

REVISTA DIGITAL

DE LOGÍSTICA
Y COMEX

EDICIÓN
#05

EL MUNDO NOS CUENTA LAS PERSPECTIVAS PARA 2022

MOVANT
CONNECTION

Conectados movemos el mundo

MOVANT CONNECTION

Conectados movemos el mundo

EDICIÓN

#05

04

Meeting

14

Action

17

Trend

34

Skills

39

Know

47

Connection

50

Vision

59

Responsibility

61

Multiple Choice

PERSPECTIVAS 2022 EN LOGÍSTICA Y
COMERCIO EXTERIOR, UNA MIRADA GLOBAL



LIDERAZGO Y RRHH EN UN MUNDO QUE
EVOLUCIONA



03 EDITORIAL



Javier Carrizo

Fundador & Director
Movant Connection

Les doy la bienvenida a una nueva edición de nuestra revista digital interactiva de Movant Connection, la última de este 2021, donde los sectores de la logística y el comercio exterior se preparan para un nuevo año dominado por la falta de certeza, debido, entre otros factores, al Covid 19.

En esta edición recorrimos el mundo y distintos referentes del sector nos muestran un panorama de lo que puede llegar a suceder en 2022, cuáles son los posibles desafíos a superar, en qué situación se encuentra cada región del planeta, y cuál puede ser la clave para trabajar satisfactoriamente en estos rubros.

Nos encontramos en un mundo cada vez más hiper conectado, pero que a la vez tiende a estar menos globalizado y adoptando una tendencia hacia la regionalización. En este con-

texto, la poca visibilidad sobre el corto plazo nos sigue uniendo. Es entonces donde la colaboración coordinada puede ser trascendental para continuar abasteciendo a un mundo que cambia y seguirá cambiando. Y que tiene, como rasgo fundamental del futuro cercano, la incertidumbre.

Desde Movant Connection agradecemos la contribución de todos nuestros miembros, los verdaderos protagonistas de este espacio. Recientemente, cumplimos un año y todos los hitos que logramos nos posicionan como el medio de comunicación más disruptivo del sector.

Los invito a disfrutar del contenido de esta edición y les deseo un excelente fin de año.

Sigamos conectados, porque conectados movemos el mundo.

Hasta el año próximo.

Javier Carrizo



MEETING



LA LOGÍSTICA Y SU GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA



Francisco Nieves (España)

Director Financiero - CFO
Interim Management

De formación ingeniero, pero con más de 15 años de experiencia como director financiero muy vinculado a la actividad logística, Francisco Nieves, comparte en esta entrevista con Movant Connection, su visión sobre el rol clave de la gestión administrativa y financiera para las cadenas de abastecimiento.

¿Qué particularidades presenta la actividad logística en cuanto a su administración y gestión financiera?

Los intereses del mundo de la logística y de la administración son diferentes. Está claro que en la logística lo que más interesa es ser capaces de suministrar bienes y servicios al cliente a demanda y ahí el valor más importante es la rapidez, la velocidad con la cual eres capaz de cumplir con ese requisito.

En el mundo de la administración, sobre todo

de la contabilidad, es algo diferente porque ahí el objetivo es registrar la actividad de la empresa en números y ejercer una función importante de control, utilizando las herramientas principales que maneja un director financiero, como el Reporte de Pérdidas y Ganancias (P&L en inglés), la cuenta de resultados, el balance y el cashflow.

“La palabra fundamental es la coordinación. Si no hay coordinación entre la cadena de suministro y los departamentos administrativos la cosa no funciona bien”

El control y la velocidad no es algo que sea fácil de alinear, por lo tanto, para que la logística cumpla con su objetivo y el mundo empresarial desde el punto de vista administrativo cumpla con el suyo, la palabra fundamental es la coordinación. Si no hay coordinación entre la cadena de suministro y los departamentos administrativos la cosa no funciona bien.

¿Cómo es posible coordinar de forma efectiva los objetivos de la cadena de suministros con los de los departamentos administrativos?

Han habido iniciativas diversas, que siguen estando en auge, enfocadas en este objetivo. Por ejemplo, en los años 40 Toyota impuso el "Kanban", también hubo un señor Vasco de apellido López que implantó lo que se llama "Just in time", y ahora se ha puesto muy de moda el concepto del "Cross docking".

