reino Unido, Canadá, Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos, España, Italia y otros 32 países, añadieron.

La lúcuma, originaria de Sudamérica, es uno de los superalimentos peruanos que concitan creciente interés en el mundo. Se le reconoce como "oro de los incas" por sus notables propiedades nutricionales y versatilidad de consumo, sobre todo en la gastronomía.

Chía y castañas amazónicas, las nuevas estrellas de la agroexportación

Debido a la pandemia los consumidores en el mundo buscan alimentos que eleven su sistema inmunológico y le den refuerzos a su organismo para combatir problemas respiratorios; en ese contexto productos como el kion y los cítricos vienen registrando una importante demanda en mercados internacionales.

A ellos se suman productos como la chía, que debido a su origen orgánico ha

tenido una fuerte demanda en el mercado europeo, especialmente por consumidores que buscan productos naturales como los millennials, la generación Z y personas de la tercera edad, dijo la gerente de Agroexportaciones de la Asociación de Exportadores (ADEX), Susana Yturry.



Agroexportaciones peruanas suben en más de 50% ante envíos de paltas, espárragos y mangos

En abril, las agroexportaciones peruanas crecieron en más de 50% sumando US\$ 526 millones, en comparación a los US\$ 350 millones registrados durante el mismo mes del 2020, según informó el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri).

En ese mes, incidieron en las cifras de crecimiento las mayores colocaciones de paltas frescas, espárragos frescos, demás frutas, mangos frescos, preparaciones

alimenticias de harina sémola, almidón, fécula o extracto de malta, pelo fino cardado o peinado de alpaca o de llama, espárragos conservados, arándanos, los demás cacao, alcachofas y mango congelado, entre otros. Por ejemplo, las exportaciones agrarias tradicionales alcanzaron US\$ 13 millones, monto que significó un aumento de 23% respecto a lo registrado al 2020.



Cola de naves en el Callao ya les cuesta us\$ 25 millones a dueños de la carga

La Confederación de Transportistas Terrestres del Perú (CTT) que agrupa a cinco gremios de empresas de transporte de carga, reclamó que la cola de naves que esperan en la bahía para acceder al puerto del Callao, desde que se originó el problema en abril, hasta ahora no se ha resuelto.

La CTT refirió que el hecho de que algunas naves esperen hasta 15 días en ser atendidas en el Muelle Norte del Callao, y que otras se desvíen para descargar mercancías en el puerto de Pisco -desde abril a inicios de junio- generó sobrecostos para la carga general (no contenedorizada) por más de US\$ 25 millones.



Pymes podrán comercializar directamente productos entre Perú y Colombia

El comercio electrónico pasó de ser una novedad a ser uno de los principales canales para que las empresas continúen vendiendo en la nueva normalidad. Esta necesidad de vender por internet aceleró el proceso de digitalización de ventas de las empresas, que actualmente recibe al 47% de peruanos con acceso a internet según Datum Perú.

Este nuevo reto de iniciarse en el comercio electrónico permite que las fronteras

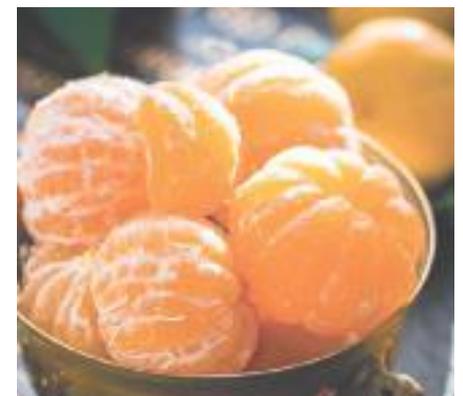
geográficas no sean un impedimento para vender al exterior, lo que supone que las micro, pequeñas y medianas empresas también tengan la posibilidad de vender en el extranjero. Por ello, el hub de servicios de e-commerce colombiano StoreON®, anunció que, a concretado una alianza con DHL para que las pymes peruanas puedan vender sus productos a Colombia.

Paltas, mandarinas y espárragos impulsan exportación en mayo

Las exportaciones de productos agrícolas en mayo del 2021 alcanzaron los US\$ 506 millones, lo que significó un incremento de 16% -en comparación con el mismo mes del año 2020-, y estuvieron lideradas por los envíos de paltas, mandarinas y espárragos, según reporte de Fresh Fruit. Además, precisó que, con respecto al 2019, que fue un año típico para el sector y la economía,

los embarques de las agroexportaciones en mayo último significaron un crecimiento del 13%.

Con estos envíos, al exterior el resultado de los primeros cinco meses del año sumó US\$ 2,815 millones, 19% mayor al del 2020 y 18% más que en el 2019.





Países Bajos y EE.UU., principales destinos para exportaciones peruanas de mango fresco

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) informó que las exportaciones de mango fresco peruano durante la campaña 2020-2021, alcanzaron las 232,683 toneladas.

Destacó que los envíos de mango peruano tuvieron como destino 34

mercados internacionales, siendo Países Bajos el principal consumidor con el 40% del volumen total exportado (93,000 toneladas), seguido del mercado norteamericano con el 29% (67,478 toneladas), informó Agraria.pe.

Congreso da luz verde para la construcción del Megapuerto de Ilo

El Pleno del Congreso aprobó, por unanimidad, el proyecto de Ley 07340/2020-CR que declara de preferente interés nacional y necesidad pública la construcción del Megapuerto de Ilo, en la región de Moquegua. De esta manera, se encargará al Ministerio de Transportes y Comunicaciones la priorización, formulación, evaluación, ejecución y construcción de este proyecto.

Según la norma, la propuesta obedece al pedido y necesidad de la población de Moquegua para fortalecer las actividades económicas relacionadas al intercambio comercial de mercancías a nivel nacional e internacional.



Modernización del Puerto Liberteano de Salaverry registra avance del 80%

El proyecto de "Modernización del terminal portuario multipropósito de Salaverry" avanza muy rápido, pues en solo dos años y medio y con un shock de inversiones de más de S/ 400 millones, a mayo del 2021, la concesionaria del puerto liberteano, Salaverry Terminal Internacional S.A. (STI), ya logró ejecutar el 80 % de las obras estimadas para los primeros cinco años de concesión.

Desde febrero del 2020, STI dio inicio a las obras de modernización de la primera y segunda etapa del contrato, las mismas que estaban consideradas para ser desarrolladas durante los cinco primeros años de la concesión, pero que debido a los rápidos avances estarían listas para el segundo semestre del 2022.

22/06

Convención Virtual - BPACK Perú

Fecha: 22 de junio de 2021
Hora: 9:00 a.m. / Lugar: Webinar
Organiza: ADEX - Asociación de Exportadores

Descripción:

Feria Virtual BPack Perú, reúne a expositores y compradores que forman parte del sector de envases y embalajes. Será el punto de encuentro para mostrar tecnología, productos innovadores y las últimas tendencias del sector.

22/06

Seminario Certificados de Origen

Fecha: 22 de junio de 2021
Hora: 9:00 a.m. / Lugar: Webinar
Organiza: CCL - Cámara de Comercio de Lima

Descripción:

Dar a conocer lo fácil y práctico que es realizar el trámite de Declaración Jurada y Certificado de Origen en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Dirigido a Exportadores, operadores logístico, público ligado a actividades de Comercio Exterior.

22/06

Supply Chain 2021, Innovation Forum

Fecha: 22, 23, 24, 25 y 28 de junio de 2021
Hora: 4:00 p.m. / Lugar: Webinar
Organiza: AMCHAM

Descripción:

Evento tendrá como bloques: El Perú no es Lima: oportunidades de diseñar una Cadena de Suministro descentralizada; Tecnología emergente para la Cadena de Suministro 4.0; Tour Virtual Almacenes Amazon; Gestión de la Cadena de Suministro post pandemia; y Sostenibilidad con factor crítico de éxito de la Cadena de Suministro

Descripción:

Brindar información sobre el comportamiento actual del comercio exterior peruano, tendencias y posibles escenarios para la toma de decisiones empresariales.

04/08

Mesa de Asesoría Virtual: Oportunidades de negocios en el comercio exterior peruano

Fecha: 04 de agosto de 2021
Hora: De 4:00 p.m. / Lugar: Webinar
Organiza: CCL - Cámara de Comercio de Lima

28/09

18 Congreso Internacional de Retail 2021

Fecha: 28, 29, 30 de setiembre y 01 de octubre 2021
Hora: 8:00 a.m. / Lugar: Webinar
Organiza: SEMINARIUM

Descripción:

En base al análisis, discusión de tendencias y casos locales, así como la exposición de contenido académico; el congreso busca entender la situación actual del comercio minorista, tanto a nivel mundial como regional y local para proyectar sus perspectivas futuras.

TECNOLOGÍA LOGÍSTICA CON VISIÓN DE CLIENTE

31 años de experiencia brindando servicios eficientes, ágiles y flexibles para los sectores de retail, consumo masivo, bienes duraderos, minería y construcción. Hemos incorporado la más moderna tecnología que nos permite asegurar la visibilidad, innovación y trazabilidad a nuestros clientes en sus procesos logísticos.



SOLUCIONES LOGÍSTICAS

MINERÍA Y CONSTRUCCIÓN



RETAIL, CONSUMO MASIVO Y BIENES DURADEROS



Jr. Doménico Morelli 110 Piso 6 Torre 1 San Borja - Perú

contactodinet@dinet.com.pe

(05-1) 517-0100

DINET S.A.

www.dinet.com.pe

DINET, Operador Logístico



EMPRESARIOS POR LA INTEGRIDAD

PERLIM 00754-1-2

SLI GROUP INSTALA SISTEMA DRIVE IN AUTOPORTANTE PARA PRODUCTOS CONGELADOS A FRIGORÍFICOS A&D

Este sistema de almacenaje es parte de la nueva cámara de frío que Frigoríficos A&D empezará a operar próximamente, con una capacidad de 1200 toneladas. El rack ha sido fabricado para poder almacenar productos a menos 18°. El proyecto está en un 98% de avance.



Sistema drive in autoportante ha sido fabricado con acero galvanizado para soportar bajas temperaturas y corrosión.

Frigoríficos A&D, empresa que se dedica a la importación de una línea aproximada de 18 productos entre menudencias, carne bobina y de aves, eligió a SLI Group para la implementación de una nueva cámara frigorífica construida a través de un sistema drive in autoportante, la cual tendrá una capacidad de almacenaje de 1200 toneladas, es decir para la descarga de 45 contenedores de alrededor de 27 toneladas cada uno.

Este sistema autoportante drive in destaca por la tecnología en su elaboración, ya que ha sido fabricado con materiales de acero galvanizados para poder soportar bajas temperaturas y ser resistente a la corrosión, pues los productos congelados que albergará necesitan de temperaturas a menos 18°.



El sistema drive in autoportante tendrá 1200 posiciones y una altura total de 11502 mm.

“Los productos que importamos requieren de frío para su almacenamiento. Por ello hemos optado por un producto galvanizado, no pintado porque para darle mantenimiento es muy complicado. Un producto galvanizado puede durar 15, 20 años”, resalta Mauro Méndez, Manager de Frigoríficos A&D, empresa con más de 20 años de trayectoria en el mercado.

“

El sistema drive in autoportante destaca por la tecnología en su elaboración, ya que ha sido fabricado con materiales de acero galvanizados para poder soportar bajas temperaturas y ser resistente a la corrosión.

”

La compañía ha reportado un crecimiento importante en los últimos años, por lo que su almacén propio de 100 toneladas le quedó limitado. Y aunque adicionalmente reciben servicios en infraestructura de almacenaje, su intención es tener una mayor capacidad en un almacén propio para su actual y futuro crecimiento.

“Nos hemos animado a hacer nuestra propia cámara, para atender más rápido a nuestros clientes, para no demorarnos. Es toda una logística que nos favorecerá de cara a los clientes, ya que los despachos serán más rápidos, sin demoras y pérdida de tiempo en todo sentido”, afirma Mauro Méndez.

El sistema drive in autoportante para esta nueva cámara frigorífica tendrá una capacidad de 1200 toneladas, con 1200 posiciones y una altura total de 11502 mm. Tiene espacio para 45 contenedores de alrededor de 27 toneladas. Asimismo, tendrá un peso por pallet de 1200 kg., por lo que la estructura tiene una fabricación especial con postes de 160 x 105 mm, lo cual en el mercado local no se fabrican.

Asimismo, Méndez asegura que el diseño del sistema drive in autoportante de SLI Group permitirá optimizar las operaciones dentro del almacén, haciendo más eficiente el servicio a sus clientes y con un menor número de personal.

“

Méndez resalta el rápido montaje, el cual se desarrolló en los plazos establecidos, bajo la atenta supervisión de SLI Group; así como en general todo el proceso desde la preventa.

”

“En este nuevo proyecto vas con el apilador poniendo pallet por pallet, es más rápido. Por ello hemos optado hacer este proyecto con SLI Group. Por la rapidez y economía, porque ya no utiliza mucho personal. Todo es mas optimizado”, anota.

De igual manera, Méndez resalta el rápido montaje, el cual se desarrolló en los plazos establecidos, bajo la atenta supervisión de SLI Group; así como en general todo el proceso desde la preventa, la tecnología del producto y el nivel de asesoramiento de SLI Group, empresa proveedora de soluciones de almacenaje, de alcance y reconocimiento internacional.

“Acá en Perú tenían su equipo comercial y de proyecto. Vieron nuestra necesidad y fue rápida su respuesta. No hemos tenido ningún inconveniente”, afirma.

El proyecto tiene un 98% de avance, por lo que próximamente entrará en operación. *“Aún no está operativo, faltan algunos detalles en el proyecto. Actualmente estamos operando en el almacén de 100 toneladas y posteriormente nos vamos a mudar a la nueva cámara”, menciona Mauro Méndez.* 📍

“

El sistema drive in autoportante para este nueva cámara frigorífica tendrá una capacidad de 1200 toneladas, con 1200 posiciones y una altura total de 11502 mm.

”



Diseño del sistema autoportante drive in permitirá optimizar las operaciones de almacenamiento y despacho de los productos.

EVERGREEN LINE AMPLÍA CAPACIDAD EN LA RUTA ASIA A CALLAO, CON BUQUES HASTA 9500 TEUS



Ante el gradual aumento de la carga marítima por mayores volúmenes de importación al país y la normalización gradual de la producción de bienes en el mundo industrializado, la naviera Evergreen Line incorpora en la ruta Asia-Callao, buques hasta de 9500 TEUS.

Lo anunció Gloria Barandiarán, Gerente General Adjunta de la Agencia General de Evergreen Line en Perú.

Explicó que tras un año de pandemia y larga cuarentena, en la que navieros, agentes marítimos, operadores logísticos, agentes de aduana y los transportistas vieron una afectación del movimiento de importaciones en el orden de -20%, para este año se estaría esperando una recuperación.

“Las importaciones tienen relación directa con la demanda interna, la construcción, el movimiento las tiendas por departamento, la construcción y otras inversiones, y en definitiva impactan drásticamente en el crecimiento del PBI”, señaló.

Detalló que aproximadamente el 90% de las importaciones que llegan al Perú ingresan por el puerto del Callao. Del Asia, proviene el 42% del total y un 20% del mercado regional.

Para el caso de las exportaciones, el Callao concentra aproximadamente entre el 73% y 75% de los embarques y el puerto de Paita un 24%, puerto que además, maneja un volumen concentrado en las campañas de fruta. 🍌

PERÚ: NO HAY ALMACENES QUE SE HAYAN CONCEBIDO DESDE UN INICIO PARA LA ÚLTIMA MILLA

El mercado peruano aún no cuenta con proyectos que hayan sido pensados desde un inicio para operaciones de última milla. Este modelo de almacenes tiene un enorme potencial por explotar.

Las operaciones de última milla se han incrementado debido al aumento de las ventas por comercio electrónico. No obstante, en el Perú no se observan espacios construidos o pensados desde un inicio para última milla, asegura Alberto Sevilla, director del área industrial de Binswanger Perú.

"En estos últimos meses hemos observado que se han tenido que adaptar, incluso "a la mala" espacios para última milla (playas de estacionamiento, por ejemplo)", indica.

George Limache, Jefe de Investigación de Binswanger Perú, sostiene que los que pretendan ingresar como desarrolladores de este tipo

de almacenes deben calibrar bien las rentas y la demanda potencial que una zona puede tener. *"Es un mercado interesante y aún virgen",* agrega.

Una parte del comercio electrónico está muy ligada a la última milla. Los almacenes requieren estar en ubicaciones céntricas y tienen características diferentes a las que se suelen ver en condominios: altura baja porque almacenan a piso, mayor cantidad de puertas, etc.

"Otras empresas han adaptado parte de sus almacenes, e incluso locales comerciales actuales para atender al e-commerce", dice Limache.



El mercado inmobiliario de almacenes en el Perú ha logrado recuperarse rápidamente tras el impacto de la pandemia el 2020.

Sector almacenes

El mercado inmobiliario de almacenes en el Perú ha logrado recuperarse rápidamente tras el impacto de la pandemia el 2020. El año pasado la demanda fue de 86,000 m2 en los almacenes en condominio. Algunas empresas desocuparon almacenes, pero rápidamente estos están siendo ocupados por otras empresas.

“Para el 2021, la proyección de demanda es acercarnos a la cifra del 2019”, refiere Alberto Sevilla

De acuerdo con George Limache, los promotores inmobiliarios entienden bien el mercado, y están agregando la oferta que este necesita. Al respecto, agrega, este 2021 se entregarán 180,000 m2 aproximadamente. *“Que son suficientes para el tamaño de nuestro mercado. Si bien la tasa de vacancia se incrementará, se mantendrá en el rango saludable (5% - 10%)”,* comenta.

Sevilla indica que durante el 2020 los sectores que mantuvieron la demanda fueron logística, medicamentos, farmacéutica u alimentos. *“Este 2021 ya vemos a más sectores, principalmente ligados al retail”,* añade.

Condominio y stand alone

En el mercado inmobiliario de almacenes existen los modelos stand-alone y los almacenes en condominios. Actualmente, dice George Limache, la demanda stand-alone aún es mayor a la de los

condominios, dado que los condominios solo se ofrecen en pocas zonas de Lima (Lurín, Villa El Salvador, Huachipa y Ventanilla).

“La necesidad va más allá de esas zonas (Chorrillos, Cercado, Callao, Ate, Santa Anita, Los Olivos, etc.)”, complementa.

Al respecto, Alberto Sevilla argumenta que para varias empresas alejarse del centro representa un impacto alto en sus costos logísticos, por lo que prefieren ubicarse en distritos más céntricos, aunque ello signifique pagar una renta mayor y operar en almacenes con estándares inferiores a los condominios.

“Más que nada este tipo de empresas ocupa áreas menores a 5,000 m2”, precisa.

No obstante, George Limache sostiene que mientras más grandes las empresas o la operaciones logísticas, más están dispuestos a considerar zonas más alejadas (hasta Lurín), *“aunque irse más lejos (Chilca, por ejemplo) ya no es una opción viable”,* apunta.

En cuanto a la ubicación de los almacenes, el sur va a seguir siendo la principal zona de desarrollo porque es donde también existe la mayor oferta de terrenos, dice Limache. Además, sostiene que en el mediano plazo la tendencia puede cambiar, gracias al Anillo Vial Periférico (Periurbana), cuya obra podría empezar el 2022.

“De desarrollarse, Ventanilla (Norte) y Huarochirí (Este) podrían acoger el desarrollo que hoy vemos en Lurín”, asegura. 📍



George Limache, Jefe de Investigación de Binswanger Perú.



Alberto Sevilla, director del área industrial de Binswanger Perú.



Espacios industriales en el sur surgieron con el objetivo de resaltar el atractivo de la zona para diversas compañías.

MERCADO INDUSTRIAL: MIGRACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL CALLAO AL SUR

Así como el Callao está progresivamente cambiando de uso, Lurín también está pasando por una transición.

El Callao ha sido considerado el sector industrial por excelencia, sobre todo para las compañías que contemplan negocios internacionales con procesos como importación y exportación. La cercanía al puerto marítimo y al aeropuerto han consagrado a la zona como el punto de partida de distintos sectores industriales por décadas.

Distintas compañías del sector alimenticio, metalmecánico, plásticos y afines han desarrollado sus actividades en plantas de producción y almacenes en el Callao. En algunos casos, estas

incluso han participado de la progresiva migración del Callao hacia el sur de la ciudad que se ha dado en los últimos años, donde se ha generado un mercado industrial emergente entre Lurín y Chilca desde hace ya una década aproximadamente.

¿Cómo y por qué surgieron estos espacios industriales en la zona sur?

De acuerdo al reporte de Mercado Industrial de Cushman & Wakefield, los espacios industriales en el sur surgieron con el

objetivo de resaltar el atractivo de la zona para diversas compañías: un crecimiento ordenado, infraestructura ideal con opciones de nuevos modelos de negocio, precios de venta y renta menores en referencia a otras zonas, así como un nivel de conectividad que, a medida que pasa el tiempo, continúa mejorando. A través de las obras que se han implementado para ampliar la Antigua Panamericana Sur y la Costa Verde, los tiempos en ruta se han disminuido considerablemente y ello se ve reflejado directamente en niveles estratégicos de eficiencia que se traducen en una mejor rentabilidad para el negocio.

Podemos decir que el promedio aproximado de ruta entre Lurín y Chilca y el Callao es alrededor de 1 hora con 5 minutos y 1 hora con 33 minutos, respectivamente, lo que no difiere en exceso de algunos trayectos dentro de la ciudad en donde se puede encontrar una mayor congestión de vehículos a distintas horas del día.

La reubicación de las empresas en el nuevo hub industrial en la zona Sur es un reflejo del crecimiento y promoción del desarrollo industrial local, una inversión en innovación que solo promete beneficios. El desarrollo de nuevos parques industriales en esta zona puede convertirse en una herramienta interesante para que la industria local crezca sostenidamente en el tiempo y se logre consolidar una oferta diversificada de distintos rubros productivos en la zona.

La zona industrial de Lurín y Chilca de Lima ya ocupa más de 2,500 has de parques industriales. Asimismo, en parques industriales ya construido existen alrededor de 3,000 has en desarrollo, que incluyen segundas y terceras etapas de algunos proyectos como Macropolis y Sector 62.

¿Una zona conveniente en precios?

Los precios de venta a los cuales se cotizan los espacios son hasta cuatro veces más baratos que el resto, lo que los hace comparativamente más atractivos. De esta manera, mientras que en esa zona el precio promedio de venta de espacios industriales en los principales parques es de \$140/ m² en promedio -similar a los precios pedidos en la zona Este de la ciudad-, la zona Norte duplica este valor con un promedio de precio de venta cercano a los \$790/ m². En el Callao -zona que siempre ha sido considerada poseedora del metro cuadrado industrial más caro de la ciudad-

“

La reubicación de las empresas en el nuevo hub industrial en la zona Sur es un reflejo del crecimiento y promoción del desarrollo industrial local, una inversión en innovación que solo promete beneficios.

”

los precios ascienden hasta los \$2,100/ m² (máximo nivel que ninguna otra zona alcanza), con un promedio de alrededor de \$500/ m².

En la actualidad la zona industrial emergente de Lurín y Chilca tiene uno de los precios por m² más bajos de la industria. Sin embargo, es posible que esto se modifique con el tiempo a medida que la zona encuentre la consolidación necesaria y exista aún una mayor demanda. En el año 2015 se cotizaba el m² de los parques industriales en \$113 por m² en promedio, cifra que en 5 años alcanzó un incremento alrededor del 19% resultando en un promedio de \$135 por m².

¿Qué nos ofrece una reubicación en la zona Sur?

Adicionalmente, la oferta en este nuevo sector es variada e incluye espacios en venta, en renta y hasta posibilidades Built to Suit, a lo que llamamos construcciones o adaptación de infraestructura a medida, que propone una modalidad alternativa de mínima inversión, brindando opciones de renta con excelente infraestructura y servicios adicionales al alcance de todos los usuarios.

Considerando además que la construcción y puesta en marcha de la línea 2 del Metro de Lima debería resultar en un crecimiento residencial de la zona alrededor de esta obra en Callao, Bellavista y La Perla. En dirección a San Miguel se encuentran propiedades con parámetros ZRE (Zona de Reglamentación Especial) o RDA (Residencial de Densidad Alta) en su mayoría, y esto crea un escenario atractivo en la zona para inversiones inmobiliarias.

Así como el Callao está progresivamente cambiando de uso, Lurín también está pasando por una transición. Es de conocimiento público que el RIZ (Reajuste Integral de Zonificación) de Lurín ha sido ya aprobado por el Concejo Metropolitano de Lima y consiste en el cambio de zonificación de 500 has para convertir las en zona de comercio, industria y vivienda. Esta nueva medida daría pie a incorporar nuevos proyectos inmobiliarios que aporten superficies industriales a la zona con miras a un crecimiento económico y de industrialización, respetando los parámetros ambientales necesarios para no irrumpir los ecosistemas intrínsecos de la zona. 🚫

LIDERAZGO DE WORLD COURIER EN LOGÍSTICA DE VACUNAS Y PRODUCTOS DE NATURALEZA COMPLEJA



World Courier brinda soluciones para la industria de los alimentos, productos químicos, reactivos, industria de muestras biológicas, e igualmente para la industria en general.

La empresa World Courier es líder mundial en la logística de cadena de frío y de productos que exigen una logística especializada en sus envíos. En el sector farmacéutico tienen experiencia en el manejo de vacunas, medicamentos, tratamientos, APIs, etc., tanto en el sector privado como en el público. Igualmente, su expertise abarca la industria de alimentos, de productos químicos, muestras biológicas, además de la industria automotriz y de producción, entre otros.

Industrias de esta naturaleza, exigen un manejo muy personalizado y de muy bajo riesgo de la carga, con cada vez mejores procedimientos, tecnologías y soluciones que garanticen su rápido traslado, sin demoras en la etapa de tránsito ni en los puntos intermedios; que aseguren, en el caso de productos con cadena de frío, el control de temperatura hasta su llegada al punto de destino. Que se haga, además, con los mínimos costos posibles.

Y es que las exigencias regulatorias y las actuales dificultades en el transporte nacional e internacional de carga, acrecientan los desafíos y demandan operadores logísticos altamente capacitados.

World Courier posee una especialización de un nivel superior ya que se dedica exclusivamente al envío de productos de logística compleja. El entrenamiento de su gente, los procedimientos y su metodología de trabajo, la calidad de sus operaciones y las soluciones que tienen establecidos para el transporte de carga, son gold standard. Y es que World Courier ha sido pionera en la implementación de mejoras, metodologías y tecnologías para el aseguramiento de la cadena de suministros en todo el mundo.

World Courier opera en el Perú desde los años 80 y cuenta con oficina propia al igual que en más de 50 otros países del mundo. Tiene alcance nacional, no solamente en Lima, y cuenta además con una red de agentes que fortalecen su cobertura a nivel nacional en el Perú. La empresa trabaja para importaciones, exportaciones y movimientos domésticos y metropolitanos de productos de la industria farmacéutica, de productos químicos, de muestras biológicas, de la industria de alimentos, producción, etc.

"World Courier, posee todas las soluciones tecnológicas y de embalajes a nivel mundial, y estamos en condiciones de hacer cualquier logística farmacéutica"

internacional o doméstica que se requiera”, afirma Marcos Lacués, Country Manager Perú de World Courier.

En la presente entrevista, concedida a LOGÍSTICA360, Marcos Lacués hace un resumen de las principales claves en el diseño de una logística efectiva y exitosa que garantice el transporte adecuado de productos con cadena de frío y mercancías de naturaleza compleja. Asimismo, menciona las ventajas competitivas y las tecnologías en embalajes que tiene World Courier, que le han permitido, en sus más de 50 años de trayectoria, marcar la diferencia en el mercado logístico global.

¿Qué es World Courier y cuál es su trayectoria?

World Courier es una compañía de logística biofarmacéutica y de logística especializada. En particular, manejamos todos los productos que requieran cadena de frío, control de temperatura o que por sus características tengan complejidades altas en su manejo, costo elevado o incluso que sean críticas para cualquier proceso, investigación y tratamiento, y que por lo tanto requieran de una solución lo más robusta, personalizada y efectiva posible.

Somos una compañía con más de 50 años en la industria y hemos sido pioneros en la implementación de mejoras, metodologías y tecnologías de trabajo para el aseguramiento de la cadena. World Courier es una compañía con presencia global, con más de 3 mil asociados en todo el mundo y más de 140 oficinas en más de 50 países. Nuestras soluciones y sistemas son tales, que nos permiten procesar y trabajar los productos que están siendo transportados de una manera estándar y homogénea a lo largo de toda la red, garantizando máxima efectividad en el mantenimiento de la cadena de frío, y minimización de riesgos para el cliente y el producto.