El objetivo fundamental de todas estas estrategias es intentar reducir al máximo el inventario, porque éste consume recursos de capital en la empresa y por lo tanto no es algo que sea deseable desde el punto de vista financiero.

Estas estrategias son muy válidas para poder coordinar los intereses de logística con la administración, y luego por supuesto la tecnología, la tecnología es otra pata fundamental para poder cumplir con estos requisitos.

¿Qué riesgos puede acarrear una mala gestión administrativa en las operaciones logísticas vinculadas al comercio exterior?

He participado de grandes proyectos, operaciones de exportación de miles de toneladas con embarques millonarios, que se realizaron bajo la modalidad de carta de crédito o crédito documentario, donde la gestión documental es



Una empresa de: **GRUPO MURCHISON**

fundamental ya que debe presentarse todo lo requerido por el banco en tiempo y forma, y todo debe estar perfecto.

Entre esos documentos existen multitud de ejemplos, "Packing List" o lista de embarque, Certificados de Origen, e incluso certificados fitosanitarios de la madera del embalaje. Toda esta documentación que se debe presentar se origina en la cadena logística y tiene que estar perfecta, ya que el banco lo primero que hace es revisar que la misma esté en condiciones y ante cualquier error o pequeña coma que no esté en su sitio, le da la excusa perfecta para

“En el mundo de la administración, sobre todo de la contabilidad, el objetivo es registrar la actividad de la empresa en números y ejercer una función importante de control”

no pagar.

Estas situaciones pueden generar problemas graves de caja en las empresas, porque no se cobra y sin embargo se le debe seguir pagando a todos los proveedores.

Por eso, como en todos los negocios, se debe contar con suficiente "know how" del sector, con gente que conozca bien el funcionamiento de una carta de crédito, por ejemplo, y los tiempos en los cuales puedes presentar la documentación.

La dinámica de las cadenas de abastecimiento exige cada vez más agilidad y flexibilidad, ¿cómo alinear estos objetivos con la precisión administrativa?

Efectivamente, vivimos en un mundo cada vez más acelerado, en el que la única manera de poder cumplir con esas exigencias del mercado, y a la vez tener todo el proceso suficientemente controlado, es con la tecnología. Si no tienes procesos automatizados, si no tienes sistemas que se adapten rápido, de forma eficaz y sin errores, al final vas a fracasar.

Aquí aparecen los códigos QR, los códigos de barra, entre otros, y también los ERP, que son sistemas con diferentes módulos que se encuentran integrados. Los mismos tienen la ventaja de que integran un módulo de logística, un módulo de compras, un módulo de inventario y control de almacén, uno de contabilidad y administración, todos integrados en una misma herramienta.

Esto hace que la información se introduzca una sola vez, generalmente de forma automática, reduciendo cada vez más la intervención humana, aumentando la productividad y disminuyendo los errores.

¿Cómo es el proceso de implementación y la penetración en el mercado de sistemas de estas características?

En principio hay que considerar que se trata de herramientas caras. Son costosas las licencias, la capacitación del personal para poder utilizarlas, y también la "parametrización", porque es necesario adaptarlas a las necesidades específicas de cada organización.

Luego, también es importante que el sistema sea capaz de producir informes adaptados a las necesidades de cada operación, para que permitan optimizar el proceso de toma de decisiones, repercutiendo de forma positiva en la cadena logística en todos sus niveles: en compras, tráfico, en ejecución de proyectos y hasta en la parte comercial. Sin dudas, es un esfuerzo importante el que tienen que hacer las empresas para implantar un ERP de forma exitosa.

¿Cómo se armoniza la forma de operar

"Si no tienes procesos automatizados, si no tienes sistemas que se adapten rápido, de forma eficaz y sin errores, al final vas a fracasar"

tradicional de una organización con lo que ofrecen los sistemas informáticos?

Existen dos extremos. El extremo en el que las empresas dicen "estos son mis procesos y quiero una herramienta que se adapte 100% a lo que estoy haciendo", cuyo efecto es que resulta muy caro de implementar, ya que debes adaptar la herramienta a lo que tú haces, y también muy caro de mantener, porque si el día de mañana quieres hacer una evolución de la herramienta o quieres migrar a otra herramienta, tienes que contar con gente experimentada para poder mantener todos los informes y la forma de proceder.