¿Aparte de la Industria Farmacéutica, en qué otro tipo de mercados/sectores puede operar World Courier?

Las tecnologías y metodologías que World Courier utiliza para la conservación de la cadena de frío son aplicables no solamente a la industria farmacéutica sino también a otras industrias que requieran un estricto control de la temperatura y un manejo súper personalizado y de muy bajo riesgo de la carga. Tal es así que World Courier brinda soluciones para la industria de los alimentos, para la industria de los productos químicos, los reactivos, industria de muestras biológicas, e igualmente para la industria en general; muchas de las metodologías de trabajo que utilizamos se aplican también en nuestros servicios de emergency parts logistics (EPL),

“

Un gran porcentaje del transporte de productos farmacéuticos, es transportado por World Courier en todo el mundo con los más altos estándares de calidad y las mejores soluciones tecnológicas que existen en el mercado.

”

que garantiza poder traer piezas, repuestos y partes en tiempos récord y de manera muy ágil. Por lo tanto, prácticamente cualquier negocio que requiera de una extremada rapidez y un máximo control en las condiciones de transporte de la carga, está dentro de la cobertura de World Courier, ya que el manejo de estas exigencias es parte de lo que ofrecemos en nuestra propuesta de valor.

¿Cuáles son los principales desafíos para la logística de la cadena de frío?

Lo primero que hay que tener en cuenta, en particular en la industria farmacéutica, es que la tendencia es a productos cada vez con mayores requisitos de control de temperatura. Por lo tanto, la necesidad de tener proveedores, que verdaderamente puedan garantizar la cadena de frío, es una necesidad que va creciendo con el tiempo. Lo crítico a la hora de diseñar una logística de cadena de frío es entender cuáles son los factores de riesgo para el envío, hacer un risk assessment y entender cuáles son las características del entorno al que el producto va a ser sometido, cuáles son las rutas posibles para realizar el transporte del producto, cuáles son las condiciones climáticas de las diferentes rutas por donde se podría eventualmente transportar el producto; asimismo, cuál es la infraestructura que uno se puede encontrar a lo largo de esa ruta, para de esa manera entender qué cosas podemos hacer a lo largo del proceso del envío en los diferentes lugares por donde ese producto va pasando. Si uno diseña una ruta por determinados aeropuertos, entender qué infraestructura tienen esos aeropuertos, qué accesibilidad tenemos a ellos. De igual modo, saber qué puede hacerse y qué no puede hacerse en esa ruta. Y comparar eso con todas las opciones posibles.

Por supuesto, que antes de todo esto tiene que haber existido un alineamiento con el cliente, una comprensión cabal de cuáles son las condiciones que este producto tiene que tener para su transporte y se tienen que haber seleccionado apropiadamente los embalajes, las tecnologías para los rangos de temperatura y para los tamaños que necesitan los productos a ser transportados.

¿Cuáles son las características o ventajas competitivas que diferencian a World Courier de otras empresas de logística?

Las ventajas competitivas de World Courier en la industria de la logística son muchas. En primer lugar, un alto nivel de especialización. Somos una compañía que se dedica exclusivamente a este tipo de envíos, y por lo tanto nuestro nivel de expertise, el nivel de entrenamiento de nuestra gente y los procedimientos de calidad y de operaciones que tenemos establecidos para el transporte de carga son gold standard en la industria.

La segunda ventaja competitiva, es su extremo nivel de personalización, es decir, nosotros diseñamos cada envío a medida de nuestros clientes, entendiendo sus necesidades y sus prioridades; en base a eso definimos las rutas, los embalajes, el servicio a brindar. En algunos casos es un servicio que incluye todos los servicios de despacho aduanero; en otros casos no. En algunos casos implica proporcionar embalajes, en otros casos no. Por lo tanto, la versatilidad y la flexibilidad que ofrecemos a nuestro cliente para minimizar su riesgo y darle una propuesta que maximice su seguridad y su retorno a la inversión, es otro de los pilares fundamentales de la ventaja competitiva de World Courier.

Lo tercero es la amplia gama de embalajes que World Courier puede ofrecer a sus clientes; es decir, quitamos al cliente la responsabilidad y el desafío



World Courier ofrece una amplia gama de embalajes, de pequeño porte, para envíos de heavy weight, ya sea tanto pasivos como activos.

de tener que encontrar por sus propios medios embalajes idóneos, ya que le ofrecemos una amplia gama de embalajes, de pequeño porte, para envíos de heavy weight, ya sea tanto pasivos como activos. La versatilidad de embalajes que ofrecemos a nuestros clientes es otra de las ventajas competitivas.

Por último, la robustez de nuestros procedimientos: World Courier trabaja con una metodología que internamente la denominamos ok to send. Estamos convencidos de que el peor lugar donde un envío puede estar es en tránsito. Siempre es bueno que esté o en el embarcador o en el consignatario. Por lo tanto, diseñamos toda nuestra operación para que el tránsito sea el más rápido y seguro posible. Y en algunos casos hay que decidir entre rápido y seguro, y también ponemos esos factores sobre la mesa a la hora de tomar decisiones. Pero lo importante es que una vez que se recoge un producto hasta que se termina entregándolo en destino, uno debe asegurarse de que todo esto transcurra de la manera más fluida y más corta posible. Y para eso es clave la alineación con el cliente en materia documental. En ese sentido, brindamos también un servicio que prácticamente es de consultoría para que nuestro cliente sepa cuáles son los documentos, los permisos o los pasos que debe dar ante las autoridades para estar seguro de que tanto en origen como en destino se cumplen con los requisitos necesarios para que ese producto fluya a través de la cadena de suministros y no quede parado en ninguna aduana, en ningún aeropuerto o en ningún lugar donde no queremos que quede parada la carga. Y por eso no recogemos el producto desde nuestro shipper hasta que no tenemos total certeza de que el producto va a pasar de un punto a otro sin ningún problema.

Ese proceso que denominamos obtención del ok to send, es el hito que internamente tenemos incorporado y que significa que todo el mundo

se puso de acuerdo, en origen, en destino y cualquier actor intermedio, y que ese producto con esa documentación va a poder atravesar su ruta sin ningún tipo de problema hasta llegar a destino.

¿Cuáles son los aspectos clave a considerar al momento de diseñar la logística de un envío?

Lo primero que hay que tener en cuenta para diseñar un envío, es cuáles son los requisitos del producto, qué tipo de transporte requiere ese producto, en qué rango de temperatura, si tiene limitaciones con respecto a tiempo máximo de tránsito. Hay que entender si es que ese producto, por sus características, no puede ser enviado de cierta forma o a través de cierta ruta.

Lo segundo es hacer un correcto assessment, que permita detectar los factores de riesgo fundamentales en ese envío. Debemos entender

“

World Courier es una compañía con presencia global, con más de 3 mil asociados en todo el mundo y más de 140 oficinas en más de 50 países.

”

qué podría salir mal en cada una de las rutas u opciones que estamos evaluando y optar por aquella que minimice el riesgo para el producto y para la operación, el negocio o el objetivo final de nuestro cliente. Una vez que se realizó un correcto assessment de las necesidades del producto y del cliente, y un correcto assessment de los riesgos, el tercer aspecto a considerar es elegir el embalaje apropiado y elegir la ruta apropiada, que es una combinación de rapidez con posibilidad de intervenir la carga en el caso de que algo salga mal.

¿Por qué elegir a World Courier para la importación o exportación de productos de pharma y de otros productos especializados?

Estamos en mercados cada vez más regulados en materia de la industria farmacéutica, mercados que cada vez adhieren más a las Buenas Prácticas y que cada vez exigen más la correcta y total trazabilidad de los embarques. Además, estos mercados manejan productos cada vez más complejos, más tecnológicos y sofisticados. Hay una necesidad muy alta de poder contar con un proveedor que pueda garantizar un manejo idóneo de este tipo de productos ante este tipo de ambientes regulatorios.

¿Por qué World Courier se posiciona dentro de uno de esos proveedores? Bueno, World Courier es el líder mundial en transporte de productos farmacéuticos en desarrollo, es el líder mundial de logística de ensayos clínicos. Un gran porcentaje del transporte de productos en investigación, de productos farmacéuticos en desarrollo, es transportado por World Courier en todo el mundo con los más altos estándares de calidad y las mejores soluciones tecnológicas que existen en el mercado. Y las mismas soluciones que World Courier aplica a estas logísticas, que son las más exigentes del mundo, las aplica a todos sus servicios. Esto garantiza que ofrezcamos las mejores y más seguras soluciones disponibles en el mercado.

Habló de rapidez y control de la cadena de frío. ¿Qué aspectos son importantes para garantizar estas variables?

Ahí es muy importante conocer cuáles son las calificaciones de los embalajes que se están utilizando; es decir, cuánto tiempo puedo confiar en que un embalaje va a mantener el rango de temperatura que quiero que mantenga. Se debe tener en cuenta qué hacer si algo sale mal. Dentro del risk assessment, uno tiene que evaluar también cuál es su posibilidad de intervenir en la carga. Supongamos que uno



Marcos Lacués, Country Manager Perú de World Courier.

está haciendo un envío desde Asia a Latinoamérica y ese envío implica hacer una escala en Europa o una escala en Norteamérica, y de repente por un problema climático o por un problema laboral, o de cualquier tipo, la operación no fluye. Llega a uno de los aeropuertos y no puede continuar su ruta en los tiempos que estaba establecido. ¿Qué hacer ahí? En primer lugar, ¿cómo almacenar la carga? ¿Tengo o no tengo la posibilidad de almacenar apropiadamente la carga en los lugares en donde va pasando? En segundo lugar, una vez que logre almacenarla en un lugar correcto, ¿cómo sigo de acá hacia adelante?; es decir, una vez que este problema se resuelva (el factor climático u otro) y la carga retoma su ruta, ¿está en condiciones de seguir así o necesito hacerle una recalificación, agregarle un material refrigerante, o necesito cambiar material refrigerante? ¿Puedo hacerlo en ese aeropuerto donde la carga quedó parada? ¿Tengo personal calificado para hacer eso? ¿Tengo embalajes apropiados para hacer esa recalificación del embalaje?

Todas esas cosas deben ser pensadas antes de hacer siquiera el recojo de la carga. Porque si uno hace el recojo de la carga sin antes pensar en esas cosas, cuándo algo sale mal, difícilmente uno puede intervenir bien. Es muy importante que uno haga un mapeo completo de dónde va a pasar ese envío, en qué momento y qué puedo hacer yo como compañía para intervenir en esa carga y evitar un problema mayor en la eventualidad de que algo no salga como queremos. Eso es algo que World Courier hace mejor que nadie en la industria. Justamente, cuando

“

World Courier trabaja con una metodología que internamente la denominamos ok to send. Estamos convencidos de que el peor lugar donde un envío puede estar es en tránsito. Siempre es bueno que esté o en el embarcador o en el consignatario.

”

“

World Courier es el líder mundial en transporte de productos farmacéuticos en desarrollo, es el líder mundial de logística de ensayos clínicos.

”

las cosas no salen como uno lo tenía previsto, ahí es donde se ve el valor agregado de una compañía como World Courier para evitar que eso repercuta en la calidad del producto. En última instancia, quizá, en pérdida del producto.

¿Su forma de trabajo y sus soluciones están pensados para superar imprevistos y contingencias?

Es lo que hacemos cuando diseñamos una ruta y eso se traduce en ratios realmente muy bajos de excursiones de temperatura en logística especializada en la industria. World Courier es de las compañías que tiene menores, por lejos, casos de excursión de temperatura en sus envíos; enfocar una logística especializada en la forma en la que World Courier lo hace, se traduce directamente en la alta efectividad y confiabilidad en los servicios y en una baja incidencia de excursiones de temperatura, eventuales pérdidas parciales o totales de productos, etc.

¿Su presencia global incluye países de América Latina, entre ellos Perú?

World Courier tiene presencia global y Latinoamérica no es una excepción. Nosotros tenemos operación propia, con oficinas propias en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú, Uruguay, Colombia y México. Y también tenemos una red de agentes internacionales que nos da cobertura en otros países de la región en donde no tenemos oficina propia, como pueden ser Paraguay, Bolivia, Venezuela, o países de Centroamérica y el Caribe. Esos agentes están entrenados en los estándares de calidad y en los estándares operativos de World Courier y actúan como el brazo operativo de la compañía en esos países. Por lo tanto, la presencia de World Courier en Latinoamérica es total, utilizando las mismas soluciones de embalaje y los mismos procedimientos de calidad y operativos que utilizamos en cualquier parte del mundo. Y eso les da una tranquilidad muy importante a nuestros clientes, porque cuando World Courier utiliza un embalaje propio, y ese embalaje demoró más tiempo en llegar de lo que estaba previsto y hay que recalificarlo, World Courier cuenta con los medios para hacerlo en cualquiera de estos países y en cualquier parte del mundo. Y eso da una robustez logística mucho más grande que si estuviésemos utilizando un embalaje genérico o un embalaje sobre el cual no tengamos posibilidad de intervenir.

Finalmente, ¿qué le diría a las empresas que buscan proveedores logísticos de este tipo para el manejo de su carga?

Somos una compañía que opera en el Perú desde los años 80. Trabajamos con una gran gama de clientes de la industria farmacéutica, de la

industria de la investigación clínica, de la industria de los reactivos y los productos químicos. Contamos además con una red de agentes que nos da cobertura a nivel nacional en el Perú. Trabajamos para importaciones, exportaciones y movimientos domésticos y metropolitanos de productos farmacéuticos. Poseemos todas las soluciones tecnológicas y de embalajes que cuenta World Courier en todo el mundo. Y estamos en condiciones de hacer cualquier logística farmacéutica internacional o doméstica que se requiera.

Importamos y exportamos medicamentos, vacunas, productos farmacéuticos que requieran control de temperatura; insumos, APIs (ingredientes farmacéuticos activos) para la fabricación de productos farmacéuticos.

Somos una compañía que está operando activamente, ininterrumpidamente y estamos en las condiciones de brindar cualquier solución logística de impo/expo para cualquier vacuna o producto farmacéutico que tenga que ser traído al país, siempre en línea con las regulaciones locales y dispuestos a colaborar con cualquier industria del sector público o del sector privado para la concreción de esa logística a la medida, de acuerdo a lo que vayan necesitando, sea de medicamentos, tratamientos, vacunas, etc. 🚀



CONTRANS

Logística segura,
ágil y sencilla

Somos parte del **GRUPO
TRANSMERIDIAN**, el único grupo en el
Perú que cuenta con una integración
horizontal en todos los
SERVICIOS LOGÍSTICOS.

Nuestros Servicios



**Depósito
Temporal**



**Centro de
Distribución**



**Depósito
Autorizado**



Crossdocking



**Depósito
Simple**



**Transporte y
Distribución**



**Gestión y
Entrega de
Contenedores
Vacíos**



**Servicios
de Valor
Agregado**



**Almacenaje en
tránsito de contenedores**



**Consolidación, desconsolidación
y trasegado de mercadería**



www.contrans.com.pe



(+511) 612 3500



ventas@contrans.com.pe

Callao

Av. A Nro. 204 Fnd. Ex-
Fundo Oguendo (Alt. Km
8.5 Av. Néstor Gambetta
Antes Av. Oguendo) Prov.
Const. del Callao, Perú

Lurín DAS

Sublote 4-7, Lurín (Esquina
Avenida Industrial con Av
Gasoducto, altura Km 35
Panamericana Sur).

Lurín CD

Av. Industrial Lote 5B
- 2, Urb. Las Praderas
de Lurín, Lurín



GRUPO
TRANSMERIDIAN

DEMANDA DE TECNOLOGÍA RFID CRECE Y SE HACE MÁS ACCESIBLE EN MÚLTIPLES SECTORES

STG pone a disposición del mercado la más alta tecnología RFID desarrollada por Zebra Technologies, partner reconocido a nivel mundial. Su aplicación en logística y otras operaciones se está dando con más intensidad en el sector retail, impulsada por diversos factores, entre ellos el comercio electrónico y la omnicanalidad.

Ser cada vez más competitivo es una necesidad permanente. La competitividad supone que un negocio opere con una eficiencia similar o superior a otras empresas con quienes compite. Es realizar sus procesos de manera más rápida, evitando errores y reduciendo costos. De esa manera, las empresas pueden brindar un mejor servicio, fidelizando y ganando nuevos clientes, y seguir siendo rentables.

La tecnología históricamente ha sido un factor de competitividad y mejora en el rendimiento de negocios y operaciones. La tecnología RFID es un claro ejemplo hoy en día. Esta herramienta tiene bastante tiempo en el mercado y hoy su demanda está ganando un ascenso significativo.

Sobre todo en este contexto de pandemia, donde el comercio electrónico y la omnicanalidad han crecido y se han extendido

entre más empresas, lo que ha demandado una logística mucho más moderna.

STG, empresa líder que brinda soluciones tecnológicas enfocadas en la cadena de suministros, cuenta con un amplio portafolio de soluciones para apoyar a sus clientes de acuerdo a sus necesidades.

"La tecnología RFID se convierte en una necesidad bajo el escenario actual donde hay un crecimiento exponencial del e-commerce que obliga a reducir tiempos y ser más precisos en todos sus procesos", afirma Ulrich Reiser, Country Manager de la compañía.

En general, cualquier empresa que busque ser más competitiva debería soportar sus operaciones mediante la implementación



La tecnología de RFID se ha convertido en una necesidad frente al crecimiento del e-commerce.



La tecnología RFID consiste en el uso de un equipo móvil o portal RFID que, al realizar una lectura, captura información de la etiqueta RFID.

de esta tecnología. Y si se trata de comercio electrónico y omnicanalidad, con mucha más razón.

Impacto y beneficios

Los beneficios de la tecnología RFID son múltiples y se ajustan a las exigencias surgidas por un mercado más competitivo, con más canales de venta y con consumidores cada día más exigentes. Mejora la trazabilidad del producto; da visibilidad, precisión y rapidez en el inventario; aumenta la productividad en la operación y reduce los tiempos de captura y lectura de datos; asimismo, consigue la rápida verificación de un producto.

De esa forma, se reducen los tiempos de inventario y permite que el personal dedique mayor tiempo a otras actividades, reduciendo así la aglomeración, aspecto especialmente importante por la pandemia; además, es una tecnología escalable que cuenta con múltiples aplicaciones para las distintas áreas que tenga el cliente.

El sector que viene implementando la tecnología RFID con más intensidad es el retail, ya que es vital para ellos controlar de manera eficiente y rápida el inventario y la ubicación de sus productos evitando pérdidas.

Hoy más empresas están incorporando tecnología RFID, como parte de sus estrategias, debido a que esta solución cuenta diferentes aplicaciones y porque, a causa de la demanda, los precios cada vez son más accesibles teniendo un costo-beneficio muy rentable, asegura Reiser.

Múltiples aplicaciones

La tecnología RFID es utilizada en todos los eslabones de la cadena de suministro, ya que es modulable.



Retail es uno de los sectores donde más se está expandiendo el uso de la tecnología RFID.

Se puede aplicar en procesos de manufactura, en actividades de almacenaje, en operaciones de transporte y punto de venta final. Las operaciones donde vemos mayor actividad de esta tecnología son en el control y gestión de inventarios y de activos fijos, identificación de personas, pago en caja con RFID, control de vehículos y peajes, trazabilidad de mercadería, prevención de pérdidas, supervisión de pacientes y otras más.

Su funcionamiento consiste en el uso de un equipo móvil o portal RFID que, al realizar una lectura, captura información de la etiqueta RFID. La información es emitida por las ondas del lector y la antena de la etiqueta RFID. Este proceso, por ejemplo, se utiliza en la toma de inventarios acompañado de un software que permite la validación, identificación y conteo de los productos.

“

La tecnología RFID se convierte en una necesidad bajo el escenario actual donde hay un crecimiento exponencial del ecommerce que te obliga a reducir tiempos y ser más precisos en todos tus procesos.

”



Hoy más empresas incorporan tecnología RFID debido a sus diferentes aplicaciones y sus precios cada vez más accesibles, teniendo un costo-beneficio muy rentable.

“

La tecnología RFID se puede aplicar en procesos de manufactura, en actividades de almacenaje, en operaciones de transporte y puntos de venta finales.

”

En el piso de ventas, sirve para identificar con mayor rapidez el producto que busca el cliente, entregando una mejor atención. Cuando un cliente, por ejemplo, busca un pantalón con características específicas (talla, modelo, color, material, etc.), el vendedor digita en el equipo el código del producto con esas características y se activa la búsqueda sonora y visual de la ubicación de dicho producto, realizando el paneo del dispositivo en el piso de venta.

“Otro caso en un almacén, es el uso de un portal RFID para la validación y despacho de mercadería que consiste en un arco de antenas fijas instaladas en los andenes del almacén. Cada vez que un producto pasa por ese portal, verifica la correcta carga al camión, de esa manera se realiza un inventario rápido y una considerable disminución de errores en ese proceso”, explica el ejecutivo.

Estrategia que crece

Si antes ya la tecnología RFID era importante, hoy viene revolucionando como parte estratégica en la omnicanalidad y logística 4.0, indica Reiser.

De acuerdo con Ulrich Reiser, su demanda seguirá siendo impulsada por una necesidad de mayor precisión de los inventarios, por el crecimiento del e-commerce, la visibilidad y trazabilidad de los productos y por una mayor rentabilidad.

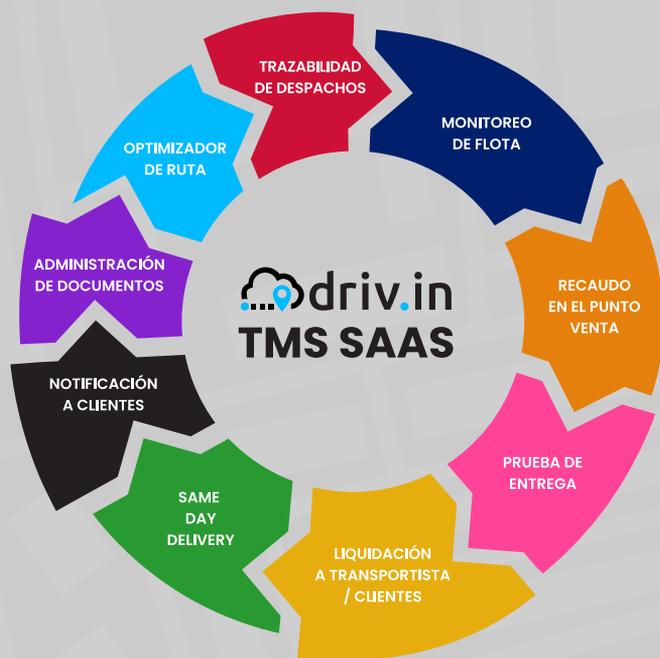
La empresa STG cuenta con una amplia experiencia en la implementación de diferentes soluciones brindando asesoría constante desde el primer contacto con el cliente. Tiene un equipo altamente calificado y especializado que ayuda a implementar una solución adaptada a las necesidades de cada cliente; es decir, te acompaña desde la pre-venta, venta y postventa. 



Ulrich Reiser, Country Manager de STG Perú.



LA MÁS COMPLETA HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE TRANSPORTE EN LA NUBE



- 1 Realiza una planificación óptima de tus rutas
- 2 Monitorea y toma acciones de tu flota en tiempo real.
- 3 Obtén información en línea de tu operación logística.
- 4 Notifica a tus clientes acerca del estatus de sus órdenes.
- 5 Digitaliza y centraliza tus procesos.
- 6 Logra entregas perfectas.

Drivin es una **plataforma modular**, muy simple de utilizar y sencilla de implementar.

¿ESTÁS LISTO PARA LLEVAR TU
OPERACIÓN LOGÍSTICA
AL SIGUIENTE NIVEL?

**RENTABILIZA TU OPERACIÓN LOGÍSTICA
Y MEJORA LA EXPERIENCIA DE TUS
CLIENTES CON DRIVIN**



EL FUTURO DE LA LOGÍSTICA DE CARA AL BICENTENARIO

Repensar la logística en esta nueva centuria ayudará a transformar el desempeño del transporte. Y no solo eso. Sino que también contribuirá a propender el desarrollo integrado del país

La logística puede parecer un rubro joven. ¿Lo es? Claro que no. El imperio incaico poseía uno de los mejores sistemas de comercio y conexión logística del continente. La tecnología de los reservorios, almacenes y cadenas de transporte son hoy atracciones turísticas a nivel mundial. Entonces podemos decir que la pasión por este rubro está en nuestras raíces. Sin embargo, al estar hoy de pie en un año crucial, urge preguntarnos ¿qué retos tiene nuestro sector con miras al tercer siglo?

El 2021 es un año que refleja incertidumbre –a raíz de la pandemia– pero también esperanza. Es el año de las vacunas, el año de la reactivación y, lo más importante, es el año en que nuestro país cumple 200 años de independencia. ¿Por qué el sector logístico (muchas veces tildado de frívolo) debe estar acorde al aniversario patrio más esperado de toda nuestra generación? Pues son muchas las razones.

Repensar la logística en esta nueva centuria ayudará a transformar el desempeño del transporte. Y no solo eso. Sino que también contribuirá a propender el desarrollo integrado

del país, a perfeccionar el abastecimiento de los centros urbanos, a facilitar el intercambio regional, a promover la competitividad internacional de nuestra producción y, por supuesto, a mejorar la calidad de vida de los habitantes. No son pocos los motivos.

Diagnóstico de cara al tercer siglo

Pero para entrar con pie derecho a una etapa, debemos saber en qué situación estamos. Según el Índice de Desarrollo Logístico (IDL), el país ocupa el puesto 60 de 155 países, con un puntaje de 2.9, muy alejado de los líderes de la región como Chile, Brasil y México. Solo como ejemplo, la ciudad del país más habitada y más grande, en términos económicos, Lima, tiene enormes dificultades. Hay también un aspecto gravitante: la necesidad de bajar los costos logísticos de 32% a 23% del valor del producto (en países como Chile son solo del 15% del valor del producto y en Brasil y México son del 26% y del 20% respectivamente).

Honestamente las discusiones sobre mejoras en el sector no son recientes. Ya en el 2014 el Consejo de Competitividad había establecido lineamientos para generar desarrollo con miras a los doscientos años de independencia. En el plan se definían ideas para cubrir el déficit de infraestructura en logística y transporte generando polos de servicio logístico articulado que acompañen el crecimiento económico de las regiones.



Justo Carbajal Aguirre
Experto en Logística

“

Según el Índice de Desarrollo Logístico (IDL), el país ocupa el puesto 60 de 155 países, con un puntaje de 2.9, muy alejado de los líderes de la región como Chile, Brasil y México.

”

Si bien se están dando inversiones alentadoras –en materia portuaria, por ejemplo– aún esto puede resultar poco favorable si es que no se crea infraestructura complementaria que facilite la conexión a aquellos terminales. Esto es: la creación de plataformas multimodales asociadas a la ampliación de servicios que se encuentran bajo modalidad de concesión. El cambio es todo un proceso, pero qué mejor oportunidad que la entrada a un nuevo siglo de nuestra vida republicana.

Un buen diagnóstico es vital. Aunque la Encuesta Nacional Logística es una acción positiva, falta bastante en incentivar a las empresas para que participen de ella. Así también es importante que se lancen concursos sobre investigación y proyectos logísticos. Solo como dato: con motivo del Bicentenario de Argentina, en el año 2010 se llevó a cabo un concurso de ensayos titulado: Premio Bicentenario FPT Logística y Transporte para una Argentina Mejor. ¿Por qué no motivar algo así en nuestro país?

Lo que nos queda pendiente

Aunque a cifras macro el comercio mundial ha logrado revertir el retroceso generado por la COVID-19, en el Perú aún hay una brecha. Por ello necesitamos impulsar medidas que fomenten la facilitación del comercio, ya que el Banco Mundial sostiene que este “juega un rol protagónico en la mejora de la competitividad”. Entonces ¿qué nos hace falta? Veamos.

En el campo aéreo, por ejemplo, es hora ya de superar un gran retraso. Según el Informe de Competitividad del año 2014, nuestra red aérea nacional tiene 136 instalaciones aeroportuarias, 74 aeródromos, 12 aeropuertos nacionales, 11 aeropuertos internacionales y 39 helipuertos. Sin embargo, a pesar de que la conectividad ha crecido, según el Oxford Economics, los aeropuertos nacionales siguen presentando un reducido grado de conectividad en comparación con los de los otros países de la región.

En el campo terrestre, bueno, no hay mucho que decir. Todos somos testigos del calamitoso estado de las carreteras y pistas principales de la ciudad. Y no solo eso, sino de la poca planificación urbanística y el retraso de proyectos. Sin embargo, hay que rescatar algo positivo y reciente: enhorabuena que el actual Gobierno haya decidido fomentar la construcción de la nueva Carretera Central. Son 11 mil millones de soles de inversión los que harán posible este proyecto, que esperamos se agilice. Motiva saber que se llamará Daniel Alcides Carrión, como nuestro mártir y héroe nacional.

Regresando a términos de evaluación, urge también crear un sistema de observatorio. Así, por ejemplo, se informaría sobre el nivel de costos y servicios que ofrecen los operadores logísticos a los clientes en el exterior. De ese modo no solo en nuestro país se incrementaría el incentivo de oferta, sino que se forjarían mejores prácticas de transparencia y competitividad. Si bien el Ministerio de Transportes y Comunicaciones junto a la Asociación Portuaria Nacional están a cabo de este proyecto, aún no hay un desarrollo concreto.

También nuestro sector tiene una gran deuda con la tecnología. Aunque se están dando implementaciones en las cadenas de transporte, almacenamiento y difusión, aún falta potenciar este rubro. El Gobierno podría dar incentivos para que el sector se oriente hacia una logística más inteligente y, por qué no, hasta ecoamigable. Eso puede significar bastante en tiempos del E-commerce.

Y, a modo de conclusión, quizá la más importante meta en este Bicentenario sea el poder implementar un sistema logístico, que articule la infraestructura vial, aeropuertos, puertos y plataformas con una circulación segura, oportuna y de bajo costo. Como recordamos, Perú ha descendido varios puestos en el último Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial. Pasó del lugar 69 al 83, el más bajo de todos los tiempos. Pero este indicador negativo debe servir de combustible para la mejora.

Desarrollo del rubro con peruanidad

Como sabemos, planificar una visión logística implica programar detalladamente las inversiones a largo plazo –más de 20 años– con perspectiva intermodal, y en estrecha coordinación entre los tres niveles de gobierno.

¿Qué reflexión crítica nos llevamos de cara al Bicentenario? Pues que el sector logístico ya no puede seguir avanzando solo. Por ello, los candidatos presidenciales deben tener en cuenta que el rubro logístico es transversal y mueve alrededor de 1600 millones de dólares al año. Y no necesita favores, sino cosas bastante concretas, como, por ejemplo, agilizar los proyectos de inversión en infraestructura: el Metro de Lima, el Túnel Transandino o el Aeropuerto Internacional de Chinchero. También sería útil que trabajen más en la creación de carreteras inteligentes o en la reducción de los transportistas informales que habitan la ciudad.

Hace doscientos años la economía de nuestra patria estaba limitada al exclusivismo. Como recuerdan, España nos obligaba a solo comercializar con ellos. Con la Independencia esto se rompió. El Perú nació y se abrió al mundo. Es ahí donde debemos concentrarnos: en el crecimiento del país. Por ello, volteemos a mirar el rubro logístico, con la firmeza de llegar a la tercera centuria dotados de tecnología, desarrollo y eficiencia, tal como lo quisieron nuestros ancestros. 



La propuesta de MASA Equipos Industriales es realizar el mantenimiento de los montacargas de manera frecuente, de manera correcta y bajo los estándares de Toyota.

MASA EQUIPOS INDUSTRIALES: LOS MÚLTIPLES BENEFICIOS EN MANTENIMIENTO DE MONTACARGAS TOYOTA

La posventa de la compañía es un servicio que genera un alto valor a los clientes, debido a la experiencia de servicio y venta de partes originales Toyota que requieren los mantenimientos. Su servicio de mantenimiento contempla una serie de beneficios que van desde los relacionados a productividad hasta lo administrativo.

En mayo, Mitsui Automotriz lanzó la empresa Masa Equipos Industriales, que incorporó sus dos divisiones Toyota Equipos Industriales y Equipos Agrícolas New Holland. Esta nueva empresa será la encargada de continuar con la comercialización de sus montacargas Toyota.

Uno de los pilares de la empresa en la venta y alquiler de sus equipos montacargas, es su servicio de mantenimiento. Los beneficios de su servicio de mantenimiento tienen un impacto administrativo, en productividad, en mantenibilidad, en seguridad y en inversión; aspectos que afianzan la fidelidad de sus clientes y la captura de más consumidores.

Estos beneficios están dirigidos tanto a clientes b2b como a clientes naturales, pero principalmente están enfocados en los primeros.

Desde lo administrativo

Los beneficios empiezan incluso desde que se solicita los servicios de mantenimiento, comenta Jimmy Barrios, Jefe de Servicios de la División de Equipos Industriales de MASA Equipos Industriales; es decir, contempla desde la parte administrativa.

Uno de los beneficios de la empresa es que revisa junto con el cliente cuáles son las condiciones que ellos tienen a través de los trámites administrativos, como órdenes de compra, acceso y conformidad. En ese sentido, el cliente tiene la ventaja de poder realizar menos trámites administrativos para generar una orden de compra, por ejemplo.

Además, se les ofrece convenientes formas de pago. Usualmente los clientes b2b solicitan condiciones de crédito, de 30 días o 60 días, dice Barrios; frente a eso, la empresa se amolda a esas necesidades o realiza sugerencias de acuerdo a sus políticas. Asimismo, ofrece una facturación inmediata.

En lo que se refiere a productividad, de acuerdo con Jimmy Barrios, el valor que se le otorga al cliente con la posventa es la disponibilidad del equipo.

"Eso tiene que ver mucho con la cantidad de horas de trabajo del cliente y con disminuir las horas paradas del equipo", menciona.

La cantidad de horas que esté parado el equipo o deje de funcionar, impacta directamente en el movimiento de los pallet, de ahí la importancia de la disponibilidad del equipo. Para los clientes, es importante saber cuanto tiempo puede estar disponible el equipo para su necesidad de operación.

De acuerdo con Jimmy Barrios, la empresa tiene una operación en particular en la que han llegado a lograr una disponibilidad de equipo de más del 96% de operación. Cabe remarcar que un 95% hacia arriba es un valor óptimo para la productividad.

"Digamos que son 16 horas de trabajo diario; si uno multiplica esas 16 horas por 24 días de trabajo, estamos hablando de 384 horas al mes; por punto 96, estamos hablando de 368 horas de trabajo que ellos pueden disponer ese equipo", explica.

En el mismo sentido, agrega, cuando se habla de una disponibilidad de 95% hacia abajo, las operaciones pueden tener ciertos problemas. Y si es de 90% hacia abajo, ya existe un problema de operación, porque hay un 10% que no se tiene la máquina. Siguiendo el mismo ejemplo, serían casi 40 horas que no trabaja el equipo.



Jimmy Barrios, Jefe de Servicios de la División de Equipos Industriales de MASA Equipos Industriales.

“

Los beneficios de su servicio de mantenimiento tienen un impacto administrativo, en productividad, en mantenibilidad, en seguridad y en inversión; aspectos que afianzan la fidelidad de sus clientes y la captura de más consumidores.

”

"Suponiendo que vas a mover 10 paletas la hora, estamos hablando de 400 paleta que has dejado de mover. Esos son los valores que se comienzan a calcular en la productividad", anota.

Por ello, comenta Barrios, es que la empresa ayuda a que la operación sea más efectiva al lograr una alta disponibilidad de equipos, por medio de mejores mantenimientos, en el momento y frecuencias correctas; de mejores revisiones y repuestos, una adecuada lubricación e inspección, acorde a lo que indica el manual de servicio y a la experiencia que la empresa tiene en el Perú.

"Eso hace que se reduzcan las paradas intempestivas, pues una parada intempestiva va sumando a la disponibilidad del equipo durante el mes", comenta.

Resalta, además, que la empresa cuenta con el Toyota I_Site, sistema importante para revisión del equipo, que le permite visualizar de manera remota cuáles son las condiciones del montacargas.

"La propuesta como Toyota Material Handling implica realizar el mantenimiento de los montacargas de manera frecuente, de manera correcta y bajo los estándares de Toyota", enfatiza Barrios.

Mantenimientos a tiempo

Los mantenimientos a tiempo es un aspecto importante para los clientes. Aquí se trata de hacer los mantenimientos en las frecuencias y momentos adecuados, y hacerlo de manera correcta, ya que cada operación y cliente es diferente: puede haber operaciones leves, medias y severas, indica Barrios.

"Hablamos desde 2, 3 horas de funcionamiento al día de una máquina hasta extremos de 22, 23 horas al día en condiciones muy severas", sostiene.

En ese sentido, los servicios de mantenimiento son customizados para tipo de clientes y operación; por ejemplo, hay operaciones de 4 horas diarias, en la que hay que hacer mantenimientos cada tres meses, una visita esporádica, con un control telefónico. Al ser una operación leve, el equipo tendrá una durabilidad de acuerdo al tipo de mantenimiento que se le está haciendo.



Frecuencias correctas, adecuadas revisiones, repuestos y partes de calidad, menores tiempos de repuesta, son algunas de las fortalezas de su mantenimiento.

De otro lado, está el caso de una operación severa, en la que varía por completo la frecuencia de mantenimiento, con mantenimiento cada 15 o 30 días. Incluso, el formato de mantenimiento es diferente; podría incluir colocar a un técnico dentro de la operación, in house, que sea parte del mantenimiento preventivo y correctivo.

“Por eso es que nosotros ofrecemos varios tipos de paquetes en mantenimiento, que son customizados para cada tipo de operación”, remarca.

Esta personalización y buen mantenimiento en términos de frecuencia, momento adecuado, efectividad en la revisión y repuestos, hace posible, además, que los equipos tengan un mayor tiempo de vida útil.

La vida útil de los equipos depende de muchas condiciones: cuanto tiempo va a trabajar al día: uno, dos o tres turnos; de horas al mes; de las condiciones del local y de las condiciones climáticas. Todo ello suma y comienza a mermar en la cantidad de tiempo que una máquina suele tener como vida útil.

“La idea de los mantenimientos preventivos, de hacer una correcta revisión, de generar una frecuencia de mantenimientos correcta y de hacer las inspecciones de manera regular, es que la extensión de la vida útil sea la mayor posible”, asegura.

Asimismo, explica que cuando un equipo tiene costos de mantenibilidad muy alta en poco tiempo, la vida útil de ese equipo es corta. Por ello, agrega, la idea es llegar a un overhaul en el mayor tiempo posible. *“Ahí es donde la relación de costos de mantenimiento y vida útil se da”.* dice.

Planes preventivos

La empresa maneja diferentes planes de mantenimiento de acuerdo a las distintas operaciones. Por ejemplo, cuentan con un plan básico en el que recomiendan una frecuencia no mayor de 4 veces al año, en el que se hacen mantenimientos de manera trimestral, con visitas y seguimiento por medio de sus asesores de servicio.

Por otro lado, están los planes personalizados. En estos casos, debido a mayores complejidades de operación, el plan puede incluir la presencia de técnicos in house, dependiendo del número de máquinas que tenga el cliente.

“Hoy manejamos una operación in house con más de 170 equipos, con aproximadamente 7 técnicos en operación en turnos de día y de noche. El tipo de mantenimiento se hace según las horas de trabajo y los tipos de trabajo que se deban realizar”, señala.

En una operación como esta, agrega, es importante que el técnico esté presente en la operación, porque hay muchas observaciones de parte de los operadores; el objetivo es reducir las paradas inesperadas.

Mantenimiento por seguridad

Uno de los pilares de los montacargas de Toyota Material Handling es la seguridad. A través de un mantenimiento preventivo correcto y a tiempo, en las frecuencias adecuadas, la empresa es capaz de garantizar esta seguridad.

“El equipo tiene sistemas de seguridad hacia el operador, como por ejemplo un sensor de posición del operador. Si el sensor no funciona correctamente, hay un tema de inseguridad para el operador. Los servicios de mantenimiento preventivo lo que hacen es prevenir que esos sistemas fallen”, explica.

Todos los sistemas de seguridad que fabrica Toyota como elementos de seguridad de los equipos en gran parte dependen de los mantenimientos; de ese modo, se asegura las funcionalidades del equipo, así como la seguridad y confianza del operador para mantener una alta productividad.

Eso, adicionalmente, también le da seguridad a la carga.

“Si el montacargas no tiene un buen mantenimiento realizado, los frenos no van a funcionar como tiene que ser, los sistemas de levante tampoco lo van a hacer; por lo tanto, eso va a incidir directamente en la operación del

“

La cantidad de horas que esté parado el equipo o deje de funcionar, impacta directamente en el movimiento de los pallet, de ahí la importancia de la disponibilidad del equipo.

”

montacargas, pudiendo haber una incidencia en las cargas, como golpes, choques, etc.”, refiere Barrios.

Por otro lado, el correcto mantenimiento también tiene incidencia en la seguridad de toda la infraestructura donde operan los equipos. Es decir, la zona de producción, de almacenamiento de producto terminado, de almacenamiento de materia prima; rack, puertas, pisos, etc.

“Si el montacargas no tiene un buen mantenimiento, puede haber una incidencia de parte del operador durante el manejo, pudiendo ocasionar un perjuicio dentro de la infraestructura”, comenta.

Costos e inversión

Otro aspecto fundamental del servicio de mantenimiento de los montacargas Toyota, es el beneficio respecto a la inversión. El costo de mantenibilidad que genera la empresa es un punto importante en la inversión. Y es que cuando se hace el mantenimiento preventivo en el momento y las frecuencias correctas, el costo de mantenibilidad se mantiene constante.

“No hay puntos de inflexión hacia arriba, de tal manera que puedes llegar a hacer un cálculo en el tiempo para saber cuál va a ser tu costo de mantenibilidad”, apunta Jimmy Barrios.

De otro lado, añade, la alta durabilidad comprobada de los repuestos de Toyota, hacen que el equipo tenga un excelente valor de reventa. En ese sentido, cuando el cliente decida vender este activo, por más que esté depreciado tendrá un buen retorno de valor de mercado.

“Dependiendo claro está, de en qué momento lo va a realizar. Pero, digamos, si lo vende en menos de 5 años es probable que entre un 40% y 50% de venta”, dice. 

Tiempos de respuesta

De acuerdo con Jimmy Barrios, uno de los aspectos que más aprecian los clientes en los contratos de servicio de mantenimiento, son los tiempos de respuesta. Por ello, la empresa tiene una fuerte presencia a nivel nacional a través de puntos estratégicos de atención. En Lima tienen dos sedes, uno en Santa Anita y otro en Lurín. Desde Lurín cubren la zona sur hasta Ica. Y desde Santa Anita, la zona norte de Lima. Asimismo, están presentes con sedes en Chiclayo y en Arequipa. De esa manera, hacen una cobertura desde Tumbes hasta Tacna, por toda la costa, y en algunas ciudades de la sierra y selva del país.

“Desde la sede de Chiclayo nos vamos hacia Tumbes y hacia la zona de Ancash, Chimbote. Y desde Arequipa cubrimos toda la parte sur del Perú, hablamos de la costa, y de la sierra como Cusco, Ayacucho, Puno, Juliaca”, precisa.



La empresa ofrece planes de mantenimiento customizados de acuerdo a las necesidades de cada cliente y operación.



EL FUTURO DE LA SEGURIDAD AEROPORTUARIA

El sector aeroportuario se ha enfrentado a un cambio repentino en sus operaciones debido a la pandemia generada por la COVID-19.

Durante los primeros meses los viajes se suspendieron, ocasionando una reducción del 94,4% del tráfico de pasajeros a nivel global en abril de 2020, según ACI World. Un año después, los aeropuertos siguen enfrentándose a la incertidumbre ante los repuntes de contagios y a la necesidad de tomar decisiones urgentes para volver a la normalidad de forma más rápida y fluida, pero con las medidas necesarias para garantizar el bienestar de sus colaboradores y pasajeros.

¿Cuáles han sido las iniciativas base? Se ha marcado el espacio entre pasajeros en los puntos de revisión, utilizando las marcas de sana distancia en el suelo, estaciones de desinfección de manos, divisiones de acrílico en los puntos de interacción y métodos de limpieza mejorados, entre otras. El uso de cubrebocas continúa siendo obligatorio tanto para personal como pasajeros, a ello se ha sumado el uso del protector facial. Estas acciones son necesarias más que nunca, pues los aeropuertos siguen incrementando sus operaciones día tras día. El reto sigue siendo optimizar el uso de la tecnología, ya que es fundamental para controlar y garantizar la seguridad de los viajeros y trabajadores. En la mayoría de los aeropuertos se han realizado pruebas con cámaras térmicas que comprueban la temperatura; sin embargo, han

surgido problemas a la hora de buscar una solución precisa con pocos falsos positivos. La tecnología sin contacto es el futuro de los viajes; igualmente, las puertas con biométricos faciales para el mejor control de llegadas y salidas que permita el mejor flujo de los viajeros y evite aglomeraciones.

Si bien la tecnología puede crear grandes cambios, es importante tomar consciencia de que las inversiones deben llevarnos a una eficiencia operacional en todo el ecosistema: operaciones, seguridad, personal de tierra, de aire, aerolíneas, personal y pasajeros. Si bien debemos encontrar un balance entre personas, procesos/procedimientos y tecnología, para reducir el riesgo de contagio; no hay nada como buscar aliados especializados en seguridad y sobre todo generar consciencia en la comunidad sobre la importancia de seguir las medidas establecidas, lo que marcará en última instancia, la diferencia. 🔴



Santiago Barranzuela
Gerente de Seguridad del Grupo EULEN Perú

“

El reto sigue siendo optimizar el uso de la tecnología, ya que es fundamental para controlar y garantizar la seguridad de los viajeros y trabajadores.

”



LOS CENTROS COMERCIALES OSCUROS “DARK MALL”

Un dark mall es similar a lo que es un centro comercial, pero este “centro comercial” va a ser solo para despacho por delivery y para e-commerce. Este dark mall debe estar ubicado en una zona estratégica que tenga una alta densidad poblacional y una alta demanda de producto.

Llevo muchos meses investigando sobre la necesidad de contar con una infraestructura física idónea y eficiente para atender los pedidos por e-commerce, las Cocinas Ocultas, los Supermercados Ocultos, los almacenes urbanos, los centros de preparación de pedidos, y de contar con una estrategia logística para la ubicación geográfica de las mismas así como el conocimiento del entorno para determinar el tipo de producto a ofrecer en cada uno de estos espacios, para determinar la cantidad de SKU necesarios, ya que por estar en el área urbana, el costo de tierra es mucho mayor al de los centros de distribución y adicionalmente tampoco permite almacenaje en altura ya que dicha operación debe ser sumamente rápida y eficiente.

Si investigamos, vemos muchas empresas de tecnología para la entrega de última milla, así como también empresas de entregas de última milla, pero uno de los eslabones más importantes en la cadena de distribución para la logística de última milla es la infraestructura física, y pocos o ninguno son conscientes que para que funcione la cadena de suministro todos los engranajes deben funcionar en forma sincronizada, igualmente vemos a empresas retail intentando utilizar su infraestructura física para el canal offline en el online, sin reparar que quizás ésta no sea la idónea para dicha operación.

A raíz de lo antes mencionado es que se me ocurrió la idea de implementar un complejo de almacenes urbanos donde pudieran interactuar todos los conceptos Dark en un solo lugar, donde existiera un espacio compartido, no sólo para cocinas sino también para los Dark Store y una logística colaborativa para todos, que permitiera reducir los costos.

Un arduo trabajo que me demandó muchas horas de leer mucho e investigar sobre cómo funciona cada uno de los modelos Dark y ver cuál sería la infraestructura física ideal para cada uno de ellos y ver la manera de integrarlas en un solo espacio, ya que la escasez de espacios para almacenes urbanos cada vez se hace más difícil y más costoso, hoy, ya con la infraestructura física armada es que nos lanzamos a buscar alianzas a nivel internacional para poner nuestro primer piloto en la ciudad de Lima Perú, para luego expandirlos en la región ya que es un modelo de negocio escalable, y es que elegimos esta ciudad no sólo porque ya contábamos con la ubicación ideal para la implementación de este nuevo modelo de negocio sino también porque creemos que dentro de la región es uno de los países con mayor potencial para el desarrollo de estos complejos de almacenes urbanos.

Un complejo de almacenes urbanos donde nos permita unir modelos tan exitosos como Jüsto (Mexico), FreshPerts (España), DoorDash, PedidosYa Market, Deliveroo, Uber, Walmart, Dia, Carrefour, Lidl, Muncher, Mercado Libre, Amazon, entre otros.

Cuando la experiencia del cliente está primero, es necesario crear una infraestructura física idónea que nos permita superar sus expectativas en el canal digital. 🔴



José Antonio Vallejo
Ceo VallejoGroup

CONTRANS: LAS VENTAJAS DE UNA PERFECTA SINERGIA ENTRE LOS DEPÓSITOS TEMPORAL, SIMPLE Y AUTORIZADO

Las tres unidades de negocio de Contrans permiten complementar operaciones de una misma carga optimizando costos, tiempos y espacio de almacenamiento, tanto en exportación como en importación.



La sinergia entre sus unidades de negocio repercute en importantes beneficios a sus clientes.

La empresa Contrans tiene un modelo de negocio que cubre la logística de casi toda la cadena de suministros, desde el comercio local hasta el comercio exterior. Para ello, la compañía, parte del grupo Transmeridian, cuenta con diferentes divisiones de negocio que incluyen, entre otros, el Depósito Simple, el Depósito Temporal y el Depósito Autorizado.

Una propuesta de valor que diferencia a Contrans es que, al contar con estas tres líneas de negocio, permite que sus clientes puedan emplear los tres depósitos (incluso también el Centro de Distribución) para continuar con la cadena de una misma carga. Con esta suma de sinergias de las tres líneas de negocio, sus clientes pueden reducir costos, tiempos y mejorar el flujo y la seguridad de sus cargas.

Parte importante de esto es que sus depósitos están en un mismo recinto, el cual está ubicado en un punto estratégico en el Callao, muy cerca al puerto; aunque también tienen sedes en Lurín.

El Depósito Temporal está ubicado solo en el Callao. En tanto, el Depósito Simple y el Depósito Autorizado operan tanto en el Callao como en Lurín.

Los tres depósitos

La unidad de negocio de Depósito Temporal es un espacio donde se recibe y custodia mercancía por un tiempo determinado, a espera de recibir un

destino aduanero. Además, consiste en retirar la carga del puerto en el caso de importación o embarcarla al puerto en el caso de la exportación.

“El servicio en sí, es custodiar la mercadería hasta el momento en que la línea naviera determine la fecha en la que hay que llevarla al puerto o retirarla del puerto; durante ese lapso de tiempo custodiamos la mercadería y además podemos ofrecer cualquier tipo de servicio complementario durante su permanencia”, indica Karla Rubio, Gerente Comercial de Contrans.

En esta unidad ubicada en el Callao, tienen 120 mil metros cuadrados, sin considerar la zona de refrigerados. Allí pueden manejar carga refrigerada, consolidada, en contenedores, carga suelta y cargas proyectos para las exportaciones e importaciones, tanto marítimas como terrestres.

El depósito simple son almacenes que sirven para la custodia de la mercadería producida en el país y/o que haya sido importada. En esta unidad manejan diferentes modalidades de almacenamiento. Puede ser a través de contenedores propio de Contrans, en racks, a piso, bajo techo, sin techo, a patio abierto; además, puede considerarse mercadería por m2, m3, apilada, por filas.

En general, hay una variabilidad bastante amplia de modalidades de almacenamiento así como también en el cobro, dice Rubio.

En tanto, el Depósito Autorizado son locales destinados a almacenar mercancías solicitadas al Régimen de Depósito de Aduanas, las que posteriormente serán destinadas a otros regímenes u operaciones aduaneros. En esta unidad, Contrans permite retiros parciales de mercadería según las necesidades de sus clientes.

Asimismo, en el Depósito Autorizado el importador puede extender el trámite de nacionalización hasta 12 meses y nacionalizar la carga de forma parcial dependiendo de su necesidad.

“En cuanto a modalidades de almacenamiento es muy similar al depósito simple, ya que se puede almacenar carga a piso, bajo techo, racks, metro cuadrado, metro cubico; va a depender mucho del tipo de producto”, indica Karla Rubio.

Para el depósito simple y el depósito autorizado del Callao, manejan alrededor de 65 mil metros cuadrados, con 16 mil posiciones de rack. Y en Lurín tienen 45 mil metros cuadrados en patio abierto, con una disponibilidad de 20 mil posiciones de rack para cualquiera de estas dos unidades.

Sinergias de unidades

Uno de las grandes propuestas de valor y ventajas de Contrans, es que puede hacer sinergias entre sus unidades de negocio, lo que repercute en importantes beneficios para sus clientes.

“

Con esta suma de sinergias de las tres líneas de negocio, sus clientes pueden reducir costos, tiempos y mejorar el flujo y la seguridad de sus cargas.

”



Tanto en su Depósito Simple como en su Depósito Autorizado, Contrans cuenta con diferentes modalidades de almacenamiento.

Por ejemplo, su Depósito Autorizado tiene una integración física y de servicio con el Depósito Temporal en sus sedes del Callao, lo que le permite manejar costos diferenciados; aprovechan además que está a 9km del puerto.

Cuando una empresa importa un producto que necesita un permiso especial, como la nacionalización de carga, y tiene que devolver el contenedor vacío a la línea naviera, usan el Depósito Temporal de Contrans y luego trasladan la mercadería hasta el Depósito Autorizado de la misma empresa. Estando allí, el importador puede extender hasta 12 meses el trámite de nacionalización.

“Cuando traen velas, perfumes o algunos ventiladores con otro cliente, por ejemplo, el depósito autorizado es ideal porque les permite extender su proceso de nacionalización a 12 meses, devolviendo su contenedor vacío a la línea, cortando la sobreestadia y cortando costos”, apunta.

La ventaja principal de todo ello es que pueden hacer todo el proceso en un solo recinto que alberga ambas unidades, optimizando en costos y tiempo.

“Normalmente, cuando retiras una mercadería del depósito temporal, y lo quieres ingresar a un depósito simple o a uno aduanero (autorizado), tienes que nacionalizar la mercadería, retirarla, además de incurrir en un transporte local siendo el más económico Callao - Callao; con la propuesta de Contrans se puede ahorrar hasta 70% en este costo”, menciona.

En ese sentido, agrega, al tener los depósitos en un mismo recinto, no necesitan hacer un transporte local, sino tan solo un transporte interno. La empresa cuenta con unos terminal trucks, con los cuales pueden hacer este traslado interno que resulta mucho más económico.

“

Tenemos clientes que por falta de espacio en sus instalaciones, luego del Depósito Temporal, necesitan ingresar al Depósito Simple o incluso a nuestro Centro de Distribución.

”

“Eso genera mayores beneficios a nuestros clientes”, resalta.

Adicionalmente, Contrans dispone de una completa trazabilidad de la información desde el momento que reciben la carga hasta que se embarca, o viceversa, desde el momento que retiran la carga del puerto hasta su envío donde el cliente lo solicite.

“Para el cliente es mucho más fácil no solamente que alguien le custodie la mercadería en estos dos procesos, sino que además le proporcione información”, comenta.

Lo mismo sucede en la sinergia entre el Depósito Simple y el Depósito Temporal.

En una operación de importación, por ejemplo, se traslada la mercadería inicialmente al Depósito Temporal, para luego dar un salto al Depósito Simple. Luego de que la carga haya sido nacionalizada, puede



Cientes pueden usar los tres depósitos para continuar con la cadena de su carga, ahorrando en costos de transporte, tiempo y mejorando eficiencia.

“

En ese sentido, agrega, al tener los depósitos en un mismo recinto, no necesitan hacer un transporte local, sino tan solo un transporte interno. La empresa cuenta con unos terminal trucks para un traslado interno que resulta mucho más económico.

”

permanecer en el Depósito Simple el tiempo que el cliente estime necesario. Comunmente, los retailers hacen uso de esta sinergia.

“Tenemos clientes que por falta de espacio en sus instalaciones, luego del Depósito Temporal, necesitan ingresar al Depósito Simple o incluso a nuestro Centro de Distribución”, indica.

En el caso de exportación, el cliente puede tener custodiada su carga en el Depósito Simple o en el Depósito Autorizado. Luego, puede trasladar la mercancía al Depósito Temporal para su posterior exportación. *“A medida que va a haciendo sus ventas o a medida que va concretando sus bookings, nosotros vamos haciendo el llenado de los contenedores para luego pasar a la operación de embarque, que es ya concluir la exportación”,* dice.

Un aspecto importante, es que tanto el Depósito Simple como el Depósito Autorizado funcionan como un buffer que ayuda a cortar el período del Depósito Temporal tanto para la exportación como para la importación, destaca Rubio.