En el otro extremo se encuentran aquellas empresas que quieren una herramienta "Out of the Shell", es decir, la pones en el ordenador y la empresa se adapta a cómo funciona. Me olvido de cómo estaba funcionando hasta ahora y me adapto al funcionamiento del sistema.

Esto tiene la ventaja de que no te gastas tanto dinero en parametrizar el sistema a tus necesidades, pero tiene la desventaja de que estas renunciando un poco a la forma que has tenido de trabajar y con la cual has tenido éxito, lo que puede también suponer el riesgo de dejar de funcionar bien.

Desde mi punto de vista tiene que haber un equilibrio entre ambas, las herramientas deben adaptarse un poco a la operativa de la compañía, pero a su vez la compañía tiene que hacer un trabajo de re pensar los procesos.



MEETING



ALIMENTOS ORGÁNICOS: PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA ANTE UNA DEMANDA INTERNACIONAL CRECIENTE



Horacio Madou (Argentina)
Gerente Comercial de
Neofarms Bio

Horacio Madou se desempeña en una organización especializada en la producción y exportación de alimentos, con una participación muy relevante en el mercado de arroz orgánico. En esta entrevista con Movant Connection, nos brinda un panorama del alcance de estos productos en el mundo y los desafíos a la hora de realizar su logística.

¿Qué diferencia hay entre el arroz orgánico con el tradicional?

A grandes rasgos hay limitaciones en cuanto a los insumos y a los procesos que se pueden aplicar para producir y certificar arroz orgánico. En ese sentido, la Ley de Producción Orgánica da el marco para la certificación orgánica de un producto. Básicamente, es un sistema sustentable donde no se puede utilizar ningún aditivo o insumo de síntesis química, ni organismos gené-

ticamente modificados, todo tiene que ser de origen natural. Eso presenta desafíos en todo el ciclo del producto, desde el campo donde no se pueden utilizar fertilizantes ni herbicidas, y también en la post cosecha, donde no se puede fumigar ni hacer ningún tipo de tratamiento químico. Luego, otro aspecto interesante es lo que se conoce como cadena de custodia. Cada participante de la cadena productiva tiene que estar bajo certificación orgánica, es decir, todas las manos que tocan el producto tienen que estar bajo certificado orgánico. Entonces, esta custodia va pasando entre cada actor de la cadena y la trazabilidad es fundamental.

¿Cómo fue la evolución de la demanda internacional de estos productos?

Son productos de valor agregado, se diferencian de los commodities por todo este proceso, la trazabilidad y el cuidado con que se manejan. Comercializamos diferentes variedades de arroz orgánico: el largo fino que es el histórico en Argentina, y variedades especiales para sus-

hi, paella o risotto. También abastecemos a la industria de alimentos para bebés con soluciones desarrolladas a medida para estos clientes.

Apuntamos a mercados que crecen anualmente a tasas de dos dígitos y con una demanda sostenida por consumidores cada día más conscientes y exigentes.

¿Presenta alguna diferencia en cuanto a la logística?

Tenemos protocolos rigurosos para las condiciones de los contenedores, los cuales tienen que ser aptos para alimentos y estar en perfectas condiciones. A grandes rasgos, en la parte documental no presenta diferencias significativas frente al arroz tradicional, si bien al ser un producto diferencial, tenemos que presentar la do-

cumentación respaldatoria de la “declaración orgánica”.

En cuanto a la logística, si bien siempre lo transportamos a granel, en diciembre sacamos la primera carga empaquetada.

“A la costa oeste de EEUU teníamos 45 días de tránsito habitualmente. Los últimos embarques demoraron entre 110 y 115 días”

ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES EN LOGÍSTICA, OPERACIONES Y CADENA DE SUMINISTROS DE CHILE

APLOG
Logística, Sustentabilidad e Innovación

LA MAYOR COMUNIDAD DE PROFESIONALES EN LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS DE CHILE Y LATINOAMÉRICA

DESDE 2012 DIFUNDIENDO LA FUNCIÓN LOGÍSTICA

@aplogchile APLOG AG www.aplog.cl info@aplog.cl

¿Cuáles son los principales destinos de estos productos?

Tenemos dos grandes mercados que son Norteamérica y Europa. También exportamos a Japón, Israel y tenemos un cliente grande en Bolivia. Te diría que casi el 90% de nuestra producción va a Estados Unidos y Europa, prácticamente en cantidades similares.

En este sentido, hoy el desafío pasa por los costos de fletes marítimos, la logística nos está marcando todo. Hay un colapso de puertos, falta de choferes y alza de precios de combustibles. Todo está muy caótico y escapa de cualquier posibilidad de control. Tal es así que con el nivel actual de fletes hay mercados en los que perdimos competitividad y la urgencia es que la situación se estabilice para seguir creciendo.

¿Cuáles eran los tiempos habituales de trán-

sito en períodos normales para la exportación y cómo son actualmente?

A la costa oeste de Estados Unidos teníamos 45 días de tránsito habitualmente. Los últimos embarques que hicimos vía canal de Panamá demoraron entre 110 y 115 días. De esta forma, el tránsito se extendió al menos 60 o 70 días, y se incrementó también el tiempo que le toma al cliente sacarlo de puerto. Un proceso que siempre demandó 3 días hoy lleva al menos 10, por el colapso de puertos. Es un problema que desde nuestra posición no podemos solucionar, pero si nos esforzamos en gestionar. Fundamentalmente para garantizar la calidad del producto que le llega a los consumidores, ya que si bien el arroz es un producto muy noble, estamos muy atentos a su trazabilidad y conservación, ya que no es lo mismo tenerlo en tránsito durante 45 días que más de 110.





MEETING



THANKSGIVING: LOGÍSTICA ESTACIONAL DE ALIMENTOS PERECEDEROS



Soledad Saks
Analista de Comercio Exterior

En diálogo con Movant Connection, Soledad Saks nos explica detalles sobre la cadena logística de productos perecederos, su alcance, tiempos, orígenes, destinos y las habilidades profesionales necesarias para operar satisfactoriamente.

¿Con qué tipo de productos perecederos ha realizado operaciones de Comercio Exterior y que volúmenes de los mismos tuvo la experiencia de gestionar?

Yo trabajé en logística aérea de carga perecedera. Los productos de este tipo que habitualmente se embarcan desde Argentina vía aérea son: arándanos, espárragos y cerezas, y son estacionales desde agosto hasta diciembre. Esos son los meses en que se embarca todo lo que es aéreo. Durante ese tiempo, el total que maneja el rubro ronda los 15 millones de kilos. En la empresa que trabajaba hemos llegado a

manejar 4 millones de esos 15, después el resto está distribuido en otros "forwarders".

¿Cuáles son los orígenes de estos productos?

Los arándanos suelen venir desde Concordia, Entre Ríos, y también desde Tucumán, hay diferentes zonas. Los espárragos, desde San Juan. En cuanto a las cerezas, hay algunas que son del sur y otras que vienen desde Mendoza.

En cuanto a sus destinos, para el arándano, el mercado más fuerte es Estados Unidos. Si bien hace unos años aumentó el consumo en Europa y en Asia, el fuerte siempre es EE.UU. y se relaciona con algunas fiestas particulares como el "thanksgiving day" en las que el "berry" es una fruta que se consume bastante.

Esta relación entre los arándanos y su consumo en una fecha tan particular en los Estados Unidos debe demandar una logística muy particular, ¿cómo funciona?

Es súper dinámico. Es un trabajo de muchísima dedicación y presión. Trabajé siete años en

lo que es perecedero y cuando llegaban los meses fuertes era, literalmente, instalarse en el aeropuerto. Nos podíamos rotar muy poco y vivíamos full-time para dedicarnos a eso. Hay que estar muy atentos porque siempre suceden imprevistos: los exportadores que cosechan la fruta si llueve no lo pueden hacer, entonces si bien lo ideal es tener un programa de volúmenes, al ser tan dinámico por esas variables relacionadas al clima o problemas con autoridades de control, lo que hacíamos es tener una programación de los volúmenes que el exportador te dice que va a tener, para poder bloquear los espacios con anticipación en los vuelos. Entonces, si no se pudo cosechar por imprevistos, debíamos cancelar lo que estaba programado en los vuelos, todo el tiempo había que estar chequeando eso.