Una sinergia por el espacio

Por otra parte, el que convivan su Depósito Simple y su Depósito Autorizado en un mismo recinto, es una ventaja porque le permiten compartir espacio de almacenamiento.

“Si en algún momento tenemos la necesidad de recibir más mercadería en el depósito simple, el depósito autorizado se puede reducir sin problema y se usa ese espacio para el depósito simple. Y viceversa”, explica.

Situación y proyecciones

La empresa espera seguir afianzando la confianza de sus clientes en cada una de sus unidades de negocio. Por ello, están realizando importantes inversiones para remodelar algunas infraestructuras, refaccionar pistas, patios, techos, paredes; asimismo, tienen como importante estrategia fortalecer aún más su enfoque digital en sus operaciones y los sistemas que utilizan.

Sobre lo último, hay un sistema en que están invirtiendo que permite que los transportistas o el agente de aduanas de sus clientes no

requiera de contacto físico para hacer ciertos trámites, ya que pueden utilizar una plataforma virtual. Asimismo, cuentan con un sistema láser que reconoce al chófer y registra sus datos, para saber si está autorizada por el cliente a retirar el contenedor o la mercadería.

En su Depósito Temporal, actualmente Contrans dispone de un sistema integrado de administración de patios, que le permite la entrega de contenedores en solo 45 minutos. También hacen una remisión electrónica de desgloses. Asimismo, cuentan con un sistema de identificación biométrica a través de la lectura de huella dactilar de los despachadores de Aduana, a fin de garantizar la seguridad e integridad de la carga.

La empresa utiliza, además, un potente WMS con acceso a sus clientes, que permite el seguimiento y revisión de stock de sus operaciones. Esta plataforma lo pueden aplicar en su Depósitos Simple, Depósito Autorizado y en otras de sus unidades.

Seguridad digital

Su estrategia digital también busca mejorar la seguridad de sus operaciones. Cuando la carga llega a alguno de sus depósitos, tienen un sistema que bloquea y genera una alerta. El bloqueo informa a todos la llegada de la carga valiosa y a su vez impide que alguien pueda retirar la mercadería una vez que ingresa. Una vez dentro, se generan distintos candados de control que alertan a la parte documentaria, a la parte operativa o a la parte de transporte, hasta al mismo cliente.

“Cuando la carga ingresa a nuestro almacén va a una zona especial, porque ya el sistema nos dice que es un contenedor bloqueado por valor; en esa zona hay una mayor cantidad de cámaras sin ningún punto ciego”, precisa.

De ese modo, cuando el cliente va a retirar su mercadería a través de una agencia de aduanas o de un transportista, el cliente tiene que dar la autorización o confirmar de que este intermediario ha sido el designado para el retiro de la carga.

“Este sistema y la parte digital nos ayuda mucho para poder minimizar el impacto de robos, dando mucha más seguridad a nuestros clientes. A parte, a la salida hay una tranquera automática; si hay algo dentro del proceso que no está validado, la tranquera no se levanta”, añade. 🚫

DATO:

Contrans está apuntando a una expansión de algunas de sus operaciones a nivel nacional para este año. Están en proceso de levantamiento de información, con costos, espacios, alquileres. Podría concretarse para el último trimestre del año.

ZAPLER: SERVICIO POST-VENTA QUE FORTALECE SU POSICIÓN EN EL MERCADO NACIONAL



El servicio de post-venta de Zapler es reconocido como una principal fortaleza, que le permite mantener e incrementar su amplia base de clientes.

Zapler mantiene una sólida posición en el mercado de montacargas gracias a su propuesta comercial que ofrece equipos con la más alta calidad y un servicio post-venta eficiente y personalizado.

El año pasado y los primeros meses del 2021 no ha sido fácil para el mercado de importación de montacargas. Las empresas han tenido que afrontar el incremento de fletes y escasez de embarques, entre otras cosas. Pese a ello, Zapler, empresa peruana con más de 40 años en el mercado, cumplió con sus objetivos comerciales el 2020, volviendo a ubicarse entre los cinco principales distribuidores de estos equipos en el país.

“El año 2020, fue un año difícil por toda la coyuntura que se presentó y sin embargo alcanzamos a cumplir nuestro objetivo. No fue un trabajo sencillo por la escasez de embarques y dificultades en las importaciones. Este año también ha sido complejo, pero hemos podido cerrar el primer trimestre manteniendo nuestro posicionamiento en el mercado; por ejemplo, muchos equipos que se están importando ya están vendidos. Se trata pues de una muestra de la confianza que hemos generado en nuestros clientes y es nuestro valor más importante como empresa”, indica Eduardo Moreira, Gerente de Ventas Montacargas y Equipo Ligero en ZAPLER.

“

Este año también ha sido complejo, pero hemos podido cerrar el primer trimestre manteniendo nuestro posicionamiento en el mercado; por ejemplo, muchos equipos que se están importando ya están vendidos.

”

Estrategia

Si sólida posición en el mercado de montacargas se debe a la calidad y configuración de sus equipos y marcas representadas, siendo la más representativa de entre ellas Hangcha. Cabe resaltar su servicio de post-venta, el cual es reconocido como su principal fortaleza y que le permite mantener e incrementar su amplia base de clientes.

“Nuestro servicio post-venta es nuestra ventaja diferencial frente a los otros competidores que existen en el mercado; nos ha permitido fidelizar clientes frente a propuestas con un precio más económico. Esto implica que nuestros clientes vienen desarrollando un estándar de calidad de atención cada vez más exigente, lo que nos “obliga” a responder siempre a sus expectativas y en este camino diferenciarnos de nuestros competidores”, comenta.

Si a ello se agrega que los equipos cuentan con configuraciones especiales, resalta Eduardo Moreira, eso les permite ofrecerle a sus clientes una gran ecuación costo/beneficio.

Diferenciación en posventa

Moreira señala que cuentan con departamentos de post-venta especializado en cada uno de los tipos de equipos con los que trabajan, y es que el tratamiento de un montacargas de combustión no es el mismo que el de uno eléctrico. O, por ejemplo, las reparaciones de un montacargas de 16 TN demandan mayores recursos que los de un 3 TN, o la revisión y reparación de un montacargas eléctrico con baterías de litio.

ZAPLER cuenta con las posibilidades para resolver exitosamente cada uno de estos casos, no solo debido a sus capacidades logísticas (facilidades, herramientas, entre otros), sino sobre todo por el conocimiento de su equipo humano, técnicos con experiencia y en constante capacitación.

Un aspecto importante de su posventa es su amplia cobertura a nivel nacional. Para ello, ZAPLER ha ampliado su sucursal de Arequipa. Ello se suma a su sucursal en Trujillo. Asimismo, cuentan con talleres móviles en el norte chico y en el sur chico.

“La política de la empresa es brindar seguridad y tranquilidad mediante una atención rápida y eficiente a nuestros clientes, lo que no solo incluye el trabajo técnico sino contar con un amplio stock de repuestos. Además, claro, de la calidad de nuestros equipos”, indica Moreira.

Esta es una política que la empresa peruana aplica para cada una de sus diversas líneas de negocio.

Durante el periodo de garantía de cada unidad vendida cuentan con partes y componentes que puedan ser susceptibles a eventualidades o emergencias y un departamento de atención de respuesta rápida; además, en caso de repuestos de urgencia que no se tuviera, se traen de manera inmediata vía aérea, agrega Moreira.

La empresa ha implementado un contrato de servicio de mantenimiento preventivo en que mientras se coordina con el cliente, este se puede beneficiar de una tarifa especial en caso se llegue a definir hacer un servicio de mantenimiento por todo un año o a largo plazo. Así, agrega, ya no solo serían beneficios en los repuestos sino además en la mano de obra y en las evaluaciones que se realizarían.

“Esa también es una estrategia que se ha implementado para poder fidelizar más a nuestros clientes”, refiere.

Los montacargas

Zapler es representante de marcas importantes como Nichiyu, Combilift, Skyjack y Hangcha. Esta última es de origen chino y se ubica dentro



Los montacargas Hangcha se caracterizan por la calidad de su configuración y de sus componentes.

del top 10 de fabricantes mundiales de montacargas. Estos equipos destacan por ofrecer la mejor relación de calidad-precio.

Los montacargas Hangcha se caracterizan por la calidad de su configuración y de sus componentes. Están provistos con altos estándares en motores y transmisiones de marcas reconocidas y de calidad comprobada, como los motores Cummins y transmisión Okamura.

Dentro de la gama de montacargas Hangcha que comercializa Zapler, se encuentran los equipos 4x4 en las capacidades de 2.5, 3 y 5 toneladas.

Otro grupo son los montacargas a combustión estándar en diésel, en dual gas-gasolina, en modelos de 2.5, 3, 5, 7, 8, 10 y 16 toneladas.

También cuentan con equipos reach staker de 45 toneladas; asimismo, montacargas contrabalanceados eléctricos (con batería de plomo o de litio de acuerdo al modelo).

Igualmente, tienen equipos ligeros como apiladores, transpaletas y order pickers.

Cada modelo está orientado a un tipo de superficie, como pueden ser superficies lisas, superficies planas o superficies irregulares. Por ejemplo, en superficies lisas como los supermercados, son ideales para trabajar los montacargas eléctricos, que pueden ser transpaletas, apiladores y recoge-pedidos.

Para el caso de superficie asfaltada o plana, están los montacargas estándares de 2.5 y 3 toneladas, dual gas-gasolina y también eléctricos.

“Y también podemos cubrir para superficies irregulares, como por ejemplo para el sector agrícola, donde necesitamos un equipo todo terreno (4x4)”, agrega.

Más demandados

Actualmente los equipos montacargas más demandados son los duales de 2.5 y 3 toneladas. Sin embargo, hay un incremento importante de equipos eléctricos sobre todo de batería de iones de litio.

“En esta tecnología, Hangcha a través de su departamento de investigación y desarrollo ha logrado productos de óptima calidad y eficiencia”, remarca Eduardo Moreira.

Zapler mantiene el liderazgo en equipos de 5 toneladas debido a las configuraciones especiales que brindan. También en las capacidades de 10 y 16 toneladas. Y es que Zapler configura los equipos de acuerdo a los requerimientos que les solicitan sus clientes. *“Eso enriquece también la calidad del producto de acuerdo a la necesidad el cliente”, anota.*

La compañía tiene proyectado para el presente año colocar equipos de alto tonelaje, de 7, 10 y 16 toneladas. Asimismo, prevén impulsar la colocación de equipos eléctricos con batería de litio, debido a los numerosos beneficios, como su mayor voltaje, potencia, rapidez y eficiencia frente a la batería de plomo; además, porque la carga de estos equipos es en menor tiempo: usualmente los de plomo son en 8 horas y los de litio en dos horas, precisa. 🔴



Zapler cuenta con departamentos de post-venta especializado en cada uno de los tipos de equipos con los que trabajan.



Planificación



Analítica



Monitoreo



Alertas



Entregas

TU SOFTWARE DE GESTIÓN DE TRANSPORTE



GESTIONA TU FLOTA DE
TRANSPORTE Y TUS
ENVÍOS DESDE
CUALQUIER LUGAR

TORRE DE CONTROL

Toma el control del proceso
de transporte

VISIBILIDAD

Obtén la trazabilidad de tus
mercancías en tiempo real

TELETRABAJO

Gestiona tu operación
desde cualquier lugar

RENTABILIDAD

Incrementa la rentabilidad
de tu operación y negocio



www.linkedin.com/company/logolutions



www.log.solutions



contacto@log.solutions

LATAM LOGISTIC PROPERTIES FIRMA CONTRATO DE PRE-ARRENDAMIENTO DE 31,400 METROS CUADRADOS CON ALICORP EN PERÚ



SAN JOSÉ, Costa Rica (13 de mayo de 2021) – LatAm Logistic Properties, S.A., el desarrollador, propietario y operador líder de bienes raíces logísticos modernos y sostenibles en la regiones andina y centroamericana, anunció ayer, 12 de mayo de 2021, que el 27 de abril de 2021 firmó un acuerdo de pre-arrendamiento con Alicorp por 31,400 metros cuadrados en Lima, Perú. El contrato de pre-arrendamiento es por un término superior a tres años e incluye 6,000 metros cuadrados adicionales de espacio temporal por seis meses a partir del 1 de julio del 2021. Alicorp es la empresa líder en bienes de consumo en el mercado peruano e incluye líneas de negocios como “business-to-business”, acuicultura y molienda. La compañía opera en diez países latinoamericanos: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Honduras, México, Uruguay y Perú.

Las nuevas instalaciones logísticas de Alicorp, las cuales están en construcción, estarán ubicadas en LatAm Parque Logístico Lima Sur, en el submercado de Lurín en la ciudad de Lima, servirá como el centro de distribución regional de la compañía para el país. LatAm Parque Logístico Lima Sur es el parque mejor planificado de la capital, una vez finalizada la construcción de este desarrollo a la medida, el parque contará con cinco edificios que sumarán un total de 93,000 metros cuadrados techados de almacén, y un terreno que cuenta con la capacidad de desarrollar un edificio adicional y un área de expansión de 31,700 metros cuadrados.

“

Las nuevas instalaciones logísticas de Alicorp, las cuales están en construcción, estarán ubicadas en LatAm Parque Logístico Lima Sur, en el submercado de Lurín en la ciudad de Lima, servirá como el centro de distribución regional de la compañía para el país.

”

“La ubicación de LatAm Parque Logístico Lima Sur es ideal para satisfacer nuestras necesidades de distribución, lo que mejora directamente la calidad del servicio que brindamos a nuestros clientes”, dijo Jorge Caro, Director Corporativo de Distribución de Alicorp. “LatAm Logistic Properties es un socio importante en nuestros esfuerzos de expansión, y estos edificios de vanguardia respaldarán nuestro crecimiento en Perú y en la región”.



“

La ubicación de LatAm Parque Logístico Lima Sur es ideal para satisfacer nuestras necesidades de distribución, lo que mejora directamente la calidad del servicio que brindamos a nuestros clientes.

”

“En Perú, la demanda por almacenes modernos y bien ubicados, se mantiene fuerte debido a que las empresas buscan optimizar los costos en sus redes de distribución,” dijo Alvaro Chinchayán, Gerente País de Perú de LatAm Logistic Properties. “Estamos bien posicionados para satisfacer estas necesidades proporcionando instalaciones logísticas de Clase A, modernas y sostenibles”.

“Estamos muy complacidos de empezar nuestra relación comercial con Alicorp y apoyar su negocio en crecimiento”, dijo Mike Fangman, Director Ejecutivo de LatAm Logistic Properties. “Este acuerdo es el contrato más grande de arrendamiento firmado por LatAm Logistic Properties en Perú y es un reflejo de la falta de oferta de almacenes logísticos de Clase A en el país, y LatAm Logistic Properties está preparada para satisfacer esta necesidad en el futuro”.

LatAm Logistic Properties es el proveedor líder de bienes raíces logísticos en Perú, con un portafolio propio y administrado de 61,900 metros cuadrados de espacios dedicados a la logística y distribución en Lima, Perú, al 31 de diciembre del 2020.

Acerca de Latam Logistic Properties

LatAm Logistic Properties es un desarrollador, propietario y administrador de inmuebles logísticos modernos y sostenibles, líder en su segmento. Su principal enfoque de inversión está centrado en los mercados de alto crecimiento y aquellos que presentan altas barreras de entrada en la Región Andina y Centroamericana. Los clientes de la compañía son empresas multinacionales y regionales dedicadas a la logística tercerizada, distribución mayorista, distribución minorista y centros logísticos dedicados al comercio electrónico. Las sólidas relaciones establecidas con los clientes y su amplio conocimiento de los mercados en que opera es la base que permitirá el crecimiento futuro a través del desarrollo y la adquisición de inmuebles de alta calidad ubicados estratégicamente en los mercados clave.

Al 31 de diciembre de 2020, LatAm Logistic Properties contaba con un portafolio de propiedades en operación y en desarrollo de 20 inmuebles dedicados a la logística en Colombia, Perú y Costa Rica acumulando un área rentable bruta de 313,600 metros cuadrados. La Compañía tiene una capacidad de crecimiento

de hasta 600,500 metros cuadrados de área rentable bruta por medio del desarrollo del banco de tierras tanto propios como controlados a través de modelos de negocio de co-inversión con socios estratégicos.

Declaraciones prospectivas

La información contenida en este documento contiene “*declaraciones prospectivas*”. Cualquier declaración que exprese o involucre discusiones con respecto a predicciones, expectativas, creencias, planes, proyecciones, objetivos, metas, suposiciones o eventos futuros o desempeño no son declaraciones de hechos históricos y se consideran “*declaraciones prospectivas*”. Las declaraciones prospectivas se basan en expectativas, estimaciones y proyecciones en el momento en que se realizan las declaraciones que involucran una serie de riesgos e incertidumbres que podrían causar que los resultados o eventos reales, difieran materialmente de los anticipados actualmente. Las declaraciones prospectivas pueden identificarse mediante el uso de palabras como “espera”, “hará”, “anticipa”, “estima”, “cree”, o mediante declaraciones que indiquen que determinadas acciones “pueden”, “podrían”, “deberían” o “podrían” ocurrir. 

stgo

Southern Technology Group

GAMA RFID

MÁS TRANSFORMACIÓN. SIN COMPLICACIONES



ZEBRA



Para ser más eficiente, actualmente se está acelerando el despliegue de indicadores en línea que alertan ante las desviaciones en el proceso logístico.

LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PASA POR SISTEMATIZAR Y AUTOMATIZAR SU GESTIÓN DE TRANSPORTE

Contar con información en línea y que todos los actores de un proceso accedan a ella en tiempo real, es clave para medir el rendimiento de diferentes indicadores, corregir desviaciones y tomar mejores decisiones que aseguren el flujo de la cadena. Ello redundará en una mayor competitividad, traducida en menores costos, mayor optimización de procesos y mayores niveles de satisfacción y fidelización de clientes.

Sistematizar y automatizar la gestión de transporte de mercancías se ha vuelto una necesidad para las empresas, en vista de las exigencias, complejidades y dificultades que está presentando este proceso. De no hacerlo, muchas de ellas se verán continuamente golpeadas por los altos costos, ineficiencias y la menor competitividad en el mercado que ello trae como consecuencia.

"Se ha observado que las empresas que aún no incorporan tecnología tienen un costo más alto en horas de gestión y mano de obra, que lamentablemente aumenta el costo de cada producto y material distribuido, disminuyendo su competitividad en el mercado", indica Óscar Novoa, Gerente de Tecnología de Log Solutions.

Estas dificultades pueden ser de distinto carácter. Por ejemplo, hay un mayor volumen en la carga transportada, así como productos y materiales de naturaleza más complejos. Asimismo, los orígenes y destinos son cada vez más diversos. Además, cada hito en el ciclo logístico tiene una importante cantidad de variables que los afectan. Y en medio de todo ello, los directorios de las compañías quieren alcanzar eficiencias más altas.

Adicionalmente a ello, es importante considerar que mejorar el proceso de transporte con la sistematización y automatización de su gestión, contribuye con la buena experiencia usuaria, "incrementando el nivel de satisfacción y fidelidad de los clientes, hacia el servicio y la marca", agrega Novoa.

“
Permite contar con información
en línea en todo momento y
desde cualquier lugar y dispositivo.
Ayuda a controlar a los actores
que participan en el ciclo y
suministra información relevante
de la recepción de mercancías en
los puntos de destino.
”

Sistematizar y automatizar

La cadena logística en general y el eslabón del transporte de mercancías, en particular, requieren una serie de mejoras en su ejecución por las exigencias y dificultades que se presentan, además por el significativo costo que representan en las empresas.

Una de ellas tiene que ver con la instantaneidad; es decir, contar con visibilidad del proceso completo en cada instante. Y es que, para ser más eficiente, actualmente se está acelerando el despliegue de indicadores en línea que alertan ante las desviaciones en el proceso logístico. Para ello es necesario contar con información en línea que permita a las empresas tomar el pulso y la temperatura del proceso en cada instante.

Mejorar la cadena logística implica también poder decidir y resolver en cualquier momento, para asegurar el flujo continuo de materiales y mercancías desde y hacia las distintas operaciones. En ese sentido, a través de las distintas tecnologías móviles disponibles y la expansión

de la modalidad de servicios en la nube, ya no importa el momento ni el lugar donde ocurren estas desviaciones.

“Se puede informar y resolver estas problemáticas en el momento exacto cuando ocurren”, precisa Óscar Novoa.

Asimismo, hay una necesidad por un control de los actores, a fin de obtener una evaluación de todos los proveedores y actores de la cadena de suministros. Para ello, se están incorporando indicadores de desempeño de la productividad de cada actor, “tanto para incentivar la mejora de los bajos rendimientos, como premiar a los altos”, dice Novoa

Las empresas también buscan asegurar el just in time logrando inventarios mínimos. Pero para eso necesitan que todos los actores tengan información exacta y en el momento adecuado.

“De esta forma se evita disponer de grandes stocks de materiales y productos almacenados debido a imprevistos que requieren diversas coordinaciones para ser resueltos”, menciona.

Finalmente, otro de los aspectos que se necesita mejorar es la prevención de gaps, realizando auditorías preventivas que aseguren que tanto los recursos humanos como materiales mantengan un alto nivel de productividad. Para ello las empresas están incorporando metodologías como la de “mejora continua”.

“Para lograrlo debemos anticiparnos midiendo constantemente una gran cantidad de variables que pueden fallar, auditorías preventivas, revisiones al azar, continuo control de la documentación. Todo ello debe ser parte importante de la automatización para lograr altos estándares de calidad en todo el ciclo logístico”, precisa Óscar Novoa.

TMS ÓPTIMO

Para conseguir estas mejoras, se requiere sistematizar y automatizar las operaciones de transporte y en general cualquier proceso del ciclo



Esta tecnología es aplicable tanto para el transporte de materias primas, productos intermedios o partes, así como en la distribución comercial.

logístico. En el mercado Latinoamericano y peruano existen algunas tecnologías que ya están haciendo posible esto, con resultados concretos. Una de estas tecnologías es el TMS Óptimo, desarrollado y comercializado por la empresa LOG SOLUTIONS.

Esta plataforma en gestión de transporte ofrece diversos beneficios que ayudan a sistematizar y automatizar el proceso de transporte. Entre lo que destaca, por ejemplo, es que permite contar con información en línea en todo momento y desde cualquier lugar y dispositivo. Ayuda a controlar a los actores que participan en el ciclo y suministra información relevante de la recepción de mercancías en los puntos de destino.

Asimismo, personaliza cada panel de indicadores a las necesidades de cada empresa. Además, facilita el feedback del cliente con información oportuna, apoyando la toma de decisiones y anticipando una pérdida de clientes en el tiempo.

Varias empresas que han optado por sistematizar y automatizar sus procesos a través del TMS Óptimo han obtenido diversos resultados. Para los clientes de LOG SOLUTIONS contar con información en el momento ha sido un salto importante, pues antes tenían que esperar días para obtener informe de estados, conocer quiénes eran sus mejores colaboradores en forma objetiva, los niveles de desempeño de los actores, entre otros.

"Claramente la digitalización de los procesos de transporte no solo mejora los resultados de las empresas, sino además modifica la manera de hacer las cosas; todo esto, con el propósito de aumentar la eficiencia y los niveles de satisfacción de los clientes", afirma Novoa.

De acuerdo con Óscar Novoa, al utilizar esta herramienta las empresas reconocen sus debilidades y ahora pueden corregirlas identificando sus causas.

Solución para todos

Esta tecnología de gestión de transporte es aplicable en cualquier sector, proceso y modelo de negocio. Es necesario tanto para el transporte de materias primas, productos intermedios o partes, como parte del proceso de producción, así como en la distribución comercial. El sector minero y operaciones de última milla son, de otro lado, casos en que hay una especial necesidad de su aplicación.

“

Se ha observado que las empresas que aún no incorporan tecnología en sus procesos críticos, entre ellos el transporte, tienen un costo más alto en horas de gestión y mano de obra, afectando la competitividad y la calidad del servicio a sus clientes.

”

"En general los resultados son similares en términos de mejoras en la eficiencia y optimización, claro que cada modelo de distribución tiene sus indicadores claves, pero a alto nivel es una constante en cuanto a la naturaleza de los resultados, información en línea, visibilidad de los actores, desviaciones de eventos; se repiten en cada distribución", sostiene Novoa.

En el sector minero, por ejemplo, debido a la naturaleza riesgosa de las operaciones que allí se realizan, suman una complejidad mayor. El control de la autoridad medio ambiental sobre faenas y sustancias peligrosas, cumplir con protocolos muy estrictos para la vida de las personas, la legislación muy clara en aspectos de seguridad: *"todo ello implica que todos los procesos sean controlados al detalle y en línea",* destaca.

Igualmente, la distribución en última milla exige conocer las problemáticas que la afectan para corregir las distintas desviaciones que ocurren en el proceso, incorporando nuevos hitos de medición en una espiral de mejora continua en el tiempo. La forma más efectiva de hacerlo es a través de este tipo de tecnologías.

"Medir, evaluar, identificar y corregir debe ser un ciclo que no debe finalizar jamás, de lo contrario estamos condenados al fracaso y a perder clientes al no contribuir a la competitividad de los clientes", remarca.



Hay una necesidad por un control de los actores, a fin de obtener una evaluación de todos los proveedores y actores de la cadena de suministros

LOG SOLUTIONS

La empresa LOG SOLUTIONS brinda servicios informáticos de planificación y ejecución del movimiento físico de bienes a través de la cadena de suministro, a través de su sistema de gestión de transporte llamado "TMS ÓPTIMO". Este TMS está orientado a diversas operaciones y modos de envío, disponiendo de información oportuna para la toma de decisiones estratégicas de su negocio.

La compañía acompaña a sus clientes desde la etapa primaria hasta un nivel de madurez mucho más avanzado, pasando desde ser un partner tecnológico confiable, hasta ir incorporando modelos de análisis predictivos, sistemas de mejora continua, aplicando machine learning y IA.

"Es un proceso evolutivo que cada empresa se inserta en función de su madurez y conciencia que adquiere sobre la importancia de la transformación digital y tecnológica. No solo somos un proveedor de tecnología, sino sobre todo un socio estratégico de su negocio", enfatiza Óscar Novoa. 

“

A través de las distintas tecnologías móviles disponibles y la expansión de la modalidad de servicios en la nube, ya no importa el momento y ni el lugar donde ocurren estas desviaciones.

”

Entre los resultados concretos que han obtenido sus clientes, podemos destacar lo siguiente:

Uso eficiente de sus flotas, identificando aquellos activos del proceso que mayor y menor rendimiento poseen, como de la planificación y optimización de las rutas y de las flotas.



Mejora en el desempeño de los colaboradores que cubren la cadena de la logística del transporte, desde los proveedores, transportistas, conductores, administrativos y directores de la operación de la empresa.



Mejora en la relación y comunicación con sus clientes, que, entre otros argumentos, tenemos el cumplimiento de promesas en la entrega de las mercancías a los clientes, tanto en tiempo y forma, como el dar visibilidad de los productos que los clientes compran.



Incentiva el uso tecnológico en la logística, debido a los mejores resultados logrados en la eficiencia y seguridad que se obtiene, en el tratamiento y reducción de los riesgos detectados.





Aldea
Logística
Global

6 CENTROS LOGÍSTICOS EN FUNCIONAMIENTO PRÓXIMAMENTE ALDEA 7



SEGURIDAD
CTTV 24/7



ALTO ESTÁNDAR
CONSTRUCTIVO



AMPLIO PATIO
DE MANIOBRAS



ALMACENES CON
SISTEMA CONTRA
INCENDIOS SEGÚN
NORMA NFPA



UBICACIÓN
ESTRATÉGICA

Villa el Salvador

AGENDA TU CITA



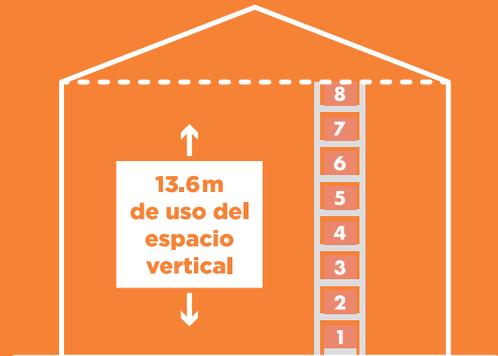
991 688 338

FORMATOS DE ALMACÉN DISPONIBLES

Alta densidad de almacenamiento
Simulación de paletas de 1.5 m de altura

Almacén Prime 2

Aldea 6 y 7 (14.8m al hombro)



Almacén Prime 1

Aldea 1, 3, 4, 5 (13m al hombro)



Almacén Standard

Aldea 2 (8m al hombro)



ALTA DENSIDAD DE ALMACENAMIENTO



ÁREAS DE USO COMÚN

CONOCE MÁS DE NOSOTRO EN:



¿TE CONVIENE TERCERIZAR TUS ALMACENES?