El camino es el siguiente. Una vez cosechados los arándanos pasan por los controles del SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad), que se realiza en las plantas productoras. Después se trasladan en camiones hasta la bodega en el aeropuerto de Ezeiza, donde las aerolíneas le dan prioridad a la carga perecedera, habilitando horarios diferentes a los que se manejan para la carga regular. Además, al ser volúmenes grandes y por la prioridad que se le asigna a este tipo de mercadería, también se extiende un poco el denominado "Cut Off" para llegar a embarcar todo como está reservado.

¿Cómo es el acondicionamiento de los arándanos para su transporte?

El transporte siempre es refrigerado y se recibe "paletizado" en las famosas cajitas llamadas "Clamshell". Cuando arriban a Ezeiza, la persona que ingresa la mercadería en bodega sabe que estos productos no pueden estar a la intemperie y que se deben ingresar rápidamente a cámara. Se les aplican mantas térmicas, se mide la temperatura, se realiza un chequeo antes de que se entreguen a las aerolíneas y también se usa un termógrafo, para que se pueda medir la temperatura durante el transporte. La misma debe oscilar entre los 2 y 8 grados centígrados, para mantener las condiciones del producto. Si ocurriese algún inconveniente, al tener termógrafo, se puede identificar dónde ocurrió la falla.

"Si los arándanos se embarcan en vuelo directo, desde que salen de la planta hasta que llegan a destino tardan un total de 3 días"

¿Una vez en el avión dejan de estar refrigerados?

La única forma de tener un control de temperatura en el avión es con "envirocontainers", pero no se maneja de esa manera porque los costos

son elevadísimos y la disponibilidad de equipos es mucho más limitada en relación a los volúmenes que se manejan para las exportaciones de este tipo de productos. Lo ideal es embarcar en vuelos directos con poco tiempo de tránsito para optimizar la cadena logística. Si es que hay que hacer conexiones se hace el seguimiento correspondiente. Dentro del avión nunca se supera la temperatura de estándares que requiere el producto, que además está controlado con mantas térmicas

¿Cuánto tiempo suele pasar desde la cosecha hasta que el producto está en destino?

Si se embarca en vuelo directo, desde que sale de la planta, hasta que se recibe en Ezeiza y llega a destino, en total son 3 días. Si el destino es Asia o

Europa hay que sumarle por lo menos 2 días más. Siempre y cuando el tiempo de tránsito sea el ideal y no surja ninguna demora en la cual se baje la mercadería del vuelo que estaba programado, a veces pueden ocurrir demoras por eso. En total, se puede tolerar un día de demora, dos es muchísimo, ya que empieza a disminuir la calidad del producto.

Sin dudas, los profesionales que se dedican a estas operaciones tienen que hacerlo con mucha entrega y estar preparados para manejar la adreanalina que genera gestionar un producto sensible en tan poco tiempo.



delbeepalclick

Preparate para lo que viene



Sumate al Programa de Apoyo MiPyMEs
y obtené Importantes Beneficios para digitalizar tu empresa

pymes.gs1.org.ar





AGRADECEMOS A NUESTROS MIEMBROS POR:

- Compartir nuestras publicaciones
- Invitar a nuevos miembros
- Asistir a eventos
- Realizar charlas
- Escribir artículos
- Sumarse a la Publicación Colaborativa
- Participar en los Programas de Mentoreo como Mentee o Mentor
- Interactuar con nuestras propuestas

MIEMBROS DESTACADOS DEL PROGRAMA DE INSIGNIAS 2021/2022 DE ESTA EDICIÓN:

MIEMBRO MULTIPLICADOR



Iván Esteve

MIEMBRO SPEAKER



Ezequiel Mambretti

MIEMBRO PRODUCTOR



Virginia Staricco



VER
VIDEO



Roberto Rosales (Ecuador)

Miembro embajador de
Movant Connection

En esta ocasión les presentamos a Roberto Rosales, especialista en cadena de abastecimiento, logística y comercio exterior, con amplia experiencia en formación y capacitación de profesionales del sector en toda la región.

¿Qué lo motivó a proponerse como Miembro Embajador de Movant Connection?

En principio lo que vi fue una propuesta muy joven, muy actual, muy fresca, y creo que en Latinoamérica no existían proyectos de este tipo enfocados en generar aportes, realizar eventos, mentorías, con un formato que creo que salió de lo tradicional.