La tercerización es una alternativa atractiva para el manejo de algunas operaciones, entre ellas las de almacenamiento; no obstante, es necesario resaltar y evaluar los diferentes elementos que hacen de la tercerización una alternativa idónea para nuestro negocio.



Alex Kudzuma
CEO de Anunalog

La gestión de almacenes puede convertirse en un dolor de cabeza o en nuestra ventaja competitiva. Una de las preguntas que nos debemos hacer es: ¿debo manejar mi propio almacén o es mejor tercerizarlo?

La tercerización nos permite enfocarnos en nuestro core del negocio y dejar que los especialistas hagan la gestión de almacenes. Les invito a reflexionar sobre las consideraciones que debemos tener para tomar una buena decisión.

1. ¿El almacén que usamos es alquilado o propio? Si es alquilado es un costo fijo mensual. Tercerizar el almacenamiento nos permite convertir un

costo fijo en uno variable, donde solo pagamos por el espacio que ocupamos. Si es propio, y decidimos tercerizar el almacenamiento, podemos destinar ese espacio para otras necesidades de la empresa o incluso vender esa área.

2. ¿Cuál es el volumen o stock que solemos manejar y cuál es su rotación? A mayores volúmenes o mayor rotación seguramente necesitamos mayores áreas de almacenamiento para nuestros productos y al mismo tiempo puede demandar una mayor especialización del personal a cargo del almacén.

3. ¿Nuestro almacén tiene el área suficiente para el almacenamiento propiamente dicho y para preparar los pedidos de nuestros clientes? Cuando dimensionamos nuestras necesidades de almacenamiento, no





“

El almacenamiento no es nuestro core, no somos especialistas y podemos encontrarnos con diferencias de inventarios por diversas razones, errores en despacho, mal registro de ingresos y salidas, robos internos, etc.

”

debemos olvidar que necesitamos un área para el picking, es decir para la preparación de nuestros pedidos. Los almacenes cuentan con áreas de almacenamiento, picking, etiquetado, despacho, etc.

4. ¿Tenemos diferencias de inventarios cada vez que hacemos un inventario físico? El almacenamiento no es nuestro core, no somos especialistas y podemos encontrarnos con diferencias de inventarios por diversas razones, errores en despacho, mal registro de ingresos y salidas, robos internos, etc.
5. ¿Dependemos de una persona para ubicar rápidamente las mercaderías en nuestro almacén? Puede pasar que solo nuestro almacenero conoce dónde está cada cosa y cuando él falta nos podemos encontrar con serios problemas.

6. ¿Tenemos asegurada nuestra mercadería contra riesgos de incendio, inundaciones, robos y otros riesgos? Estamos expuestos a riesgos de diferente tipo. Los almacenes formales responden por la mercadería almacenada y cuentan con seguros contra todo riesgo.
7. ¿Somos importadores y nuestro stock es para varios meses? Evaluemos el uso de los depósitos aduaneros, que son almacenes donde ingresa nuestra mercadería sin pagar los derechos arancelarios. Podemos hacer retiros parciales de acuerdo a nuestras necesidades pagando también proporcionalmente los derechos, mejorando nuestro flujo de caja.
8. ¿Tenemos información confiable de nuestros stocks? Si no estamos seguros de lo que tenemos en nuestros almacenes, podemos perder ventas.
9. ¿Tenemos problemas para preparar nuestros pedidos por no tener personal calificado? Podemos tener problemas de retrasos en el despacho de nuestros pedidos por falta de personal o ineficiencias internas.
10. ¿Hemos comparado nuestro costo con el costo de tercerizar el servicio? Calcular el costo por m2 de nuestro almacén, al cual debemos adicionar el costo del personal que allí labora, las instalaciones para el almacenamiento, los equipos de manipuleo, las instalaciones y equipos de seguridad, cámaras, extintores, redes contra incendio, detectores de humo o de movimiento, etc., el costo del seguro. La suma de esos costos deben ser comparados con el costo del servicio de almacenamiento de una empresa almacenadora.

Los almacenes formales son especialistas en el servicio de almacenamiento de los más diversos productos.



“

Cuanta más confianza y colaboración exista entre nuestra empresa y el almacén, mejores resultados podemos tener de la gestión de almacenes.

”



- Cuentan con áreas con diferentes condiciones, de acuerdo a las necesidades de sus clientes; áreas abiertas, áreas techadas, bodegas cerradas, posiciones con racks, temperatura controlada, etc.
- Cuentan con tecnología para el manejo y control de la mercadería, como el WMS, así como equipos para el manipuleo de la misma.
- Al tercerizar el servicio trasladamos al riesgo de pérdidas de mercaderías.
- Su personal está capacitado para el adecuado manipuleo, cuidado y seguridad de las mercaderías que almacenan.
- Ofrecen información en línea de los stocks de la mercadería almacenada.
- Pueden establecer acuerdos de niveles de servicio con cada cliente de acuerdo a sus necesidades.
- Cuanta más confianza y colaboración exista entre nuestra empresa y el almacén, mejores resultados podemos tener de la gestión de almacenes.

En Anunalog creemos que el incremento del espíritu colaborativo entre nuestras empresas llevará al crecimiento y generará desarrollo para las empresas, nuestros colaboradores y para el país. 🔄



ZAPLER

DESDE 1980

SERIE XC, LA MEJOR ALTERNATIVA A LOS MONTACARGAS DE COMBUSTIÓN

- Modelos desde 1.5 a 5 toneladas.
- Recargas completas en 2 horas y cargas parciales sin comprometer el estado de la batería.
- El mismo performance que un montacargas de combustión.

LI-ION
TECHNOLOGY

INNOVATIVE LITHIUM-ION



COTIZA AQUÍ



📍 ANTIGUA PANAMERICANA SUR KM 17.2 VILLA EL SALVADOR

☎ (01)399 1950

🌐 WWW.ZAPLER.COM


HANGCHA



A la fecha, el VUCE cuenta con tres 3 componentes: Mercancías Restringidas, Componente Origen y Componente Portuario.

SITUACIÓN Y DESAFÍOS DEL VUCE PARA UN SECTOR PORTUARIO INTEGRADO, SOSTENIBLE Y MÁS PRODUCTIVO

La Ventanilla Única de Comercio Exterior tiene muchos desafíos de cara a mejorar las operaciones de comercio exterior. No se trata solo de la implementación de tecnologías digitales, sino también de la sostenibilidad y productividad que se busca alcanzar, sostiene la Ing. Mariela Gutarra Ramos, Jefa de la Oficina de Tecnologías de la Información en la Autoridad Portuaria Nacional (APN).

Desde su creación en el año 2010, la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) ha presentado diversas mejoras que han ayudado a agilizar los trámites gracias a la modernización de los procesos a través de medios electrónicos, los cuales vienen contribuyendo en la reducción de tiempos de atención y costos en las operaciones logístico-portuarias, además de la colaboración eficaz entre los organismos gubernamentales que integran esta plataforma.

Sin embargo, existen aún muchos retos y desafíos para lograr integrar a toda una comunidad portuaria. En la presente entrevista, Mariela Gutarra Ramos hace un diagnóstico de la evolución de esta plataforma

y algunos de sus principales componentes; además, menciona cuáles son los beneficios que está generando su aplicación y los desafíos que aún tiene por delante para la modernización, sostenibilidad y mayor productividad del sector portuario.

¿Qué cambios y mejoras importantes se han dado en el sistema VUCE en los últimos años?

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) es una plataforma creada en el año 2010 por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), con la finalidad de intercambiar, a través de los medios

“

Varios de los proyectos requieren una significativa inversión económica, por lo que es necesario estudiar con especial cuidado la viabilidad de adoptar dichas medidas y la participación del sector público y privado.

”

electrónicos, la información requerida o relevante para el ingreso, la salida o el tránsito de las mercancías y de los medios de transporte desde o hacia el territorio nacional.

A la fecha, la plataforma cuenta con tres 3 componentes:

Mercancías Restringidas:

Implementado en el año 2010. Es la plataforma que provee al usuario una forma ágil y sencilla de realizar sus trámites en línea, para la

obtención de los permisos, certificados, autorizaciones o licencias para importación o exportación de mercancías restringidas. Este componente se interconecta a los sistemas de las entidades de control como son SENASA, DIGESA, DIGEMID y otras instituciones del Estado encargadas de la expedición de dichos documentos.

Componente Origen:

Implementado en el año 2013. Esta plataforma permite a los productores y exportadores gestionar, a través de medios electrónicos, la obtención del Certificado de Origen, documento que es necesario para que se beneficien de las preferencias arancelarias y no arancelarias que ha negociado el Perú en los distintos Tratados Internacionales y Acuerdos Comerciales.

Componente Portuario:

Implementado en el año 2015. Es una plataforma que permite la gestión de procedimientos administrativos vinculados a la recepción, estadía y despacho de naves. Este componente viene siendo modernizado mediante la ejecución de los siguientes proyectos, impulsados por la APN:

- **Diseño del Sistema de Comunidad Portuaria (PCS) (mayo 2020 - mayo 2021):**
Proyecto denominado Plan Director PCS: Comprende el diseño de una plataforma colaborativa neutral para el puerto del Callao, de la cual formará parte el nuevo Componente Portuario 2.0,



El componente mercancías restringidas del VUCE provee al usuario una forma ágil y sencilla de realizar sus trámites en línea.

facilitando el intercambio de información entre los diferentes actores de la comunidad portuaria, públicos y privados, ofreciendo funcionalidades centralizadas que faciliten el registro y atención de diversos requerimientos del ámbito portuario. Este diseño está basado en experiencias de puertos de primer nivel como Rotterdam, Shanghái, etc.

- **Nuevo Componente Portuario 2.0 (noviembre 2020 - febrero 2022)**
Este proyecto contempla la optimización de los Servicios de Recepción y Despacho de Naves (Redenaves), estadía, servicios portuarios básicos y servicios conexos, los cuales actualmente se encuentran en funcionamiento a través de la plataforma VUCE 1.0. La implementación de este nuevo componente portuario 2.0 a nivel nacional, permitirá contar con una arquitectura tecnológica de avanzada y procesos rediseñados acorde a las actuales necesidades de integración con diferentes entidades.
- **Módulo de Autorizaciones Previas Portuarias:**
Proyecto en etapa de definición. A través de este módulo se implementarán funciones rediseñadas para el servicio de otorgamiento de licencias de operación de agencias marítimas, fluviales y lacustres, así como para prestadores de servicios portuarios básicos a nivel nacional. Solución que trabajará en interoperación con nuestro actual Sistema Automatizado de Gestión de Autorizaciones (SAGA).

Todos estos proyectos representan una importante mejora para el sector portuario, en beneficio del comercio exterior, al agilizar los trámites gracias a la modernización de los procesos a través de medios electrónicos, los cuales vienen contribuyendo en la reducción de tiempos de atención y costos en las operaciones logístico-

“

El componente portuario es una plataforma que permite la gestión de procedimientos administrativos vinculados a la recepción, estadía y despacho de naves.

”

portuarias, además de la colaboración eficaz entre los organismos gubernamentales que integran esta plataforma.

¿De qué manera se ha verificado favorecido el comercio marítimo portuario con la implementación de los proyectos portuarios de la VUCE 2.0?

Identificamos diferentes ventajas competitivas que traerán consigo los proyectos antes mencionados, entre ellas destacan:

- Generación de eficiencias en las operaciones logístico - portuarias: por ejemplo: reducción de costos, reducción de tiempos de atención
- Digitalización de procesos, lo que conlleva a la reducción de actividades presenciales, recepción y procesamiento de solicitudes de manera virtual.
- Interoperabilidad con sistemas de las diferentes entidades que conforman la comunidad portuaria.



Existe la necesidad de contar con personal calificado en puertos y que entienda de las tecnologías emergentes, tanto desde el punto de vista estratégico como operativo.

- Integración con firmas digitales, plataformas de pago electrónico, autenticación de accesos mediante clave SOL de SUNAT.
- Estandarización de procesos, formatos y procedimientos.

¿Quiénes se estarán viendo beneficiados y de qué manera?

Estos proyectos representan un hito importante en el proceso de transformación digital de la Comunidad Portuaria del Callao. Con su implementación, se logrará:

- La evolución del puerto del Callao hacia un puerto inteligente (Smart Port).
- La integración de la Comunidad Portuaria del Callao mediante sistemas que articulen las operaciones marítimo – portuarias, como la DICAPI, SUNAT, MINCETUR, SENASA, DIRESA, MTC, APN, terminales portuarios, agentes marítimos, prestadores de servicios, entre otros.

¿Cómo se relacionan estos proyectos portuarios de VUCE 2.0 con el Smart Port-Callao?

Smart Port Callao es un portafolio que agrupa alrededor de 50 iniciativas y/o proyectos con el objetivo de lograr la transformación digital del puerto del Callao, y que viene siendo impulsado por la APN, como parte de su Plan de Gobierno Digital. Su periodo de implementación es de 5 años (2020 al 2025).

Entre sus principales proyectos, se encuentra un grupo denominado VUCE 2.0, el cual está conformado por:

- El nuevo Componente Portuario
- El Sistema de la Comunidad Portuaria (PCS)
- El Observatorio Logístico
- El nuevo Componente de Mercancías Restringidas
- El nuevo Componente de Origen

¿Cuáles son los retos y desafíos de VUCE 2.0 frente al comercio exterior y SmartPort-Callao?

Tenemos muchos retos y desafíos para lograr integrar a toda una comunidad portuaria. No se trata solo de la implementación de tecnologías digitales sino también es la sostenibilidad y productividad que se busca alcanzar, a fin de lograr un ambiente de integración estratégico, en beneficio del sector portuario.

Entre los principales desafíos tenemos:

Acceso a los instrumentos de financiación en el país: Varios de los proyectos requieren una significativa inversión económica, por lo que es necesario estudiar con especial cuidado la viabilidad de adoptar dichas medidas y la participación del sector público y privado.

Desafío de la tecnología: Respecto a la adopción de tecnologías emergentes para el puerto de Callao, existe un interés de seguir las buenas prácticas internacionales. El principal desafío es la necesidad de coordinación y gobernanza entre el sector privado y público para que el diseño e implementación de dichas tecnologías sean posibles.

Personal calificado: Existe la necesidad de contar con personal calificado en puertos y que entienda de las tecnologías emergentes,

tanto desde el punto de vista estratégico como operativo. Para ello, se requiere todo un proceso de capacitación dirigido a los colaboradores de las instituciones para que puedan estar preparados frente a un contexto digital, así como tener la capacidad de diseñar nuevas estrategias basadas en el uso de estas tecnologías, contribuyendo así en su proceso de implementación.

Gestión de Cambio y ecosistema de innovación: La armonización de nuevos procesos requiere una cultura de cambio continuo por parte de los actores públicos y privados. También contribuye a un entorno más favorable al cambio, a la existencia de un fuerte ecosistema de innovación, con colaboración de las universidades, centros de investigación y desarrollo, entidades públicas, grandes empresas y startups.

Gobernanza y coordinación: Un puerto que busca ser inteligente necesita tener una coordinación 'inteligente' entre los diversos interesados, con alta transparencia entre las distintas iniciativas que se lleven a cabo.

La Comisión Multisectorial para la Facilitación del Comercio (Comufal), presidida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), es un organismo clave para garantizar la comunicación entre todas las entidades públicas y privadas al máximo nivel.

En ese sentido, la APN en su misión de continuar impulsando la modernización y competitividad de los puertos, tiene previsto presentar la iniciativa Smart Port Callao a dicha Comisión, así como proponer la creación de un equipo de trabajo para el desarrollo de un puerto inteligente dentro del grupo logístico. 

LA ÚLTIMA MILLA: 5 ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE ENTREGA



Introducción

La última milla es el proceso final de toda cadena de abastecimiento que consiste en entregar el pedido de una tienda online a su comprador. Transcurre desde que el pedido sale del último punto de distribución (almacén, tienda, centro de distribución...) hasta el cliente.

¿Qué hacemos cuando la última milla se convierte en una gestión compleja y difícil de manejar producto del crecimiento exponencial de las compras online?

¿Qué pasa cuando un pedido no llega el día o la hora indicada y la experiencia de compra deja de ser satisfactoria?

Te invito a leer mi artículo sobre que estrategias aplicar para optimizar tus operaciones y acercarte mucho mas a tus clientes.

Contenido

Hoy en día las redes sociales han sido testigo de reclamos que clientes de importantes retailers han publicado por diferentes problemas en la entrega de sus pedidos atribuibles al transporte, desabastecimiento de productos y plataformas e-commerce que no estaban preparadas para procesar grandes volúmenes de pedidos.

Según el portal especializado Supply & Demand Chain Executive, los costos logísticos en una cadena logística deficiente representan hasta el 30% de sus ventas y sumado la exigencia de los clientes por sus envíos (mas rápido y gratis) la última milla se vuelve una gestión compleja y crítica para las empresas que corren el riesgo de perder a sus clientes por una gran insatisfacción en la entrega de sus productos.

Dada la coyuntura actual y considerando que en el Perú el comercio electrónico creció 50% y en algunos rubros superó el 100% (Fuente SUNAT), la última milla se ha convertido en un factor clave para el crecimiento de las empresas y que para adaptarse y ser sostenibles en el tiempo, tendrán que desarrollar estrategias enfocadas en



Wili Chirinos
Consultor en
logística, supply
chain y operaciones



experiencia de entrega que es la de llevar productos correctos al lugar correcto y lo más rápido posible.

Cinco (05) estrategias que pueden ser aplicadas para enfrentar estos nuevos desafíos:

1. Facilitar a los clientes el seguimiento de sus pedidos, (fecha de llegada, datos del transportista y posibles demoras) a través de herramientas tecnológicas en la nube para que tengan el control desde cualquier dispositivo con conexión a internet (Celular, tablet, laptop, etc) y así estimular su fidelización.
2. Uso de Software de Monitoreo en tiempo real de los pedidos desde su despacho hasta la entrega al cliente a fin de controlar la flota de vehículos, rutas, tiempos y obstáculos en el camino.
3. Uso de software de gestión de flotas para el consumo de combustible, optimización de capacidad de carga, eficiencia de carga y descarga, seguridad, etc.

4. Aplicación de business intelligence para analizar los datos y alinear las estrategias de entrega con las necesidades de nuestros clientes.
5. Medir la experiencia del cliente (CRM), capturando su historial de compras, retrasos o problemas en la recepción permitirán identificar oportunidades de mejora y acercarnos a ellos siendo capaces de satisfacer sus necesidades.

Como líderes en la cadena de abastecimiento debemos prepararnos y adaptarnos para nuevos desafíos desempeñando un papel dinámico e innovador.

¿Que opiniones o estrategias puedes compartir? 



YOBEL SCM OPTIMIZA COSTOS Y MEJORA LA EFECTIVIDAD DE SUS REPARTOS EN SUS OPERACIONES DE LATAM CON EL TMS DE DRIVIN



La optimización de rutas de Drivin ha dado lugar a mejores tiempos de respuesta y envíos de Yobel SCM.

Ha logrado reducir sus costos de transporte por encima del 10% y también ha superado el 99% de la efectividad de sus repartos en varios países de Latinoamérica donde opera actualmente utilizando Drivin. Además, ha incrementado la velocidad de sus envíos y obtenido visibilidad de sus procesos, fruto del uso de la plataforma de transporte de Drivin.

La empresa Yobel SCM tiene implementado el Sistema de Gestión de Transporte (TMS, por sus siglas en inglés) de Drivin en sus operaciones de Ecuador, Perú, Costa Rica, Puerto Rico y El Salvador. La utilización de esta plataforma les ha permitido mejorar sus procesos y servicios en distribución en sus canales de B2B y B2C.

Yobel SCM contaba con desarrollos propios, pero estos no fueron suficientes para enfrentar las nuevas exigencias de sus clientes y las dificultades que se fueron presentando en el mercado.

“El mercado, cada vez más competitivo, nos obliga a tener que reaccionar más rápido. Esta rapidez la conseguimos con tecnologías que soportan nuestros procesos de manera eficiente”, indica Claudia Malasquez, Jefe de Línea de Negocio Transporte de Yobel SCM.

La optimización de rutas de transporte fue uno de los principales aspectos en los que centraron sus objetivos al inicio. Con la utilización de Drivin lograron gestionar mejor sus rutas de transporte, reduciendo su lead time de distribución, además de optimizar sus costos.

“Lo que esperábamos era ahorrar en el costo del flete; principalmente en lo relacionado con las rutas establecidas y el reparto. Esperábamos un ahorro por encima del 10%”, sostiene Carmen Bueno Catter, Gerente Comercial en Yobel SCM.

En general, para ambos canales, los retos de Yobel SCM eran mejorar la efectividad de los repartos, dar visibilidad de los pedidos a sus clientes y a los clientes de sus clientes, reducir los tiempos de llegada, adecuarse a ventanas horarias en la entrega

“

(En la última milla) El reto es generar rutas eficientes para cumplir con estos tiempos de entrega que tenemos estimado. El otro reto principal, que ha sido desafiante, es el tema de poder tener georreferencias validadas.

”

de pedidos y permitir un monitoreo en línea de las unidades de transporte y del estatus de los pedidos.

“La plataforma de Drivin nos ha dado ese plus para asegurar la promesa de entrega a nuestros clientes, acompañado también de un costo eficiente. La administración de flota es sencilla, es una herramienta bastante amigable para los usuarios. En nuestra experiencia, definitivamente sí la recomendamos”, comenta Claudia Malasquez.

Por su parte, Carmen Bueno remarca que la herramienta es bastante amigable y fácil de implementar.

Última milla

La plataforma de Drivin hace posible que los clientes de Yobel reciban avisos o preavisos antes de que reciban su pedido. También permite que sus clientes y los clientes de sus clientes puedan saber dónde está su pedido durante todo el proceso, desde el despacho hasta su entrega final.

Asimismo, el sistema permite realizar un monitoreo de las unidades de transporte durante sus trayectos. De esta manera, se obtiene información en tiempo real de la ubicación y cualquier incidencia de las unidades, pudiendo reaccionar ante cualquier imprevisto sin comprometer el servicio.

Todo esto ha impactado en el lead time de la distribución de Yobel SCM

“Se monitorea para tomar las decisiones a tiempo y cumplir con el servicio”, asegura Claudia Malasquez.

La optimización de rutas de Drivin ha dado lugar a mejores tiempos de respuesta y de envíos de Yobel SCM. Por la cantidad de destinos que tenía la empresa en lo que es última milla, su objetivo era cumplir con los tiempos de entrega. Con rutas más eficientes, los recorridos de las unidades se han hecho menores, reduciendo horas de trabajo, sobretiempos y sobreesfuerzos.

“Que un transportista pueda cumplir con sus horas de trabajo, sin generarle estrés, para que pueda manejar bien y tener un desplazamiento óptimo, nos ayuda a cuidar de nuestros propios equipos de trabajo”, comenta Malasquez.



Carmen Bueno Catter, Gerente Comercial en Yobel SCM.

B2B

De acuerdo con Malasquez, en el canal B2B uno de los temas importantes está relacionado con el valor de las cargas. Porque, si bien es cierto no se llegan a múltiples destinos como en la venta directa, el alto valor de la carga o de las órdenes de compra, en este canal, hace imperativo tener visibilidad en todo el proceso.

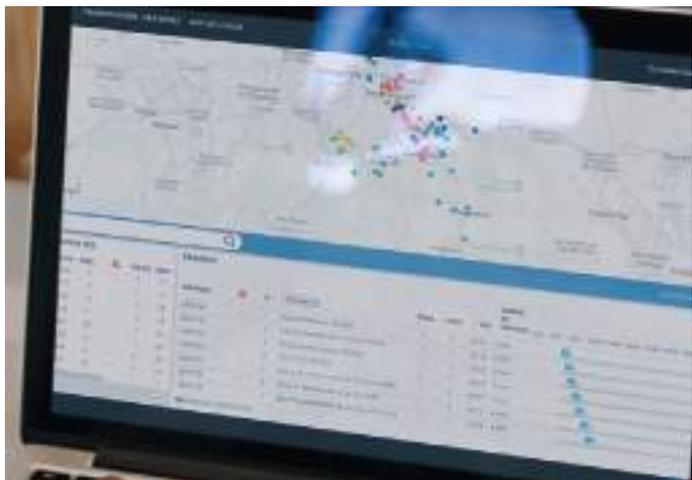
“Es supervalioso porque tienen la seguridad de que el servicio que estamos brindando cumple con los estándares: de lo acordado en el contrato y de los protocolos que cada centro de distribución, cadena de farmacia y autoservicio solicita para poder recibir sus productos”, señala.

Además, indica Malasquez, Drivin ha sido muy importante en este canal ya que permite que múltiples usuarios y perfiles de usuarios, puedan visualizar información acerca de toda la cadena de entrega de la carga. Un aspecto importante dado el alto valor de la mercadería.

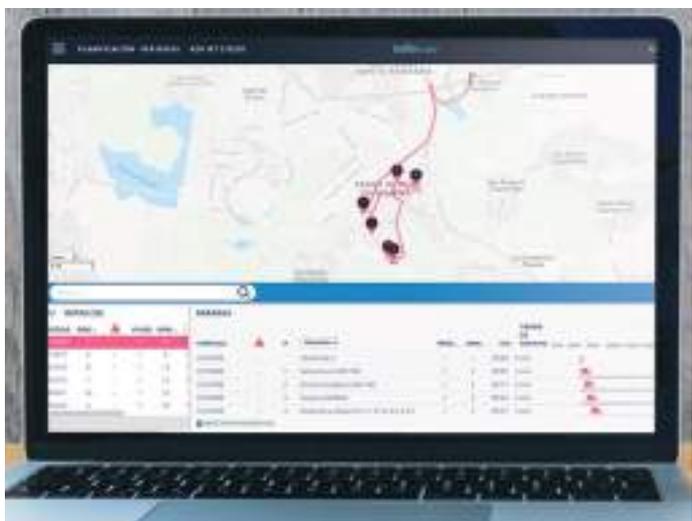
“Se pueden generar diversos perfiles, para que cada usuario revise la información que requiera, con los datos necesarios para tomar



Con rutas eficientes, monitoreo de flotas en tiempo real y visibilidad, Yobel SCM logra una efectividad de reparto por encima del 99% en sus entregas finales de última milla.



La optimización de rutas de transporte fue uno de los principales aspectos en los que centraron sus objetivos al inicio.



decisiones y generar indicadores. Todo ello, hace que nuestros clientes, agilicen sus procesos internos dentro de sus propias organizaciones, como los procesos de cobranza, por ejemplo”, refiere.

Efectividad de reparto y georreferencia

Con todas esas mejoras: rutas eficientes, monitoreo de flotas en tiempo real y visibilidad, Yobel SCM logra una efectividad de reparto por encima del 99% en sus entregas finales de última milla. “Antes de Drivin, ya teníamos una buena efectividad de reparto, pero obviamente, lo que esperábamos era mejorarla”, comenta Carmen Bueno.

Un aspecto adicional y clave para ello, fue el tema de la georreferencia de las direcciones. Para la empresa fue un gran reto el poder contar con georreferencias validadas. Y es que en la mayoría de los países de la región, no existía una normalización de direcciones, refiere Claudia Malasquez.

“Nos encontrábamos con direcciones de casas de clientes, con la dirección de la avenida, tal vez sin número, y colocaban como referencia al costado de la casa roja; incluso en Costa Rica había clientes que nos decían “al frente del parque tal”, “del árbol”, y con el nombre del tipo del árbol. Este punto, es decir que las georreferencias sean certeras, fue un verdadero reto”, cuenta.

La plataforma de Drivin los ayudó no solamente a poder capturar la información, sino para verificar que esta georreferencia fuera certera, que se llegue al lugar donde el cliente está esperando recibir su pedido, resalta Malasquez.

“En algunas zonas rurales todavía tenemos ciertos gaps que manejar, pero en realidad nos ha ido bastante bien”, agrega.

En Costa Rica, la aplicación propia que tenía Yobel SCM les daba un bajo porcentaje de confirmación en línea de las coordenadas, debido a la compleja geografía del país (grandes extensiones de amazonía y bosque).

Cuando empezaron a implementar la plataforma de Drivin, lograron alcanzar un alto grado de certeza en la confirmación superior al 95%.

“

Lo que esperábamos era ahorrar en el costo del flete; principalmente en lo relacionado con las rutas establecidas y el reparto. Esperábamos un ahorro por encima del 10%.

”

“Obtener ese resultado hace que nuestros clientes confíen en que la entrega se hace en el momento acordado, cumpliendo así con el lead time establecido, en el lugar establecido”, enfatiza Malasquez.