Me pareció muy atractivo dar lugar a que los especialistas puedan contar sus experiencias y vivencias buscando generar aportes, y me sentí bastante identificado con ese tema.

El hecho de que haya mucha información de libre acceso yo creo que genera un efecto bumeran. Es una iniciativa que busca generar aporte, y con-

cientizar sobre la importancia del ser humano como eje de todo proyecto, empezando con el proyecto de vida.

¿Cuál es su mirada sobre la importancia de la comunicación y los vínculos para el desarrollo profesional?

Lo que es clave en el tema de la comunicación es que sea de dos vías, que se genere un ida y vuelta. Actualmente tenemos muchos distrac-

“Porque al final no es que ganas tú o que gano yo, estamos todos en el mismo planeta, y en Latinoamérica tenemos los mismos problemas en la parte logística”

tores en el medio, como por ejemplo las redes sociales.

Hoy en día, y lo digo con mucho respeto, ves a un ministro dando un discurso en un foro internacional y ves que el 20 o 30% de los asistentes están agachados chateando con su móvil.

Siento que en muchas ocasiones la comunicación, al existir tantos distractores, se está rompiendo. Por lo cual, los mensajes a veces no están llegando. Por eso un poco mi crítica es sobre qué nivel de concentración tenemos cuando nos comunicamos.

A su vez, también tenemos disponible demasiada información, por lo tanto, creo que es fundamental empezar a filtrarla o tener la capacidad de rendir que información es válida o es útil y cuál no.

¿Cuál es el aporte que siente que podemos brindarles a los miembros desde Movant Connection?

Desde luego los recursos e iniciativas que comparte Movant Connection, donde voy a tener la oportunidad de estar de Mentor próximamente y voy a poder sentir en carne propia cuál es el aporte que puedo hacer.

Además, creo que el hecho de que haya una revista, con un grupo editor y profesionales trabajando y revisando lo que se publica, no es lo mismo que simplemente lanzar algo en las redes sociales.

Esto es algo que pasa mucho en la web, don-

de personas "cheveres" publican algo bonito y logran que su mensaje lleve, mientras que muchos otros contenidos tal vez más interesantes y valiosos no logran captar al público, que suele consumir más el show, el espectáculo, lo que muchas veces distorsiona los temas.

Creo que una forma diferente de hacerlo es a través de la socialización de la información, de los aportes con eventos, de estos programas de mentores, de socializar y hacer comprender que debemos buscar ser mejores y hacer mejor las cosas. Porque al final no es que ganas tú o que gano yo, estamos todos en el mismo planeta, y en Latinoamérica tenemos los mismos problemas en la parte logística, en lo operativo, en el comercio exterior, en lo político, y a ratos empiezas a ver que no es ni el continente, es la humanidad que tiene un problema esencial que se han ido perdiendo los valores.

La balanza se ha desequilibrado y los valores van bajando, y el tema económico se va convirtiendo en una prioridad, te juzgan más por lo que perciben de ti que por lo que realmente eres, y yo creo que Movant Connection tiene una esencia más de lo otro, tiene una esencia más de ser que de parecer, tiene esencia más de dar que de juzgar.

Yo creo que el interés que tiene Movant Connection es noble, es un interés válido y es un interés que genera aporte y que lo percibes fácil, con lo que yo me siento cada día más identificado.





PERSPECTIVAS 2022 EN LOGÍSTICA Y COMERCIO EXTERIOR, UNA MIRADA GLOBAL

NORTEAMÉRICA



Jerry Haar (EEUU)

Profesor y Director Ejecutivo de la Universidad Internacional de Florida.

En diálogo con Movant Connection, Jerry Haar, nos brinda su visión sobre los factores que determinarán la dinámica del comercio internacional durante 2022.

En 2020 el Covid, en 2021 la crisis de los contenedores, ¿qué podemos esperar para las cadenas de suministro globales en 2022 y cómo estar preparados para los nuevos retos?

En principio, tomará hasta 2023 para que el sistema del comercio internacional vuelva a la normalidad. Mientras tanto, seguiremos con puertos trabajando las 24 horas, empresas de transporte pagando salarios más altos a sus trabajadores y aumentando la contratación, sumado a una desaceleración del negocio global debido a una recesión en Estados Unidos y otros países industrializados, lo que quizás puede aportar a devolver el equilibrio a las cadenas de suministro globales.