Competitividad

Todo esto ha tenido un alto impacto en la competitividad de la empresa, que ya de por sí venía creciendo de manera importante.

De acuerdo con Carmen Bueno, el contar con la plataforma de Drivin les ha ayudado a implementar los servicios distribución de una manera más rápida, lo que les brinda un factor diferencial en el mercado. Y es que, en el caso de la distribución, luego de que se gana una licitación, el cliente espera que el servicio empiece de inmediato.

“En este sentido, nuestros tiempos de implementación también son un factor importante, ya que nos hace competitivos dentro del mercado. Es diferente que ganes una licitación y le digas a tu cliente que vas a demorar 2 meses, a decir que podemos empezar ya; dependiendo, claro está, del rubro, del canal y de la complejidad de la cuenta”, apunta Carmen Bueno.

La experiencia de Yobel SCM en la venta directa y su conocimiento en las redes de transporte en el canal B2B, los ayudó a incursionar de manera más profunda en el canal B2C, tras el impacto de la pandemia en el aumento de las ventas online. Y con el soporte del TMS de Drivin, lograron una mayor eficiencia en el reparto a domicilio, consolidando mercadería de diferentes clientes para poder hacer sinergias.

“Nos permitió llegar de manera óptima, económica y segura”, anota Bueno.

El futuro

Carmen Bueno observa que los clientes B2B están tendiendo a asignar mayor cantidad de ventanas horarias y a generar penalidades a los proveedores.

“Eso obliga al proveedor en sí, o a la empresa de transporte, a tener un mejor dominio del tiempo de la ruta para poder llegar en la ventana horaria de manera exitosa”, dice.

Con respecto al canal B2C, indica que no existe un perfil único en las exigencias del servicio que tienen hoy los clientes. Pero tiene claro que ya sea facilitando una conveniencia o que la mercadería llegue en el momento que la persona lo necesita, la velocidad y el precio tienen que confluir.

Asimismo, indica que contar con accesos en horarios que el consumidor requiere, ha generado retos en los diferentes modelos de distribución. Por ello, la empresa hoy cuenta también con diferentes modelos de distribución como multi-recojo, multi-entrega, consolidaciones.

“También contamos con otros modelos como hacer un inhouse en el CD del cliente para desde ahí hacer multi-entregas”, agrega Carmen Bueno.

Además, comenta que se debe tomar en cuenta la parte del e-wallet, que se está convirtiendo en parte del reparto.

Al respecto, Claudia Malasquez apunta que el proceso, tanto en B2C como en B2B, se hace cada vez más complejo, porque ya no solamente es entregar: es cobrar en algunos casos, incluso hasta instalar. 

“

Adicional al costo y la efectividad de reparto, creo que el otro punto importante a mencionar es tener visibilidad. Una visibilidad tanto en nuestros equipos operativos como en el cliente de nuestros clientes.

”



Claudia Malasquez, Jefe de Línea de Negocio Transporte de Yobel SCM.

DRIVIN: SOMOS PARTNER TECNOLÓGICO Y PARTE DE LA OFERTA DE VALOR DE YOBEL

La empresa de tecnología logística Drivin ofrece un Sistema de Gestión de Transporte (TMS, por sus siglas en inglés) que genera una serie de beneficios en los procesos de transporte y distribución de las empresas.

Así lo demuestra el operador logístico Yobel SCM, uno de los tantos casos de éxito que tiene Drivin en Latinoamérica. El proyecto con este cliente se inició en 2016 y desde entonces, han continuado las coordinaciones para la implementación de más funcionalidades ante nuevas necesidades y para la búsqueda de nuevos clientes por parte de Yobel SCM.



Ernesto Goycoolea, Gerente General de Drivin.

“Cuando nuestros clientes tienen una licitación, en muchos casos nos comparten las bases de esta, revisamos qué hacemos hoy e incluso estamos dispuestos a realizar ciertos desarrollos en caso que no tengamos algunas de las funcionalidades. Eso se da mucho cuando los clientes son operadores logísticos, somos sus partners y parte de su oferta”, resalta Ernesto Goycoolea, Gerente General de Drivin.

Esto también lo confirma Carmen Bueno Catter, Gerente Comercial en Yobel SCM.

“Contamos con el apoyo de Drivin para cualquier requerimiento o adecuación que se pueda necesitar para los clientes. Porque un operador logístico tiene todo tipo de clientes, con todo tipo de necesidades y todo tipo de canales, por lo que no todo se comporta de la misma manera. Nos sentimos tranquilos de tener a Drivin, velando porque a nosotros nos vaya bien en los negocios”, añade Carmen Bueno.

En el caso de otros rubros como el consumo masivo, retail o el industrial, por ejemplo, seguimos siendo un Partner Tecnológico, agrega Ernesto Goycoolea. Los apoyamos ante cualquier consulta tecnológica y de logística para mejorar sus procesos.

Drivin se sustenta sobre 3 pilares fundamentales. Ayudan a sus clientes a ser más eficientes en su operación logística, mejoran el nivel de servicio que ofrecen a sus clientes y apuestan por ser un partner tecnológico de sus clientes, indica Goycoolea. Además, agrega que su plataforma genera importantes ahorros, uso óptimo de las unidades, mayor número de repartos y mejores tiempos de entrega, entre otros beneficios.

Además, asegura que el software es muy sencillo de utilizar y rápido de implementar.

“A medida que vamos creciendo en funcionalidades, hay módulos que son más difíciles de implementar que otros, pero eso no impide que la plataforma se pueda ocupar desde el primer día y que después se vayan agregando otras funcionalidades; como es el módulo de recaudo de los transportistas o el módulo de costos, que son un poco más complejos de implementar”, sostiene Ernesto Goycoolea. 📍



AMERICA LOGISTICA GROUP

...Logística para el cliente



Contactos

Gerencia General

José M. Ferril

✉ Jose.ferril@americalogistica.pe

☎ Cel. 9891-05320

Gerente de Operaciones

César A. Huamán Q.

✉ cesar.huaman@americalogistica.pe

☎ Cel. 9443-49758



📍 Almacenes: Belisario Sosa Pelaéz 1055
Urb. Chacra Ríos Sur - Lima (Alt. Cdra. 22 de la Av. Venezuela)

www.americalogistica.pe



Freight Forwarding

- ▶ Fletes Internacionales Marítimos, Aéreos y Terrestres (FCL, LCL).
- ▶ Consolidación y Desconsolidación de Carga Aérea y Marítima.
- ▶ Carga Proyectos / Dimensionada.
- ▶ Seguro de Transporte Internacional.
- ▶ Embalaje.
- ▶ Asesoría y seguimiento de sus operaciones.

Almacén

- ▶ Almacén Físico para carga LCL y FCL
- ▶ Recepción / Picking / Generación de Documentos / Despacho / Logística Inversa.
- ▶ Manejo de CD y plataformas de Distribución.
- ▶ Espacios mínimos desde 25 m²
- ▶ Ubicación estratégica.

Transporte y Distribución con Cadena de Frío.

- ▶ Sector Pharma bajo normas BPDT.
- ▶ Productos para agro exportación y campañas.
- ▶ Distribución canal fast food, horeca, supermercados, cadena de tiendas, distribuidores.
- ▶ Manejo de productos conservados, refrigerados y congelados.
- ▶ Contamos con plataforma web para la trazabilidad de cadena de frío.

Central Telefónica:

☎ **335-4109**

DHL SUPPLY CHAIN BUSCA DIGITALIZAR LA LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS EN EL PERÚ



El dron puede generar un 40% de eficiencia adicional en los conteos de inventario cíclicos en altura.

La transformación digital es una de las principales estrategias de las empresas en el mundo hoy en día. La logística es una de las actividades en donde más se está aterrizando la implementación de nuevas tecnologías e innovaciones con el fin de hacer más competitivo los negocios.

La digitalización logística de las empresas es ya una realidad galopante en el mundo y el Perú no es la excepción. Una de las empresas que está apostando fuertemente por digitalizar la cadena de suministros en el Perú es DHL Supply Chain, proveedor logístico parte del Grupo Deutsche Post DHL.

"En nuestra estrategia 20-25, la iniciativa de digitalizar es clave. A nivel corporación y de grupo entendemos que la logística se tiene que transformar y la digitalización es el camino para hacerlo más eficiente", indica Germán Arango, Gerente General de DHL Supply Chain para Perú, Argentina y Chile.

Para DHL Supply Chain el Perú es un mercado estratégico debido a su solidez y a su alto potencial de transformación.

La compañía, que mantuvo activa la cadena de suministros de sus clientes en lo que va de la pandemia, privilegiando la seguridad de su equipo de trabajo, busca mejorar la competitividad de sus clientes en Perú haciendo más eficiente sus operaciones logísticas con la aplicación de modernas soluciones tecnológicas.

"La logística que le proveemos a nuestros clientes hoy en Perú es del mejor nivel global. Son soluciones que nosotros comparamos con aplicaciones que hay en países de Europa, en Norteamérica, en

“

El smart sensor es un medidor de humedad y temperatura con GPS, que permite básicamente hacer el tracking en cualquier lugar del mundo de una orden o de un pedido, garantizando que la cadena de frío no se rompa ante un posible evento.

”

otros países de Latinoamérica. Los niveles de servicio y los niveles de eficiencia que nosotros le damos a nuestros clientes en Perú está al mejor nivel del mundo”, comenta Arango.

Indica que todas las empresas en el Perú, ya sean grandes o pequeñas, necesitan de esta transformación para ser más competitivos.

“Hay escalas distintas de negocios, pero todos necesitan ser más competitivos y más eficientes, y ahí es donde nosotros hacemos nuestra oferta de valor”, afirma.

De acuerdo con Arango, las soluciones tecnológicas que poseen y utilizan en ejecución de sus servicios logísticos, pueden ayudar a transformar y agilizar la logística de sus clientes. Su objetivo para el 2021 es seguir reforzando en Perú todas aquellas aplicaciones tecnológicas que ayudan a entregar mayores beneficios a sus clientes.

Acorde con ello, la compañía inauguró este año en Perú el Innovation Corner, un espacio destinado a la aplicación de nuevas tecnologías con el objetivo de impulsar mejoras en la logística en el país, particularmente en sectores como consumo, automotriz, tecnología, manufactura.

“El Innovation Corner pretende ser un espacio para interactuar con nuestros clientes, en el que tengamos un muestrario de la tecnología de nuestras operaciones y en el cual ellos puedan interactuar. Asimismo, pretendemos conectarnos con sus necesidades específicas. Queremos acercarlos a la solución más óptima que les brindamos”, apunta Germán Arango.

Eficiencias y costo-beneficio

DHL Supply Chain tiene un gran número de tecnologías que aplica en las operaciones logísticas de sus clientes, en almacenamiento, transporte, packaging y otros servicios estratégicos. Estas herramientas se caracterizan por los altos niveles de eficiencia que generan y por el mejor costo-beneficio.

Por ejemplo, una de sus soluciones, el dron, puede generar un 40% de eficiencia adicional en los conteos de inventario cíclicos en

altura. Asimismo, otra de sus soluciones, el ring scanner, que viene acompañado de un smart watch, puede mejorar entre un 15% y 25% las operaciones de preparación de pedidos.

“Cada tecnología va dando diferentes optimizaciones. Si vas a hacer un ruteo manual para entrega de última milla, puedes generar un caos, puedes mandar a tus conductores a dar vuelta por toda la ciudad y no llegan nunca a su destino”, refiere Arango.

Arango asegura que todas las tecnologías que manejan se pagan rápido. Al respecto, sostiene que la empresa busca un payback adecuado o de corto tiempo, enfocándose en los beneficios que esas herramientas le van a dar a sus clientes.

“Nosotros buscamos herramientas que tengan payback de corto tiempo, 6 meses, 1 año, eventualmente 2 años. Pero que le van a dar al cliente una competitividad significativa en el mediano, largo plazo. Nosotros buscamos siempre ese costo-beneficio. No solo cuanto cuesta, sino que beneficios le trae al cliente, y si justificamos el payback, no tenemos dudas en avanzar en esas inversiones estratégicas”, resalta.

Las tecnologías e innovaciones logísticas

En el mundo, DHL Supply Chain cuenta con tres centros de innovación e investigación, en donde desarrollan aplicaciones orientadas a necesidades específicas de logística en base a tecnologías ya probadas o inventadas.

“Tenemos un equipo de doctores que están haciendo investigación, interactuando con startups, con partners, con proveedores estratégicos de tecnología, donde estamos buscando tomar tecnologías probadas, inventadas, pero desarrollando la aplicación en la logística”, comenta Germán Arango.

En el recientemente inaugurado Innovation Corner en el Perú, la empresa ha reunido las diversas tecnologías con las que cuenta en todo el mundo y las que continúa sumando. Aquí algunas de ellas.

Dron para toma de inventarios

Germán Arango explica que desde hace unos años han empezado a trabajar con drones en los almacenes para la toma de inventarios cíclico. Lo que hicieron fue desarrollar una solución que combina



El smart sensor puede monitorear condiciones en una cámara de un almacén que tenga alimentos o medicamentos o todo el proceso de transporte.



Germán Arango, Gerente General de DHL Supply Chain para Perú, Argentina y Chile.

drones con escáner, cámaras y software especializado que, entre otras funciones, permite escanear los códigos de barra y los códigos QR en altura para control de inventarios.

"Nuestro equipo de ingeniería, trabajando con soporte, desarrollaron todo el sistema de montaje del escáner dentro del dron", dice. "Hoy ya lo tenemos en nuestras operaciones", remarca.

Arango resalta que el uso de drones les está generando una alta eficiencia y productividad en el inventario cíclico en altura, un 40% mayor a la que tenían con modelos tradicionales. Además, indica que el costo es menor, ya que antes debían proporcionar plataformas al personal para que se subieran a una altura necesaria.

"Hoy el sistema hace una verificación en línea y solamente dispara una alerta cuando el producto físico y la posición sistémica no cuadran. Esto nos ayuda a tener una logística mucho más confiable dentro de los almacenes, una operación mucho más segura, mucho más eficiente; siempre buscando seguridad, calidad, productividad que son nuestros lemas de operación", destaca.

Asimismo, sostiene que los drones tienen otros dos puntos de aplicación. Uno de ellos es la supervisión en tejado, en alturas o en puntos de alto riesgo. Una tercera función es lo que respecta a seguridad, para el monitoreo del perímetro del almacén, de los patios de maniobra, "buscando ser muy preventivos y apoyando a nuestros equipos de seguridad patrimonial en esto", comenta.

Ring scanner

Por su parte, Hernán Bravo, Supervisor de Innovación DHL Supply Chain de Chile, Perú y Argentina, indica que una segunda innovación que aplican tiene que ver con el picking. Se trata del ring scanner, una herramienta que utilizan para operaciones de preparación de pedidos con mejoras en la productividad cercanas al 15%.

"Se compone de una smart watch y un anillo que nos permiten hacer las labores de picking mucho más rápido y eficiente. Permite tener las manos libres, haciendo que se gane productividad en el picking. Nosotros lo aplicamos directamente para hacer las lecturas de códigos de barra 1D y códigos de barra 2D", precisa.

Agrega que en el smart watch han incorporado diversas aplicaciones más allá del picking, que le puedan hacer sentido al negocio y agreguen valor.

"Lo que nosotros estamos haciendo es acercar aplicativos muy enfocados a la gestión que tiene que hacer nuestra gente en operaciones logísticas. Estos aplicativos se desarrollan en el grupo y se comparten globalmente", remarca por su parte Germán Arango.

Al respecto, Arango detalla que una de las aplicaciones instaladas permite tomar fotografía. Por ejemplo, dijo que en el caso de que un trabajador encuentre un obstáculo en los pasillos, este puede tomarle una fotografía con el smart watch y enviar la imagen a los

“

A nivel corporación y de grupo entendemos que la logística se tiene que transformar y la digitalización es el camino para hacerlo más eficiente.

”

responsables de seguridad o al equipo de operaciones para que puedan tomar alguna medida inmediata.

Asimismo, menciona que han conectado el hardware a su sistema WMS (Sistema de Gestión de Almacenes).

“Por ejemplo, cuando un auditor está haciendo una verificación de un embarque que se va a despachar, hace la completa auditoría y verificación de que la carga está en las condiciones adecuadas; puede digitalmente hacer la autorización para que el sistema ya pueda dar el siguiente paso, que es embarcar el producto y despacharlo”, explica.

Además, esta herramienta hace un monitoreo en tiempo real de toda la gestión del trabajador. Así, el operario del almacén puede ver por su cuenta en qué nivel de avance está o si está haciendo bien o no su trabajo.

“Si yo soy un preparador y tengo que preparar 250 cajas por hora hombre, yo puedo consultar cómo está mi productividad, entender si tengo alguna dificultad, de repente pedir ayuda de mi supervisor para ver si puedo cambiar algo, etc.”, comenta Arango.

Smart Sensor

De acuerdo con Hernán Bravo, el smart sensor es un dispositivo, con tecnología de Internet de las Cosas, que ayuda al seguimiento y control de la cadena de frío. Es un medidor de humedad y temperatura con GPS, que permite básicamente hacer el tracking en cualquier lugar del mundo de una orden o de un pedido, garantizando que la cadena de frío no se rompa ante un posible evento.

“Esto no solo sirve para ver la temperatura, sino que es inteligente, es proactivo, porque al mismo chofer del camión y a nuestro centro de monitoreo le envía una señal: ojo, ‘la carga está saliéndose del rango de temperatura’; en ese caso, nosotros podemos tomar una acción inmediata y de esa manera llegar sí o sí con el producto correcto donde el cliente”, explica Bravo.

De acuerdo con Germán Arango, esta solución tiene varias aplicaciones; desde monitorear condiciones en una cámara de un almacén que tenga alimentos o medicamentos, hasta todo el proceso de transporte.

“Incluso se utiliza no solo para el transporte local sino también transporte internacional. Lo podemos nosotros monitorear o incluso le podemos dar visibilidad al cliente. Eso le da mucha tranquilidad a los destinatarios

finales cuando saben que el producto que están recibiendo conservó toda la cadena fría en el network que pasó”, apunta.

MySupplyChain

De otro lado, Hernán Bravo indica que cuentan con otra iniciativa denominada MySupplyChain, que es básicamente un sistema de tracking que permite hacer trazabilidad de las órdenes.

“En estas órdenes nosotros podemos ver cada uno de los detalles: el receptor, el comprobante de entrega, la ruta que tomó el camión. Es una herramienta que empodera a nuestros clientes para no tener que hacer gestión activa sino más bien tener una plataforma integrada”, indica Bravo.

Esta solución permite que toda la información recolectada con diversos dispositivos, esté integrada en una sola plataforma. De acuerdo con Germán Arango, es una de las herramientas más solicitadas por sus clientes.

“Ellos quieren saber cómo están los pedidos. Pueden entrar a la plataforma y observar como es el flujo de la orden dentro del almacén: si el pedido está en planeación para ser preparado, si ya se preparó el pedido, si está listo en el andén de despacho para ser auditado, si ya se despachó, si salió del almacén y está en tránsito. O incluso si ya se entregó al destinatario final y ya tenemos el comprobante de entrega”, precisa.

Agrega que los vendedores de sus clientes incluso pueden acceder con su smartphone y consultar específicamente la orden e *“informar al cliente el estado de la orden y el momento en que lo debería recibir”.*

Robots colaborativos

Germán Arango comenta que cuentan con robots que ayudan en tareas de valor agregado para preparar kits, para hacer procesos de empaque. Asimismo, robots que ayudan en tareas de picking principalmente en perfiles de productos pequeños.

DHL Supply Chain: nuevos centros logísticos en Perú

Javier Bilbao, CEO Latin America de DHL Supply Chain, revela que antes de fin de año la compañía abrirá un nuevo centro logístico en el país y otra más durante el 2022. *“Los proyectos están atados a clientes específicos y vemos que las expectativas se están cumpliendo”, comenta.*

DHL Supply Chain se enfoca en operaciones de logísticas en el ámbito doméstico. *“Gestionamos bodegas dedicadas de gran volumen. Además recibimos los productos, preparamos pedidos, embarcamos, transportamos y entregamos en el punto de consumo, generalmente en posiciones comerciales”, detalla.*

En la actualidad, la compañía ofrece estos servicios para los sectores de life sciences (salud), de consumo, de tecnología y automotriz. Bilbao proyecta un crecimiento de doble dígito para el mercado peruano.

“Es un crecimiento que no está necesariamente vinculado a la evolución de la economía en general, puesto que en nuestra actividad aún hay mucho por externalizar. Ofrecemos un modelo diferente, lo que nos da la posibilidad de crecer a un ritmo acelerado que no necesariamente tiene el resto de la actividad del país”, indica. 



Transporte de productos de pharma requiere estar alineado a normas BPDT (Buenas Prácticas de Distribución y Transporte).

AMERICA LOGÍSTICA: CUIDANDO LA CADENA DE FRÍO DE ALIMENTOS Y PHARMA EN EL TRANSPORTE

El comercio local e internacional de productos con cadena de frío es una de las actividades que no deja de mover la economía en Perú y en general en los mercados mundiales. Los productos alimenticios perecibles, por ser básicos en el consumo de las personas, así como los productos de pharma, de intensa demanda en esta coyuntura, han continuado moviéndose entre vendedores y consumidores, y siguen empujando a las empresas a fortalecer y mejorar los procesos logísticos de toda la cadena de suministros para cuidar la calidad de estos y su entrega al destino final.

Los productos perecibles son aquellos que deben ser preservados en frío, con el fin de retrasar la actividad microbiana, que los deteriora en muy poco tiempo. Ejemplo de estos productos son las carnes, los productos de la pesca, los lácteos, las frutas y las verduras.

La agroexportación, por ejemplo, de productos como el arándano, la palta hass, la lucuma, las uvas frescas, espárragos, cítricos, etc., siguen

dando buenas noticias tras su crecimiento en sus despachos o la apertura a nuevos destinos. Con ello, indudablemente se requieren soluciones logísticas que soporten esta demanda tanto en transporte como en otros procesos de la cadena. Lo mismo ocurre en canales de comercio local como los fast food, horeca, supermercados, cadenas de tiendas y distribuidores, cuyas ventas de productos que requieren cadena de frío también exigen óptimas soluciones logísticas de transporte.

Los productos farmacéuticos van desde los medicamentos y todas sus tipologías, los productos sanitarios y el instrumental médico y quirúrgico, hasta los productos de cosmética y perfumería, las materias primas, los materiales biotecnológicos o los biofármacos. Muchos de estos productos deben ser almacenados y transportados en temperaturas apropiadas para cumplir con los altos estándares de calidad para conservar sus propiedades y beneficios.

“

La compañía peruana logró calificar unidades refrigeradas con las normas BPDT (Buenas Prácticas de Distribución y Transporte) para el sector Pharma.

”

Transporte bajo normas BPDT

En el transporte con cadena de frío del sector pharma, un aspecto importante para un operador logístico que brinda este servicio, es que esté alineado a las normas BPDT (Buenas Prácticas de Distribución y Transporte). Estos BPDT son parte de un sistema de aseguramiento de calidad y las buenas prácticas y se enfoca en la distribución y el transporte de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios cumpliendo un conjunto de normas mínimas obligatorias.

La empresa América Logística, por ejemplo, brinda operaciones logísticas bajo las normas BPDT y se ha consolidado como uno de los principales operadores logísticos de transporte y distribución con cadena de frío. Y es que la compañía peruana logró calificar unidades refrigeradas con las normas BPDT (Buenas Prácticas de Distribución y Transporte) para el sector Pharma.

Además, América Logística brinda servicios de transporte y distribución de productos para conservados, refrigerados y congelados en agro exportación y campañas, fast food, horeca, supermercados, cadena de tiendas, distribuidores, etc.

Trazabilidad y monitoreo

Hoy, una de las principales y más grandes tendencias en el transporte de carga, es la trazabilidad y el monitoreo. Si para una mercancía normal este sistema es ya sumamente imprescindible, para productos que requieren cadena de frío la necesidad se vuelve aun más importante. Y es que los productos con cadena de frío corren el riesgo de perecer y perder sus cualidades haciéndose inservibles, por lo que necesitan de ciertas temperaturas y cuidados para conservarse durante su cadena logística.

Es por esta razón que en el transporte es necesario rastrear y monitorear la carga, las unidades de transporte y el pedido en sí, para verificar que no haya ningún tipo de anomalía que la ponga en peligro y, en caso de haberlo, tener la información en tiempo real del estado de la carga y de la unidad de transporte para reaccionar o dar una solución inmediata.

Es por ello que América Logística desarrolla servicios integrales de monitoreo y control de la cadena de frío mediante tecnología GSM/GPRS en tiempo real. Sus vehículos cuentan con GPS para carga seca y sensores de temperatura para carga refrigerada / temperada.

Además, posee una plataforma online de trazabilidad que detalla los procesos en la cadena de frío (preenfriado - proceso de carga - tránsito - destino final). Este sistema permite a la empresa realizar una trazabilidad online en los pedidos de productos perecibles desde



Pedidos con cadena de frío requieren modernas soluciones que incluyan sistemas de trazabilidad

el despacho hasta su entrega final, dando diferentes reportes que aseguran que la cadena de frío del pedido no se rompa y garantice la calidad de los productos.

América Logística anteriormente tenía implementado el GPS y el sensor de temperatura fijo que trabajan en simultáneo y reportan en tiempo real información de localización y temperatura de camiones, generando trazabilidad y reportes que evidencia el comportamiento de la cadena de frío en todo el proceso.

Hoy, con el sistema de tracking para pedidos con cadena de frío, logra que por primera vez en el mercado peruano se pueda realizar la trazabilidad de la unidad de transporte (localización y temperatura) más la trazabilidad del pedido con cadena de frío.

Todo ello le permite a la empresa operar productos del sector Pharma bajo normas BPDT; manejo de productos conservados, refrigerados y congelados; productos para agro exportación y campañas; manejo de canales de distribución de fast food, horeca, supermercados, cadena de tiendas, distribuidores; canal online; entrega a domicilio; delivery, consumidor final, etc. 📍

América Logística cuenta con un sistema de tracking y monitoreo GPS, claves para el transporte y distribución de alimentos y productos pharma con cadena de frío.



Cadena de frío en tiempo real

- Rastreo GPS (Geográfico) y de temperatura en tiempo real.
- Rastreo y control desde la fábrica.
- APP Inteligente de Rastreo.
- Control via web, mediante GRFS.

La primera revista peruana de logística en formato digital



Desde hoy puedes descargar la primera edición
de LOGISTICA 360 desde nuestra web:

www.logistica360.pe

LOGISTICA360
THE SUPPLY CHAIN MAGAZINE

¿CÓMO A TRAVÉS DE LA LOGÍSTICA PODEMOS GENERAR VALOR DENTRO DE LA MATRIZ DE POSICIÓN COMPETITIVA?



Caso: Toyota Motor Company

- Después de la 2da Guerra Mundial, los japoneses decían: "Vamos a enfocarnos en el cliente, para poder olvidar el pasado".
- En 1973, se da la crisis del petróleo en USA, fue radical, porque los autos grandes consumían mucha gasolina; en contra de la economía del hogar.
- Se comenzó a usar autos más pequeños que eran más económicos (pero los autos japoneses eran muy malos).



Richard Zamora
Ejecutivo Senior
en Logística-
Operaciones
y Docente
Universitario

La revolución de los autos se dio entre los años 70 a 80

Los norteamericanos opinaban sobre los autos japoneses y decían:

1. Tienen un Auto pequeño.
2. No consume mucha gasolina, pero el modelo es feo.
3. No es confiable.

Los 03 grandes retos: Los japoneses debían superar.

1. Tener un motor con fuerza.
2. Tener un carro grande, pero que no sea gastador.
3. ¿Cómo convencemos a los norteamericanos que este carro es lo que necesitan?

Los japoneses buscan un LEAN BORN MOTOR

- Con el motor quemador ordenado lograron lanzar VTEC (quemador del motor, con más fuerza, pero sin gastar mucha gasolina).
- El japonés decía: "El que compra no es el rico, sino el que quiere un auto nuevo".

- Por ejemplo, si el auto CHEVI se vendía a USD\$ 5 Mil, los japoneses lanzaron un auto a USD\$ 3 Mil.
- Los clientes comenzaron a comprar en función al "BOCA A BOCA".
- Si el costo era de USD\$5 Mil, y lo vendían a USD\$3 Mil, todo con el fin de fidelizar a sus clientes; pero tenían la tarea de ordenar los costos dentro de la empresa.

¿Qué hicieron los japoneses?