¿Considera que estas situaciones disruptivas generarán cambios en la conformación de las cadenas globales? ¿Es posible un proceso de desglobalización en busca de cadenas más cortas y predecibles?

La desglobalización es una tontería. Las economías globales incrementarán su integración, pero no necesariamente a través del mercado de comercio de mercancías. Existe el "nearshoring", el comercio de servicios y el movimiento transfronterizo de capital humano. Incluso los productos "Made in U.S.A" tendrán algún contenido extranjero, como, por ejemplo, el software alemán de SAP.

¿La necesidad de ser más sustentables y ecológicos, tendrá efectos en este sentido?

Los accionistas, las partes interesadas y la propia dirección corporativa garantizarán que se preste cada vez más atención a las preocupaciones ambientales, sociales, gubernamentales y de valor compartido.

Desde el punto de vista académico, ¿cómo se contempla la logística y sus desafíos de gestión en la formación profesional para el comercio internacional?

Desafortunadamente, las escuelas de negocios universitarias en Estados Unidos le prestan poca atención a la logística y la gestión de la cadena de suministros. Los colegios comunitarios y las escuelas de oficios hacen un trabajo mucho mejor, incluso tienen programas de capacitación diseñados por la industria. El aprendizaje y las pasantías también son indispensables.

¿Cuál es su opinión sobre las perspectivas de América Latina en cuanto a su papel en el comercio internacional?

Estados Unidos y China siguen siendo los mercados más grandes para Latinoamérica y las materias primas seguirán siendo las categorías más importantes de su comercio.

Las importaciones de América Latina disminu-

rán a medida en que países como México, Colombia, Brasil y Argentina se abastezcan más localmente que en el pasado. Con respecto a las exportaciones de productos no básicos, América Latina carece de capacidad, en algunos casos.

¿Qué impacto podría tener una nueva guerra comercial entre EE. UU. y China en las cadenas de suministro?

Una nueva guerra comercial entre Estados Unidos y China causaría estragos en la cadena de suministros, ya que la relación comercial de las dos naciones es codependiente, por lo que exportadores, importadores y consumidores también sufrirían. Aunque existen proveedores alternativos, como Taiwan y Korea, no pueden igualar la capacidad de China y sus niveles de precios. Del lado de la importación, Europa, Latinoamérica y el sudeste asiático combinados no pueden ni siquiera acercarse a igualar la demanda de EE.UU.





LATINOAMÉRICA

TREND



LATINOAMÉRICA EN TIEMPOS DE RECONFIGURACIÓN GLOBAL

LATINOAMÉRICA



Pablo Descalzo (Argentina)

Especialista en Negocios Internacionales y Supply Chain.

Pablo Descalzo nos ofrece en esta entrevista un análisis geopolítico en tiempos de transformación mundial, donde la región Latinoamericana encontrará nuevos desafíos y también nuevas oportunidades para sus relaciones comerciales con el mundo.

¿Cuál es su visión sobre el contexto global en que se desarrollará el comercio internacional de la región latinoamericana durante 2022?

Para analizar las tendencias en comercio exterior para Latinoamérica, hoy resulta fundamental contemplar la situación geopolítica. Ya que estamos viviendo un proceso histórico, como es el pasaje en los próximos años de una primera potencia económica mundial a otra, sin una guerra abierta, pero sí con un conflicto comercial. China muy posiblemente se convierta, durante

los próximos cinco años, en la primera potencia destronando a los Estados Unidos.

Entonces, por ejemplo, hoy tenemos que un país como Australia, que es un competidor natural del Mercosur en muchos productos, no solamente alimenticios, tiene un conflicto muy grande con China. Y el gigante asiático está suplantando ese comercio con países como Argentina, Paraguay, Uruguay y Brasil. Situación que se puede ver claramente reflejada en las caídas que registra Australia en sus exportaciones, en línea con el aumento de esos productos en las exportaciones del Mercosur.

Eso quiere decir que los países que sean aliados de China, o estén a su alrededor, van a estar beneficiados, y los que no se van a ver perjudicados.

Ante esta situación seguramente se generen alianzas y acuerdos entre otras potencias para frenar el avance de China.