1. Usaban los KEIRETSU como conglomerados manufactureros.
2. Usaban los bancos, pero el ingreso neto era negativo; fue un sacrificio para apoyar a sus empresas de manufactura.
3. El estado dio facilidades a las Empresas de Manufactura y colocaron toda la INVESTIGACION en YETRO; y cuando la empresa quería nuevas investigaciones, tenían que pagar un pequeño porcentaje.
4. Antes, los japoneses eran odiados, y ahora son queridos por sus autos y sus equipos eléctricos.
5. Esto confirma que, el fin supremo no son las utilidades, sino el desempeño financiero a largo plazo.
6. Ahora el auto más vendido: A nivel mundial es TOYOTA con un 18% a 20% de participación.

“
 Antes, los japoneses eran odiados, y ahora son queridos por sus autos y sus equipos eléctricos.
 ”

¿Cómo compito con la otra empresa?

1. Tenemos más valor, pero con iguales costos.
2. Tienes el mismo valor, pero con menos costos. Ambos casos, se lograr en los cuadrantes 3 y 6.
3. No puedes mantenerte en el Punto 3, donde el VALOR es SUPERIOR; pero a bajo costo; puedes hacer esto en un tiempo, pero no por mucho, porque si no, no podrás mantenerte; solo para fidelizar a tus clientes, para repetir la compra.
4. Debes de pasar del punto 3 al punto 6, por ejemplo.
5. Debes de saber que en el punto 3, se tiene sacrificio a corto plazo, sin ingresos; pero pensando a largo plazo para los ingresos.
6. Es una solución a corto plazo, para poder soportar las utilidades reducidas. ⦿



Fuente: Dr. Arturo Z. Vasquez-Parraga / The University of Texas-Pan American



Designed here, made there,
wanted everywhere.





Trade's complex global structure needs its own highways. We call them trade lanes and we're experts at establishing them to speed your goods from origin to destination, safely and efficiently. With a global network of logistics experts and industry leading visibility tools, Agility helps businesses optimize their supply chains, deliver higher performance and reduce costs. Discover how we can make your logistics as simple as going from A to B.

Logistics to connect your world

www.agility.com

Contact: Renzo Salazar, Sales Manager rsalazar@agility.com

WAREHOUSE MANAGEMENT SYSTEM, ESTRATEGIA DE VALOR AGREGADO PARA LAS CADENAS DE ABASTECIMIENTO



¿Por qué la implementación de un sistema WMS es considerada una estrategia de valor para las empresas?, si se considera y evalúa la dinámica actual de la economía y las transformaciones que han tenido las cadenas de abastecimiento, gracias a la fuerza que han tomado conceptos como la omnicanalidad, la customización masiva y el just in time, todos estos enfocados en la satisfacción del cliente, se tendría una buena aproximación a las ventajas que proporcionaría la implementación de un WMS capaz de integrar la gestión de la fuerza laboral, estimar el costo por actividad realizada, proponer redes de trabajo, entregar visibilidad de la operación, entre otros.

y gestión de inventarios en tiempo real y además permite gestionar de forma centralizada, los procesos operativos desarrollados dentro de un almacén, facilitando así la coordinación y optimización de las operaciones logísticas. Las ventajas que trae consigo la implementación de tecnología son considerables, sin embargo, este artículo está enfocado en demostrar algunos de los beneficios cuantitativos y cualitativos que proporcionaría



Ángela Guerra
Consultor de
Soluciones. Cerca
Technology

Para contextualizar las capacidades y beneficios que ofrece esta tecnología, empecemos aclarando ¿qué es un WMS? El WMS es un software de administración de almacenes que facilita el control

“

¿Por qué la implementación de un sistema WMS es considerada una estrategia de valor para las empresas?

”

la implementación de un WMS, más que cómo tecnología, cómo solución estratégica dentro de la cadena de abastecimiento:

Mejora en la visibilidad y control de inventarios: El control y trazabilidad del inventario en tiempo real, es quizás uno de los componentes más importantes de un WMS. Al implementarlo será posible conocer con exactitud la posición y movimientos del inventario, desde la recepción hasta el despacho. Además se optimiza la rotación de los productos por medio de variables como lote, fecha de vencimiento, fecha de fabricación, seriales u otros valores configurables, lo que permite disminuir obsolescencias, stock excesivo y devoluciones por vencimiento.

Cabe resaltar que según Gartner Group, la correcta implementación de un WMS puede aumentar los niveles de precisión del inventario por encima un 99,5%.

Mejora en los niveles de servicio: Contar con un inventario planificado y preciso, permitirá mejorar la exactitud y agilidad en los procesos, lo que impacta directamente en los niveles de servicio de cara al cliente final. Al implementar WMS como solución logística, es posible alcanzar un 99% de cumplimiento en los tiempos de despacho, un 99,7% de precisión en las órdenes y aumentar un 40% la velocidad en la preparación de pedidos.

Optimización de entradas y salidas: Además de permitir conocer la ubicación del inventario, el WMS como solución también permite gestionar y planificar los procesos de llegada y salida del inventario. Lo anterior se traduce en una mejora notable en las relaciones tanto con proveedores como con clientes, por ejemplo, los proveedores percibirán menores tiempos de espera en muelles y en procesos de carga y descarga, por su parte, los clientes notarán mejora en los tiempos de entrega y disminución en la imprecisión de los pedidos.

Sin mencionar que también es posible generar mayor visibilidad, control y productividad en procesos operativos como recepción, almacenamiento, reabastecimientos, preparación, maquila, despachos, entre otros.

Incremento de la productividad: Con un WMS se tiene flexibilidad para determinar la mejor forma de ejecutar los procesos operativos propios de cada negocio, claramente apoyados con características tecnológicas como el uso de dispositivos de radio frecuencia para escaneo de códigos de barra, además se cuenta con mayor facilidad en la integración con otras soluciones como por ejemplo el picking dirigido por voz.

Todo lo anterior tiene un impacto directo en la productividad de cada proceso, ya que se generan ahorros considerables en los tiempos de ejecución de tareas además de mayores niveles de exactitud y eficiencia, que resultan en un mejor ambiente laboral pues al notar que son más productivos, los colaboradores disminuyen sus niveles de estrés, aumentan su motivación y sentido de pertenencia con sus funciones.

Implementación de técnicas logísticas: Con un WMS se facilita la implementación de técnicas logísticas como reabastecimientos cherry pick, batch picking, clúster picking, consolidación, flujos de crossdock oportunista o Flow Thru, entre otros. Técnicas que sin la automatización tendrían un manejo complejo y poca adaptabilidad a los cambios.

Disminución en los costos: Todos los beneficios que se mencionaron anteriormente, terminan traducándose también en una disminución directa de los costos operativos y logísticos. Esta es una ventaja significativa ya que

“

La implementación de un WMS, es sin duda una decisión estratégica que transformará positivamente no solo la gestión logística, sino también el desempeño general de una cadena de abastecimiento, añadiendo valor al producto que llega al cliente final.

”

cualquier disminución en los costos y más si se genera por mejoras en los procesos, se reflejará en mayores ganancias para las empresas.

Otras ventajas de contar con un WMS como solución estratégica para el manejo y control de almacenes son: ahorro de espacio, facilidad en definición y adaptabilidad de ubicaciones de preparación, mayor control en la asignación y ejecución de actividades, seguridad en el almacenamiento y procesamiento de información y una mejora significativa en la gestión de la facturación.

La implementación de un WMS, es sin duda una decisión estratégica que transformará positivamente no solo la gestión logística, sino también el desempeño general de una cadena de abastecimiento, añadiendo valor al producto que llega al cliente final.

Si se va a evaluar la adquisición e implementación de esta solución, el WMS seleccionado debe adaptarse a las exigencias de mayor eficiencia y velocidad de respuesta propias de la actividad logística y permitir una gestión ágil y precisa de los almacenes en los que se implemente. La decisión también debe estar acompañada con la selección de un proveedor con experiencia, que cuente con una metodología que de relevancia a la transferencia de conocimiento y garantice buenos procesos de mantenimiento y soporte. 🔄

Fuentes:

Anas Atieh, Hazem Kaylani
Otimis
Michael Ten Hompel &
Thorsten Schmidt
Ramaa A, Subramannya K



UN BROTE DE CORONAVIRUS EN PUERTO CHINO PROVOCA SEVEROS PROBLEMAS LOGÍSTICOS

A fines de mayo pasado un brote de coronavirus entre los trabajadores de la terminal portuaria china de Yantian, en Shenzhen, agravó los retrasos en la cadena de suministro mundial, ya que las autoridades debieron cerrar las instalaciones por una semana.

El comercio exterior está en riesgo por estos días y los ojos del mundo están atentos a lo que pueda suceder en China. En un escenario con una pandemia que aún no está controlada, presiones inflacionarias y la recesión económica, la industria naviera debe enfrentarse a los retrasos en las entregas y a una de sus mayores pruebas de resiliencia hasta el momento.

Y es que a la resentida logística en el comercio internacional, su sumó en mayo la decisión de Yantian, uno de los puertos más activos del gigante asiático, que anunció que no iba a aceptar nuevos contenedores de exportación debido a un brote de coronavirus. Pese a que las autoridades indicaron que la terminal retomarí su actividad en cosa de días, el cierre parcial ha desordenado las rutas comerciales, que hoy se ven enfrentadas a más obstáculos e importantes alzas de precios en los fletes.

Yantian maneja 13 millones de contenedores de 6 metros al año, lo que la convierte en la tercera terminal más grande del mundo. Por Yantian pasa un tercio del comercio internacional de Cantón y un cuarto de las exportaciones chinas a Estados Unidos.

Sin embargo, la congestión en esta instalación, operada por Hutchison Ports, con sede en Hong Kong, se extendió a otras terminales cercanas, como Nansha y Shekou. Los rebrotes del coronavirus en Cantón -provocados principalmente por la variante Delta- de las últimas semanas han añadido presión sobre esos puertos.

Este hecho encendió las alarmas en el sector, puesto que puso en evidencia la vulnerabilidad del transporte marítimo internacional en caso de que se registren nuevos brotes en diferentes zonas portuarias. Según informa Financial Times, semanas después del

brote registrado, la productividad del sector apenas se recuperó hasta un 70% de los niveles normales.

Lars Jensen, director ejecutivo de la consultora Vespucci Maritime, advirtió que se podrían registrar cierres más severos en caso de que el virus llegue a puertos más grandes, como el de Shanghai: "Las autoridades chinas están intentando tomar medidas enérgicas contra los brotes más pequeños. Sólo se necesitan unos pocos casos para cerrar grandes áreas. Podríamos ver impactos mucho mayores".

La tensión en el transporte marítimo, no obstante, se viene dando desde el año pasado. Controles relacionados con la pandemia, como las restricciones fronterizas, provocaron una escasez de contenedores vacíos. El pasado mes de marzo la situación se agravó con el bloqueo del Canal de Suez, que ocasionó nuevos retrasos.

Por su parte, a raíz del auge de las compras en línea durante la pandemia, las compañías navieras también están luchando por mantener el ritmo de la creciente demanda de sus servicios.

De acuerdo a lo indicado por Freightos, el coste de enviar un contenedor de 40 pies (12 metros) en la ruta de Asia a Europa del Norte superó recientemente los 11.000 dólares por primera vez, frente a los 8.500 dólares de mediados de mayo y los 2.000 dólares del pasado octubre.

En este contexto, y con la intención de sortear las interrupciones, las compañías navieras desviaron cientos de buques a otros puertos. Según Maersk, el tiempo medio de espera de los buques que entran en la terminal ha alcanzado los 16 días.

El fabricante de sistemas eléctricos Eaton, por ejemplo, tiene 25 de sus contenedores retenidos en el sur de China, según Klaus Gaeb, su vicepresidente de la cadena de suministro en Europa. Por ese motivo, la empresa tendrá que esperar dos semanas más para recibir los suministros. Esta situación se produjo después de una espera de entre dos y tres meses para los artículos de 45 contenedores que tuvo que volver a pedir porque la mercancía original se quedó atascada durante el bloqueo del Canal de Suez.

"Los atascos de productos en los puertos del sur de China son muy graves, con cargamentos antiguos esperando todavía (a ser enviados) mientras los nuevos siguen llegando", explicó el consejero delegado de la consultora china Oneshipping, Zhong Zhechao, que mostró su "pesimismo" sobre el sector global de carga en la segunda mitad del año.

Los transportistas buscaron alternativas, como el avión o el ferrocarril, para transportar las mercancías de Asia a Europa. Pero esas opciones cada vez se presentan más difíciles de llevar a cabo. Gaeb dijo que los precios para transportar mercancías a través de Eurasia se han duplicado con respecto a los niveles anteriores a la pandemia, hasta alcanzar los 36.000 dólares por camión.

Los precios de fletes marítimos vuelan

Según Bloomberg, a la fecha hay cerca de 139 buques portacontenedores frente a las costas chinas que permanecen estancados, aproximadamente un 50% más que el promedio entre mediados de abril y principios de mayo, lo que ha limitado el envío de algunos productos por completo.

“

Yantian maneja 13 millones de contenedores de 6 metros al año, lo que la convierte en la tercera terminal más grande del mundo. Por Yantian pasa un tercio del comercio internacional de Cantón y un cuarto de las exportaciones chinas a Estados Unidos.

”

A su vez, el mismo medio expuso que el transporte marítimo alcanzó precios nunca antes vistos, y que además de estorbar el comercio, podría convertirse en un potencial acelerador de la inflación, considerando que las tarifas de contenedores aumentaron casi siete veces respecto al año anterior.

"La tendencia es preocupante y la incesante congestión se está convirtiendo en un problema mundial", comentó AP Moller-Maersk, el mayor transportista de contenedores del mundo, en un comunicado.

La congestión en Yantian tardará entre seis y ocho semanas en despejarse.

Cadena de valor europeo en riesgo

Esto ha provocado importantes problemas logísticos en el transporte de diversas mercancías, entre ellas varias destinadas al sector electrónico europeo. Estos cuellos de botella en la cadena mundial de suministro dificultan la recuperación de la industria occidental. Los empresarios advierten que el sector tecnológico europeo quedará relegado si no busca nuevos socios comerciales.

"Si queremos seguir siendo relevantes como continente tenemos que mirar al otro lado del Atlántico y más allá de Asia, y reinventar los procesos de colaboración, co-creación e innovación en toda la cadena de valor", indicó Nicole Buttner, Directora de Merantix Labs.

Prometedoras empresas emergentes europeas podrían ver obstaculizado su desarrollo si sus envíos de suministros desde China se retrasan varios meses. 🚫

Con información de: Infobae, DW Español y MercoPress.

PROYECTO DE LEY PODRÍA OBLIGAR A AMAZON VENDER SU DIVISIÓN DE LOGÍSTICA

Amazon domina el 40% del comercio electrónico en EEUU, según eMarketer, y en 5 años su negocio logístico podría superar los 230.000 millones de dólares.



El gigante del comercio electrónico podría verse obligado a desprenderse de su división logística por un proyecto de ley en Estados Unidos denominado “Ley para el fin del monopolio de las plataformas”. El argumento principal que se busca demostrar en contra de Amazon es que ejerce un abuso de posición dominante en el mercado a través del uso de otras líneas de negocio más allá de la propia plataforma.

Este proyecto de ley define un conflicto de interés cuando una plataforma “es dueño o controla una línea de negocio más allá de la propia plataforma” y ese control le permite “dar ventaja a sus propios productos de servicio respecto a otros competidores” o “excluir productos, servicios o líneas de negocio de un competidor”.

Señala que ese tipo de situaciones tendrán que ser tratadas según la Ley Clayton de antimonopolio, una de las leyes históricas de

Estados Unidos, que data de 1914 y que prohíbe la fijación de precios, entre otros muchos asuntos.

Ventas y logística en Amazon

La compañía de Jeff Bezos domina el 40,4% de las ventas de comercio electrónico en Estados Unidos, muy por delante de competidores como Walmart, eBay, Apple o BestBuy, y solo en el último año multiplicó por cinco sus ventas, según un estudio reciente de eMarketer. Otro estudio, este de Bank of America, asegura que el negocio logístico de Amazon alcanzará los 230.000 millones de dólares en 2025 (194.000 millones de euros, al cambio actual).

Hoy, un 85% de los mayores vendedores en Amazon utilizan el servicio de envíos de la plataforma de Jeff Bezos, según un



informe de la Cámara de Representantes de EEUU citado por Bloomberg. Lo que se busca con la norma es impedir que Amazon fuerce a sus vendedores a utilizar sus servicios de envío a domicilio o gestión de almacenes para tener un mejor tratamiento dentro de la web de comercio electrónico.

Y es que según los promotores de esta ley, la división logística le da a Amazon una posición de dominio en donde muchos de los vendedores de su plataforma no tienen otra opción que contratar los servicios de envíos del gigante del comercio electrónico para poder vender sus productos.

“Esto no se trata de Amazon. Se trata del poder monopolístico de las cuatro grandes compañías tecnológicas (en referencia a Amazon, Facebook, Apple y Google). Es una advertencia a las compañías que operan con plataformas múltiples que tienen conflictos de interés y utilizan su poder de formas que suprimen la competencia”, aseguró la legisladora demócrata Pramila Jayapal, una de las promotoras del proyecto de ley, en declaraciones al Seattle Times estadounidense.

Esta iniciativa no solo es impulsada por los demócratas estadounidenses, sino además tiene el apoyo desde el partido Republicano, como el congresista tejano Lance Gooden, que asegura que estas grandes compañías “no tienen respeto” por el mercado libre. En declaraciones a Fox News, indicó que estas

“

Según los promotores de esta ley, la división logística le da a Amazon una posición de dominio en donde muchos de los vendedores de su plataforma no tienen otra opción que contratar sus servicios de envíos.

”

grandes compañías quieren controlar el pensamiento, la expresión y la colocación de productos.

“Ya tienen capacidad para controlar los resultados de los motores de búsquedas y dirigir el tráfico digital”, opinó.

Esta legislación forma parte de un paquete de 5 normas propuestas por los legisladores estadounidenses, que afrontan asuntos como las conductas discriminatorias por parte de plataformas dominadoras, las amenazas a las competencias, la reducción de las barreras de entrada y la interoperatividad de los datos, así como dotar de más recursos económicos al Departamento de Justicia y la Comisión de Comercio de Estados Unidos para hacer cumplir las normas antimonopolio con investigaciones y multas.

Estados Unidos y Europa estrechan el cerco contra las grandes tecnológicas

Estos proyectos de ley son el resultado de un proceso de meses en el que los legisladores estadounidenses, y también europeos, están estrechando el cerco sobre el poder de las grandes tecnológicas. Un punto de no retorno en Estados Unidos para esto fue el interrogatorio a los máximos responsables de Apple, Amazon, Facebook y Google en la Subcomisión Antimonopolio de la Cámara de los Representantes estadounidense que tuvo lugar hace un año.

En el Viejo Continente, la Comisión Europea ya anunció la apertura de una investigación contra Amazon por conductas anticompetitivas respecto a los vendedores que utilizan su plataforma, precisamente por el mismo motivo que atacan los legisladores de EEUU: su doble (o triple) papel como intermediario con los clientes y a la vez competidor y proveedor de servicios logísticos. Más recientemente, la Comisión anunció la apertura de otra investigación similar contra Facebook, por prácticas contra la competencia en su plataforma de anuncios Marketplace.

La puesta en marcha de leyes como las de Servicios Digitales y Mercado Digital por parte de la UE han dado lugar a suspicacias por parte de la industria tecnológica estadounidense, lo que ha llevado a la comisaria europea de Competencia, la danesa Margrethe Vestager, a recordar que estas legislaciones “no están dirigidas ni contra determinados negocios ni contra determinadas nacionalidades”, según dijo al Financial Times en una entrevista.



LAS TENDENCIAS EN SUPPLY CHAIN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA



"Disrupción en la cadena de suministro debido a la pandemia" es una frase que todos hemos escuchado múltiples veces durante el último año. Las líneas de producción se detuvieron y la pregunta que surgió fue cómo prevenir que esos escenarios se repitan en el futuro.

La digitalización de todas las operaciones que se materializó fuertemente el año pasado continuará durante el actual y los venideros. En este escenario, la tecnología del Aprendizaje Automático de Máquinas (ML-Machine Learning, por su sigla en inglés) juega un rol central en este movimiento, y de

la misma forma que lo es contar con una Experiencia de Usuario intuitiva, la cual es altamente valorada por los profesionales jóvenes que han crecido utilizando las nuevas tecnologías.

Adicionalmente, más y más compañías manufactureras están adoptando soluciones que combinan en una sola plataforma la planificación y la ejecución, de manera que las disrupciones puedan ser anticipadas de mejor forma y puedan tomarse a tiempo las medidas que contrarresten sus efectos.

En el caso de las empresas latinoamericanas, donde la volatilidad de la demanda y los quiebres del flujo de importaciones de materias y partes han afectado la producción y generado una importante afectación en la capacidad de cumplir con los planes



Miguel Álvarez
VP Industry para
Latinoamérica de
Blue Yonder

de producción y las órdenes de los clientes, se ha identificado en un estudio reciente de McKinsey para Latinoamérica que el hacer una revisión anual del surtido en empresas del rubro de consumo masivo es una característica de las que muestran mejor desempeño, mientras que sólo el 21% de las de peor desempeño hacen esta revisión.

Dado todo lo anterior, destacamos cinco tendencias claves en manufactura para este año:

“

La velocidad se está convirtiendo en un factor cada vez más importante en la cadena de suministro. La automatización es parte de la ecuación y las aplicaciones en la nube están acelerando los procesos de gestión de la cadena de suministro.

”

1. La automatización continuará creciendo

Después de que la pandemia haya mostrado cuán disruptivas ha sido en las cadenas de suministro a nivel global y que las decisiones para abordar estos desafíos se debieron tomar rápidamente, las empresas empezarán, cada vez más, a traspasar la responsabilidad de ejecutar dichas actividades a una aplicación o máquina.

Las soluciones de aprendizaje automático ayudan a identificar dónde pueden ocurrir retrasos o fallas, incluso pueden hacer el análisis a nivel de cada despacho u orden, y predecir qué entrega tiene un alto riesgo de falla o retraso. Si se produce un problema, las entregas se pueden desviar automáticamente a rutas u orígenes distintos, gracias a los algoritmos, y por lo tanto, se puede automatizar todo el proceso, desde la planificación hasta la correspondiente ejecución.

Los algoritmos también pueden priorizar dónde y cuándo se necesitan con mayor urgencia los bienes o productos, de modo que se pueda cumplir los compromisos de producción y entrega. Los responsables necesitan generalmente de varios días para tomar tales decisiones o preparar una visión general de la situación que sirva de base para dicha decisión.

El riesgo de introducir incluso más errores o de tomar la decisión equivocada puede ser muy alto. La razón de esto es la presión del tiempo y la gran cantidad de datos que deben considerarse para su evaluación. Además, los procesos manuales de planificación normalmente se ejecutan de forma secuencial y se realiza un paso



tras otro, lo que lleva mucho tiempo. La máquina, por otro lado, puede lidiar con estos desafíos sin sesgos, emociones y puede rápidamente tomar la decisión correcta basándose en los datos.

2. Integración rápida a servicios Cloud

La tendencia de utilizar soluciones en la nube no es algo nuevo en el campo de la industria manufacturera. Tampoco sorprende los resultados de las encuestas que indican que esta tendencia continuará.

La integración con los sistemas que cada compañía opera, especialmente los sistemas que ya están en la nube han dejado de ser un argumento en contra de incorporar nuevas soluciones basadas en la nube.

Gracias al uso de API's avanzadas y a la decisión de no utilizar sistemas instalados localmente, los nuevos servicios en la nube se pueden integrar y personalizar con bastante poco esfuerzo. A medida que las nuevas aplicaciones en la nube permitan niveles más altos de automatización, veremos una correlación positiva con la adopción de más soluciones en la nube. Más soluciones en la nube equivale a mayor automatización.

3. Los científicos de datos son las nuevas estrellas de rock

Una mayor automatización requiere de una mejor calidad de los datos. Como sabemos, los datos están disponibles en la empresa; sin embargo, están normalmente aislados en cada uno de los departamentos y aplicaciones. Recopilar, formatear y armonizar

“

La tendencia de utilizar soluciones en la nube no es algo nuevo en el campo de la industria manufacturera. Tampoco sorprende los resultados de las encuestas que indican que esta tendencia continuará.

”



datos de manera tal que se puedan usar para automatizar procesos es una tarea desafiante. Romper estos silos es cada vez más importante para hacer que las cadenas de suministro sean más eficientes y resistentes a las interrupciones. Esto permite que se implementen más rápidamente decisiones automatizadas basadas en datos.

En forma adicional, el tener datos bien estructurados y preparados en la nube permiten la convergencia de soluciones en una sola aplicación. Un ejemplo aquí es la fusión de los procesos de Planificación y Ejecución de la cadena de suministro, donde datos gestionados en una única solución holística, que se utiliza en todos los departamentos, brindan una mejor visión general de todas las actividades a lo largo de la cadena de suministro y simplifican la automatización de los procesos. Los científicos de datos que ayudan a implementar dichos proyectos se convierten en los héroes de la cadena de suministro.

4. Las aplicaciones se focalizan en el usuario

No solo veremos cambios tecnológicos, sino también socio-estructurales. De ahora en adelante, los millennials (actualmente de edades entre 24 y 40 años) son una generación muy activa económicamente, con sus propias ideas sobre qué debe hacer la tecnología y cómo se puede utilizar mejor. Estos jóvenes han crecido con Internet, con tecnologías móviles y también con servicios en la nube, y por ello esperan encontrarlos en su vida laboral diaria.

Otro aspecto importante es la experiencia del usuario, que impone nuevas demandas al diseño de la interfaz de Experiencia de Usuario (UX). Las soluciones tendrán éxito si tienen interfaces de usuario gráficas e intuitivas que utilizan paneles de control, gráficos y diagramas para proporcionar una vista rápida de lo que está sucediendo a lo largo de la cadena de suministro. Las interfaces de usuario basadas en tablas, que son comunes en muchas soluciones de software y siempre se han considerado menos fáciles de usar, desaparecerán. Las aplicaciones que continúan basándose de interfaces de usuario poco atractivas tendrán dificultades para ser consideradas como una alternativa válida cuando se evalúe el cambio de soluciones antiguas por nuevos servicios en la nube.

Aunque aún es temprano para ver los resultados de las inversiones que han hecho en el último año las empresas de CPG en eCommerce y DTC (Direct-To-Consumer, por su sigla en inglés), el mismo estudio de McKinsey muestra que las compañías exitosas han habilitado el doble de canales de venta que otras empresas, como una estrategia de mantenerse en contacto con sus consumidores.

5. Planeación y ejecución a partir de una única fuente

La velocidad se está convirtiendo en un factor cada vez más importante en la cadena de suministro. La automatización es parte de la ecuación y las aplicaciones en la nube están acelerando los procesos de gestión de la cadena de suministro. Una de las razones de esto es la posibilidad de armonizar áreas que antiguamente estaban separadas, como son Planificación y

“

Las soluciones de aprendizaje automático ayudan a identificar dónde pueden ocurrir retrasos o fallas, incluso pueden hacer el análisis a nivel de cada despacho u orden, y predecir qué entrega tiene un alto riesgo de falla o retraso.

”

Ejecución de la Cadena de Suministro, en una sola plataforma y aplicación. Posibles interrupciones en los procesos y la correcta definición de qué aplicación es responsable y competente para una función son, por tanto, cosas del pasado.

Una aplicación basada en ML, que puede pronosticar interrupciones (algo típico del área de la ejecución), funcionará de manera más confiable si usa datos de planificación. Esto aumentará la eficiencia de la Cadena de Suministro y brindará a los empleados una visión general más completa, ya que ambas disciplinas de la cadena de suministro se encontrarán en una sola aplicación y en última instancia, sus resultados conducirán a una mayor satisfacción del cliente. 🔄

¿CÓMO HAN REACCIONADO LOS PUERTOS ANTE DISRUPCIONES EN LA LOGÍSTICA MARÍTIMA?



La industria del transporte marítimo de contenedores enfrenta actualmente su peor crisis operativa en la última década, derivada de una alta demanda, restricciones mundiales relacionadas con la pandemia de COVID-19, el incidente del bloqueo al canal de Suez y el rebrote del virus SARS-CoV-2 que mantiene paralizados puertos como Yantian y Shekou, en China, entre otros factores; todo esto ha devenido en puertos congestionados, retrasos en los barcos, escasez de espacios y contenedores, así como cuellos de botella en la infraestructura a nivel internacional.

Aun bajo este escenario, Carlos Urriola, presidente de Manzanillo International Terminal (MIT) de Panamá, comentó que sólo durante el primer trimestre de 2021 hay navieras que obtuvieron los mismos ingresos que recabaron durante todo 2020; pero tal suerte no ha sido la misma para los puertos, que han tenido que sortear todos estos retos con flexibilidad y buscando negocios tierra adentro para mantenerse operativos, toda vez que la competencia es más aguerida entre operadores portuarios que entre navieras.

Agregó que actualmente existe “una gran cantidad de retos” y factores externos mundiales que afectan las operaciones portuarias, ante lo cual, la operadora SSA Marine, a la que pertenece MIT, invirtió en tecnología, flexibilizó y diversificó servicios, cuidó la ciberseguridad y medio ambiente, y buscó dar valor agregado a la carga, no sólo en Panamá, sino en todas

sus terminales, esto sin descuidar a su plantilla laboral ante los riesgos de contagio por COVID-19, uno de los temas que mantiene presionada la continuidad operativa.

Durante el webinar Charlas de Puerto, organizado por el capítulo latinoamericano de la Asociación Americana de Autoridad Portuarias (AAPA por sus siglas en inglés), Leoncio Pérez, director general de Grupo CICE, abundó que cada puerto ha resentido de forma distinta las afectaciones de acuerdo con el tipo de carga y origen-destino de los servicios marítimos, algo que CICE (Veracruz-Tampico) y OCUPA (Manzanillo, México) sortearon con la diversificación logística de servicios, con almacenes tierra adentro y servicios de transporte, así como el cuidado de sus finanzas.

“Tuvimos los efectos en sí de la contingencia de salud, eso afectó, pero además en nuestro caso, tuvimos también temas que no tenían que ver con la contingencia, sino con temas de mercado, en 2019, a finales, tuvimos una reestructuración de un contrato comercial que se sumó en 2020 al tema pandemia. En tema de competencia, en el puerto de Veracruz se desarrolló la ampliación y coincidió con el inicio de operaciones de varios competidores en una situación de mercado que en vez de crecer se contrajo, eso metió presión”, recordó Leoncio Pérez.

En ese sentido, enfatizó que CICE trabajaba desde antes de la pandemia en un enfoque social que incluye el medio ambiente

y procesos, lo cual continuó en 2020 donde se concentró en la calidad y apoyo a la estructura de pagos de sus clientes sin descuidar la propia, comunicación eficaz, así como la implementación de medidas sanitarias para evitar contagios de COVID-19.

“Creemos que la contingencia continúa, tenemos que estar preparados para seguir reaccionando, hay una recuperación parcial que varía en algunos campos, vamos pasando a un nuevo estatus y basarnos en el aprendizaje para mejorar procesos y formas de trabajo”, dijo.

A su vez, Guillermo Misiano, presidente de PTP Group, que opera terminales en la hidrovía Paraná-Paraguay, mencionó que clave de su operación recae en entender el negocio sin ver individualmente puertos y países, sino integrarlos como regiones, de tal forma que también se debe elevar la integración comercial regional, no sólo enviar las exportaciones a otros continentes o concentrarlas en países lejanos como es el caso de Estados Unidos.

En su turno, Andrés Osorio, presidente de COMPAS, operadora en Colombia, enfatizó que si bien la pandemia ha provocado afectaciones en los puertos de Latinoamérica, también la inestabilidad política ha perjudicado, como en su caso, las protestas sociales que han paralizado puertos como Buenaventura, donde opera.

“El COVID afectó a la industria y en los puertos continuamos trabajando 24/7 incluyendo los tiempos más duros de la pandemia, decrecimos 13.5% en volúmenes de carga y las zonas portuarias en Buenaventura y Barranquilla fue lo más afectado porque la importación de acero para construcción se vio un parón completo en los primeros meses de pandemia, se presentó contracción en todo el país del comercio exterior, también carbón de exportación, petróleo

importado (turbosina) para aviones, exportación de banano, entre otros”, detalló. Sin embargo, para 2021 dijo que no es panorama desalentador pese a los paros en Colombia.

Durante sus mensajes, especialistas coincidieron en que los puertos ya no sólo deben operar para carga y descarga de buques, sino buscar soluciones de logística cada vez más integradas. *“Este negocio es cada vez más integrado, la división entre puertos, navieras, operador logístico, todo se está mezclando, debe haber una legislación que permita que este intercambio de carga sea expedito, no solo descargar el buque sino dar valor agregado y entregar en destino, los gobiernos deben ver el negocio integral”,* sostuvo Carlos Urriola.

Por su parte, Leoncio Pérez resaltó el tema de reforzar la inversión en infraestructura de los puertos y en brindar seguridad a las cargas, pues fuera de ellos hay condiciones que no permiten un flujo correcto. *“El tema de certeza jurídica para operadores portuarios es importante, para el gobierno importante sería generar condiciones para que la economía de los países se desarrolle y en medida de eso los puertos deben ser reflejo de esa cadena”,* aseguró.



Fuente: T21



Inversión superó los US\$ 2 millones.

ALO GROUP INAUGURÓ SUS INSTALACIONES PROPIAS EN PERÚ

Adquisición forma parte del plan de crecimiento de la firma en el territorio nacional.



Con más de catorce años de presencia en el país, y más de 22 años en Sudamérica, la empresa transnacional ALO Group inauguró en el mes de mayo, sus instalaciones propias de aproximadamente 12 mil metros cuadrados, ubicadas en el parque industrial Macrópolis, en el distrito de Lurín, al sur de Lima.

Esta iniciativa forma parte de un agresivo plan de crecimiento que tiene la compañía en el país, a pesar de la coyuntura política y dificultades económicas que se han generado a raíz de la pandemia por el COVID 19. Este escenario, no impidió que la empresa en el año 2020 facturará más que el 2019.

Gabriel Herrera, gerente general de ALO Group Perú, manifestó que con la apertura de su propio local están demostrando al mercado y al país que son una empresa que apuesta por el Perú. “Estamos dispuestos a invertir el dinero necesario para hacer de esto una gran oportunidad. En el peor momento y bajo la peor crisis, nosotros decidimos cimentar nuestro futuro en el país”, aseguró.

Explicó que en las instalaciones están sus nuevos talleres que cuentan con dos plantas de mil metros cuadrados cada una, con tecnología de primer nivel, donde funcionan los almacenes de repuestos y partes, oficinas y centro de capacitaciones. También cuenta con un showroom de equipos nuevos (cero horas) disponibles para ventas con entrega inmediata. Se ha construido

una sección de pintura y estructuras, entre otras y todo lo que implique la operatividad para tener el rendimiento y estándar que ofrece ALO Group.

Amplia y moderna flota de alquiler

En la actualidad, ALO Group es distribuidor autorizado de las firmas americanas JLG y GENIE; además, potencia sus operaciones con equipos de su propia marca ALOLIFT; cuenta con 400 equipos en su flota de arrendamiento. “Tenemos un 40% del mercado de rental. Poseemos la flota más amplia y moderna, con equipos que van desde los 4 hasta los 68.5 metros de altura de trabajo. Nosotros incorporamos maquinaria nueva a nuestra flota en comparación de nuestros competidores”, destacó el empresario.

Consideró que el liderazgo y presencia de la empresa en los megaproyectos mineros y de construcción más importantes del país, tales como: Quellaveco, Toromocho, Puentes Nanay, Nuevo Terminal Portuario de Salaverry, San Rafael, etc.; se debe al servicio integral que brindan “Con nuestra propia logística entregamos el equipo en la obra, capacitamos al personal en el uso adecuado del mismo, certificamos el funcionamiento de nuestros equipos y ante algún desperfecto; movilizamos a nuestro servicio técnico en las primeras 24 horas dando un tiempo de respuesta de reparación de máximo 72 horas, caso contrario se reemplaza el equipo alquilado”, expresó.

Plan de crecimiento en el país

El gerente general de la empresa contó que existe un plan de crecimiento en el Perú para los próximos cinco años. Esto se ha iniciado con la compra del nuevo local. Señaló que, este año ingresarán al país 100 equipos nuevos a la flota. “Tenemos un plan de llegar a los mil equipos para la flota de alquiler antes del 2024”, expresó Herrera.

Cabe señalar que ALO Group Perú cuenta con una importante participación del mercado de ventas de brazos hidráulicos y eléctricos, tijeras eléctricas y diésel, y telehandlers o manipuladores telescópicos. 

NESTLÉ FIRMA ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA CON EL MINAM Y PRODUCE

Nestlé Perú, junto a otras empresas, expuso los acuerdos establecidos y los avances que se han establecido en dicho acuerdo.

De esta forma, Nestlé reitera su compromiso medioambiental para garantizar a las futuras generaciones los recursos y las condiciones de vida que les permitan desarrollarse de manera óptima.

Nestlé es una de las 14 empresas que se han suscrito al acuerdo.



Nestlé Perú suscribió el Acuerdo de Producción Limpia (APL) propuesto por el Ministerio del Ambiente (MINAM) y el Ministerio de Producción (PRODUCE). Este proyecto tiene como objetivo promover, desde el Estado hacia el sector privado, prácticas para prevenir y/o minimizar la generación de residuos sólidos y garantizar su adecuada gestión. Asimismo, promueve la eficiencia y recuperación de los materiales en el proceso de producción.

En ese sentido, el lunes 14 de junio, Javier León, Gerente de Asuntos Corporativos de Nestlé Perú, participó en la firma del APL en una ceremonia virtual. En el evento participaron autoridades como Gabriel Quijandría Acosta, ministro del Ambiente; Rosana Balcázar, viceministra de MYPE e Industria; y Mariano Castro Sánchez-Moreno, Viceministro de Gestión Ambiental. Por parte del sector privado, asistieron las empresas ISM y Cencosud, también firmantes del acuerdo. La repetición del evento se puede ver en el Facebook del MINAM (fb.watch/67ABLZsoPu/).

Durante el evento, Nestlé Perú expuso sus pilares de trabajo y metas, las cuales se desprenden de una serie de compromisos globales con el medioambiente. Asimismo, dio a conocer el detalle de la ejecución y avance en cada uno de ellos.

Nestlé viene rediseñando todos sus empaques, ajustando su tamaño a la cantidad y tipo de producto, reduciendo así la cantidad de residuos post consumo. Por otro lado, también está implementando iniciativas como "Diseñado para Reciclar", con la cual migran todos sus empaques a formatos que incluyan material reciclado y que sean 100% reciclables para el 2025. También, han modificado sus procesos para poner en valor los residuos sólidos.

Asimismo, con el apoyo del Ministerio del Ambiente, Nestlé lanzó en 2020, "Recicla Cerca de Ti", una iniciativa de sostenibilidad de Helados D'Onofrio, que viene promoviendo el hábito de reciclaje en los ciudadanos limeños desde los puntos de venta que siempre se encuentran cerca de él: las bodegas. El año pasado lograron implementar 100 estaciones de reciclaje y este año se colocarán 1000 estaciones más en estos espacios permitiendo educar e insertar el proceso de reciclaje en la ciudad de Lima.

"En Nestlé tenemos el propósito de "Compartir todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para futuras generaciones". Desde este propósito se desprende una gran responsabilidad: garantizar a las futuras generaciones los recursos y las condiciones de vida que les permitan desarrollarse de manera óptima. "Por tal motivo, como ya ha venido haciendo desde hace 80 años, Nestlé seguirá promoviendo un modelo de gestión, que nos permita impactar positivamente en la vida de las sociedades donde interviene", mencionó Javier León. "Agradecemos al MINAM y PRODUCE por desarrollar iniciativas que nos permitan trabajar conjuntamente para lograr una economía más consciente y productiva", acotó.

Finalmente, cabe destacar que hoy Nestlé es una de las 14 empresas que se han suscrito al APL. Por su parte, La empresa considera que, para que las medidas de sostenibilidad y economía circular logren un gran impacto, es necesario educar a la sociedad y promover una cultura medioambiental. Solamente así se podrá sensibilizar efectivamente a la ciudadanía para que también tomen acción. 

LA NUEVA LÍNEA F DE CAMIONES VOLVO LLEGA A LATINOAMÉRICA

La última generación de Volvo FH, FM y FMX llega a Latinoamérica pocos meses después de su lanzamiento en Europa. Caracterizados por su innovación, los vehículos vienen de serie con un paquete sin precedentes de dispositivos de seguridad, un nuevo tablero con una plataforma digital avanzada y mejoras en aerodinámica y conectividad. Se estima hasta un 5% menos de consumo de combustible y un incremento importante en productividad en todas sus versiones.



El pasado 16 de junio, a través de un evento virtual, se presentó la nueva línea F de camiones Volvo en Latinoamérica. Bajo la dirección de Wilson Lirmann, presidente de Volvo Trucks para la región, y junto a los representantes de la marca en Perú, Chile, Argentina y Brasil la marca sueca presentó los renovados modelos FH, FM y FMX.

Innovación en conectividad y seguridad

Los nuevos Volvo vienen con una nueva versión de I-See, un sistema que utiliza la conectividad del camión para identificar la topografía de la carretera con anticipación y elegir las mejores marchas, siempre de forma automática. Además, a todos los vehículos se les ha dotado de una pantalla de instrumentos de 12 pulgadas, totalmente digital, con varias posibilidades de configuración para la comodidad del conductor.

El enfoque en la seguridad es aún mayor en la nueva generación de camiones pesados Volvo. Una de las mejoras es la velocidad de descenso programada, una tecnología única en su tipo que le permite mantener la velocidad en pendientes descendentes. Finalmente, para aprovechar los amplios beneficios de conectividad

de los nuevos camiones, Volvo ha creado un ecosistema digital completo que brinda un acceso fácil y amigable a una colección sin precedentes de datos de vehículos.

"Es importante destacar las grandes actualizaciones que se han realizado para esta nueva línea F de camiones; priorizando la seguridad y conectividad a todo nivel para que los conductores sientan la tranquilidad de viajar en un vehículo seguro, que brinda todas las comodidades necesarias para el trayecto", indicó Tobias Sigerstad, director gerente general de Volvo Group Peru.

Disponibilidad en el mercado peruano

"Estamos muy contentos de seguir brindando y ofreciendo productos de calidad que puedan satisfacer las necesidades de los clientes. En ese sentido, lanzaremos esta renovada línea de camiones a principios del cuarto trimestre de este año en Perú", resaltó Sigerstad.

Además, Perú es un importante mercado para la marca, lo cual se refleja en un ecosistema completo de soluciones y una amplia red de concesionarios experimentados y capacitados para trabajar con cada segmento del negocio. Un claro ejemplo es el sector minero, donde Volvo lidera con una participación de ventas mayor al 40%.

"Incluso en un entorno complicado, tanto a nivel de salud, económico y político, la marca ha experimentado crecimiento en ventas en comparación al año anterior. Así, mantenemos un liderazgo en el segmento de vehículos pesados mayores a 28 toneladas con más del 26% del 'market share' en Perú. Además, el FMX continúa siendo el modelo de camiones más vendido en el sector minero", comentó Mario Boza, gerente comercial de Camiones Volvo en Perú. 

ENVASES Y EMBALAJES PERUANOS CON GRAN POTENCIAL EN MERCADO COLOMBIANO

Se prevé que la agroindustria y el sector cosméticos y cuidado personal tendrá un buen comportamiento en Colombia, por lo que ello podría ser una gran oportunidad para los envases y embalajes peruanos, dijo la directora de la empresa Pafyc, Patricia Acosta en la Convención virtual Bpack Perú, organizada por la Asociación de Exportadores (ADEX).

Esto debido a que ambas actividades se desenvuelven bien debido a las ventajas logísticas aéreas y marítimas de ese país. Además tiene uno de los costos de fletes más competitivos de la región y cuenta con 17 acuerdos comerciales vigentes que les permite acceder a más de 60 naciones.

Acosta detalló que la producción de alimentos procesados en Colombia representa el 33% de su PBI manufacturero, industria que necesita de envases y embalajes adecuados. Asimismo, es el principal productor de frutas exóticas de América y su producción de frutas frescas creció 20,6% en los últimos 5 años.

“Es el segundo exportador de cosméticos y aseo personal, y el segundo para empaques de ambos rubros (en América Latina). En el 2019, año previo a la pandemia, solo el rubro cosmético registró ventas por 3 mil 572 millones de dólares”, apuntó Acosta.

Respecto a la demanda, la experta colombiana puntualizó la existencia de una tendencia por envases ecológicos con mayor vida útil, versatilidad y portabilidad, el uso de biopolímeros provenientes de fuentes naturales, uso de etiquetas inteligentes; y en el mercado de la belleza, presentaciones más sofisticadas, empaques coloridos y diseños más limpios.

Por su parte, la presidenta ejecutiva de PromPerú, Amora Carbajal, destacó el potencial de la oferta de envases y embalajes, que, a pesar de la pandemia, aumentó sus despachos en 2,3% el 2020. *“Está ligada al crecimiento de la agroindustria y pesca no tradicional, pues requieren envases de alta calidad, inocuos e incluso aprobados por la FDA (Administración de Medicamentos y Alimentos de los Estados Unidos) por su contacto directo con los alimentos”,* señaló.



Indicó también que, si bien la mayor parte de las empresas que fabrican y comercializan estos productos se encuentran en Lima, existe una buena oportunidad al interior del país, en regiones como Arequipa, Lambayeque y Junín.

En tanto, el presidente del Comité de Envases y Embalajes de ADEX, Patricio Luzanto, explicó que la comercialización de los productos, en especial los alimentos, está asociada a un envase y detrás de su elaboración hay toda una especialización que incluye el uso de tecnología y de conocimientos técnicos y psicológicos.

“Los insumos deben seleccionarse de acuerdo a las necesidades de protección de cada producto, sus formas, dimensiones, colores, texturas y otros aspectos deben ser tomados en cuenta”, aseveró. 📍

EL VALOR DE LO INMEDIATO EN RETAIL: “HOY, SE ESPERA RECIBIR UN PAQUETE COMO MÁXIMO AL DÍA SIGUIENTE”

Entre 2020 a 2023 se espera un crecimiento de ventas esperadas de 73 billones de dólares, con un alza puntual de 7% en lo que es abarrotos. Y el eCommerce pasará de representar el 10,2% como porcentaje de las ventas totales versus el 21,5% esperado para 2025.

Así se indicó en un webinar “Evolución de almacenes a Dark Stores”, llevado a cabo por Blue Yonder. Frente a ello, se reconoce la necesidad de actuar muy rápido para adquirir las nuevas tecnologías que permitan sobrevivir en medio de un consumidor cada vez más exigente y en donde el valor de la “inmediatez” se torna indispensable:

“Hoy el cliente espera recibir sus paquetes como máximo al día siguiente, y a veces, el mismo día. Las decisiones de compra dependen cada vez más del tiempo de envío”, dice Jorge Reyes, Senior Advisor de Blue Yonder, quien agrega que la gente está confiando cada vez más en la venta en línea, pero “experiencias de compra pobres”, es decir, con poca inmediatez o baja información, están causando que los clientes cambien de tienda. “El 17% de los compradores se cambian dependiendo de la experiencia de compra del cliente”, añade.

Según información de McKinsey & Company, el 46% de los compradores abandonan el carrito de compra debido a que el tiempo de envío es muy largo o no se muestra esa información.



Para resolver lo anterior -añade el ejecutivo de Blue Yonder- “previo a contar con un sistema de control de almacenes, se requiere un sistema de control de órdenes (dónde tengo el producto, dónde y cómo entregarlo, etc)”.

Tal idea la complementa Francisco Giral, director general y fundador de netLogistik, empresa global dedicada a proveer servicios y soluciones de valor para retail y cadena de suministro:

“Junto a la digitalización de la cadena de suministro y la implementación de sistemas de administración, transformando almacenes o centros de distribución en tiendas oscuras, una pieza clave es la implementación del Order Management Systems para poder cumplir con la promesa de entrega desde el momento que se está haciendo la compra en línea. Esto, sumado a los sistemas de distribución de última milla son las tendencias que en 30 años que llevo en cadena de suministro, jamás había visto que se movieran a la velocidad actual”.

Desafíos y oportunidades

En esta “Nueva Normalidad” para Jorge Reyes los principales desafíos para dueños de marcas y retailers post Covid-19 se pueden resumir en seis puntos que hablan del salto de un “antes” a un “después”:

- Paso de desconectado a “en línea”, requiriendo un cambio acelerado para un cumplimiento inmediato, si es que se quiere sobrevivir en el mercado.
- Disponibilidad sobre Lealtad, existiendo una erosión en lo que es preferencia de marca.
- Compra esporádica a periódica, con grandes volúmenes de órdenes pequeñas.
- Surge una integración con entrega de última milla. Se hace conocido el concepto BOPIS, “Buy Online, Pickup in Store” que significa “cómpralo online y recógelo en la tienda”. Esto es muy relevante para aquellos que quieren recibir un producto el mismo día de la compra.
- La demanda excede las capacidades, lo que obliga a disponer de mano de obra sobre todo de transporte.
- Se pasa de lo “diseñado para...” al “rediseñado”, que obliga a un software y logística más preparada 

LÍDERES PORTUARIOS ANALIZAN EFECTOS DE BONANZA DE LA INDUSTRIA NAVIERA EN PUERTOS

Líderes del sector portuario, que participaron en un webinar realizado por AAPA Latino, analizaron los efectos que la bonanza económica por la que está pasando las navieras tendrá en la industria de los puertos.

Carlos Urriola, presidente de Manzanillo International Terminal (MIT), planteó que *“el primer trimestre de este año, las navieras han hecho en ganancia lo que hicieron en 2020 entero. Creo que este negocio es extremadamente competitivo y yo creo que, lo que estamos tratando, es cada uno buscar un nicho específico y, además, buscar servicios adicionales. A pesar de que les está yendo muy bien -a las navieras-, todavía nos piden rebajas, entonces significa que la bonanza probablemente siga, pero no necesariamente en la misma proporción del crecimiento que vamos a tener los operadores portuarios”*.

Por su parte, Leoncio Pérez López, CEO de Grupo Cice, sostuvo que *“no esperaba que ninguna línea naviera venga a decirnos que quiere compartir un par de dólares más con nosotros. Creo que es bueno que la bonanza continúe, es bueno para el mercado en general, pero no vería una relación directa. En nuestro caso específico, además, nuestras operaciones no están concentradas exclusivamente en líneas navieras, por los tipos de cargas que manejamos, pues también tenemos que negociar y atender las necesidades de importadores y exportadores directos, porque es uno de nuestros grandes mercados en los diferentes tipos de cargas”*.

En tanto, Guillermo Misiano, presidente de PTP Group, indicó que *“nosotros tenemos más de cliente a la carga que al barco, entonces creo que juega en contra, porque hay más presión, nos está acompañando ahora que los commodities están aumentando con valores realmente muy altos, pero, al contrario, creo que esto juega, primero, en el negocio de contenedores. Yo no veo a un armador pagando un par de dólares más el movimiento de sus contenedores. Creo que para el negocio de carga general, si uno se para desde el punto de vista de la carga, al contrario, esto juega a más presión en nuestros servicios y es el momento donde, sumado al tema del Covid-19, vamos a tener más presión para al menos mantener las tarifas. Creo que sería el gran desafío en el negocio de carga general”*.

Andrés Osorio, presidente de Compañía de Puertos Asociados (Compas), señaló que *“uno pensaría que debería haber algún tipo de transferencia hacia*

nosotros como proveedores de servicios, pero la realidad es que no. Lo que uno pensaría es que debería darse el beneficio entonces a través de las llegadas de más carga, pero la realidad es que no necesariamente. A medida que las economías se reactiven vamos a ver más carga, pero en la medida que los fletes sigan a ese nivel que están. No necesariamente esa bonanza que estamos viendo va a hacer que crezca la cantidad de contenedores que se están importando”.

“Por el lado de la mayoría de carga que manejamos, que son cargas no contenerizadas, pensaría uno también que los beneficios se podrían dar a través del incremento en las cargas. Sin embargo, con el costo tan alto que estamos viendo en los chartering de los barcos, creo que al final lo que podría terminar pasando es justamente que algunos clientes importadores y exportadores se desincentiven de la contratación de barcos chárter y pues, obviamente, eso al final termina afectando nuestro negocio. Entonces, desde mi panorama en ese sentido no es tan alentador y la navieras no van a compartir sus grandes ganancias con nosotros en los puertos”, añadió el presidente de Compas. 



BATERÍA DE LITIO EN MONTACARGAS, GENERA AHORRO ECONÓMICO IMPORTANTE AL PRESCINDIR DE SALA DE BATERÍAS

La tecnología de iones de litio en equipos montacargas tiene una amplia variedad de beneficios, ambientales, en seguridad, en productividad y económicos. Entre ellos destaca el ahorro importante en costos y espacio al no necesitar de una sala de baterías, a diferencia de las baterías de plomo ácido. Así lo indicó Alvaro Pacheco, Sales Manager de Jungheinrich Perú.

“Definitivamente los ahorros ya se dan por cambiar de matriz energética de plomo ácido a litio; olvídense si hablamos de combustión a litio, el ahorro es mucho más grande”, indicó en el webinar *“Tecnologías iones de litio: Montacargas para una logística verde en los almacenes”,* organizado por Jungheinrich en colaboración con Logística 360.

Alvaro Pacheco comentó que las baterías de iones de litio no necesitan de estaciones de carga. En cambio, las baterías de plomo necesitan una estación de baterías con todo lo que ello implica. En ese sentido, resaltó que esto significa ahorrar mucho dinero en espacio o disponer de más área para almacenar.

Tomando en cuenta además el alto costo de m2 cuadrados en el terreno y arriendo de almacenes.

“Todo el dinero que yo pueda ahorrar por eliminar la sala de baterías es un dinero que puedo meterle a mi negocio. Sin estación de carga puedo tener más espacio de almacenamiento. Puedo hacer muchas cosas con ese ahorro. Son ahorros importantes dependiendo del tamaño de las empresas y también de los almacenes”, precisó.

Del mismo modo, Alejandro Giraldo, Key Account Manager de Jungheinrich Colombia, señaló que con la tecnología de iones de litio no existe ninguna razón para tener un cuarto de baterías. De esa manera, agregó, se puede disponer de ese espacio para el área de almacenamiento.

“Tenemos unos costos muy elevados por m2 y necesitamos tener un aprovechamiento eficiente de todo nuestro espacio, y acá lo podemos aprovechar para el almacenamiento de nuestros productos”, comentó.

Por otra parte, Alvaro Pacheco resaltó que la tecnología de plomo ya llegó a su límite hace mucho tiempo.

“Desde hace un año y medio o dos años atrás, el litio ya comenzó a tomar mucha más fuerza, reemplazando a los sistemas eléctricos de plomo y obviamente reemplazando a los sistemas de combustión que todavía permanece en nuestro mercado. En países de Europa, la diferencia es 80% eléctricos y 20% combustión”, precisó. 🔴



Soluciones Autoportantes



SLI GROUP

Permiten almacenar productos o mercaderías de diversa índole.



Almacenamiento de carga en alturas mayores a las normales, logrando un máximo aprovechamiento de la superficie disponible.

SOLUCIONES DE ALMACENAJE

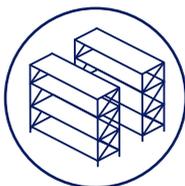
CONOCE TODAS NUESTRAS SOLUCIONES **EN NUESTRO SITIO WEB**



Nuestros Productos



RACK SELECTIVO



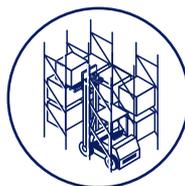
ESTANTERÍA ÁNGULO RANURADO



RACK DINÁMICO



RACK AUTOPORTANTE



RACK ACUMULATIVO



RACK PICKING DINÁMICO





ar racking
SISTEMAS DE ALMACENAJE



SISTEMAS DE ALMACENAJE INDUSTRIAL Y ESTANTERÍAS METÁLICAS:

- ◆ ESTANTERÍAS CONVENCIONALES PARA PALLETS
- ◆ ESTANTERÍAS COMPACTAS
- ◆ ESTANTERÍAS DE BASES MÓVILES
- ◆ ESTANTERÍAS DINÁMICAS PARA PALLETS (FIFO)
- ◆ ESTANTERÍAS PUSH-BACK DINÁMICAS (LIFO)
- ◆ PALLET SHUTTLE (AR SHUTTLE)
- ◆ ESTANTERÍAS DE PICKING
- ◆ ESTANTERÍAS CON ENTREPISOS
- ◆ ESTANTERÍAS PARA PICKING DINÁMICO
- ◆ SISTEMA AUTOMÁTICO PARA PALLETS
- ◆ ALMACENES AUTOPORTANTES
- ◆ SISTEMA AUTOMATIZADO MINILOAD

www.ar-racking.pe



AR RACKING PERÚ S.A.C.

Calle Las Orquídeas 585 – Piso 13

Edificio Fibra – San Isidro, Lima

T. +51 1 712 3911

info@ar-racking.com