¿Cómo podría comenzar a impactar esta situación de transición en la región?

Hay que ver cómo se desenvuelve este conflicto, qué es lo que hacen los países. Actualmente China no solo es el primer exportador global, sino que se está consolidando también como primer importador / socio e inversor para varios países.

Esto para países económicamente menos desarrollados como Argentina, Paraguay, Bolivia, Grecia, Kazajistán, Pakistán, Tailandia, Myanmar, entre muchos otros, resulta sumamente interesante. Porque como socio comercial China no solamente te compra, sino que además realiza inversiones estratégicas en tu país. En este sentido, es el complemento de la economía latinoamericana por naturaleza.

Algo que no le pasa a la región con Estados Unidos, porque el gran país del norte es una economía única en el mundo que produce todo básicamente, y lo que no puede producir, o no lo hace de forma económica, lo compra. No tiene un término intermedio.

A modo de ejemplo, hay un dato que es interesante, y es que Latinoamérica fue vacunada casi íntegramente por Rusia y China, con la excepción de Brasil que actualmente tiene una postura más pro Biden o Estados Unidos.

Entonces, nos encontraremos con un 2022 complejo, que no va a ser fácil y con muchos aspectos a resolver, en el que muchos países estarán tejiendo sus estrategias.

¿Qué recomendaciones le daría a los profesionales vinculados al comercio exterior para planificar el futuro en este contexto complejo?

Se debe atender lo urgente pensando en lo importante. Aquellos que no tienen una cadena fuerte de partners seguramente la pasaron mal estos últimos meses. Y generalmente, uno se acuerda de los amigos en los momentos de "vacas flacas". Los que no sepan construir relaciones comerciales, apoyarse en socios, ceder y ganar de acuerdo al momento, la seguirán pasando mal.

Por eso resulta vital buscar una red fuerte de partners y enfocarse en la parte rentable del negocio, siempre muy atentos a los números.

Por otro lado, exportar siempre es un buen negocio, más allá de las complejidades. Por ejemplo, es muy interesante lo que está haciendo Uruguay, en su proceso de generar tratados comerciales libres con China. Una ruptura que, quizás, finalmente logre flexibilizar el bloque comercial por la fuerza.

Por eso mi recomendación es que las empresas tengan una conciencia exportadora a largo plazo. Considerando además que el consumidor asiático ha sofisticado y perfeccionado su demanda. Dejó de consumir solamente productos ictícolas y ahora consume carne porcina, vacuna y compra vino chileno, solo por citar algunos ejemplos.





CHINA Y SUDESTE ASIÁTICO: SEÑALES DE RECUPERACIÓN COMERCIAL

ASIA



Lio Yao (China)
Licenciado en Comercio, CEO &
Founder of Trimanshipping.

Lio Yao se especializa en brindar soluciones logísticas y servicios de transporte de mercancías en Asia, con fuerte conexión con América Latina, y en esta entrevista nos comparte un panorama de la situación actual del continente asiático y las dificultades a solucionar de cara al 2022.

¿Cómo describiría la situación actual de las cadenas de suministro en Asia después de un 2021 atípico?

Personalmente, 2021 es un año excepcional y único para todas las industrias. Me gustaría dividir en dos áreas: China y el sudeste asiático. Debido a los notables logros de prevención de Covid 19 en China, el funcionamiento de varias industrias es relativamente saludable y sostenible. Las cadenas de suministro y los mercados están bien controlados y funcionando. Aunque hay caídas periódicas, la industria de la logística reanuda rápidamente sus operaciones.

Mientras tanto, hay oportunidades y desafíos en 2021 para nosotros en China.

El año anterior a la epidemia, la industria de la logística estaba polarizada. Las grandes empresas monopolizaron la industria logística y los intermediarios, mientras que las pequeñas y medianas empresas sobrevivieron en la brecha. Sin embargo, debido a la epidemia, la industria de la logística tuvo escasez de recursos y una distribución desigual de los servicios, lo que condujo a un nuevo armado del mercado.

Por ejemplo, las pequeñas y medianas empresas podrían tener más oportunidades de obtener recursos de suministro y probablemente ascender a la vanguardia del mercado.

El otro aspecto de la renovación del mercado tiene que ver con el cliente. Por lo general, cada proveedor de logística tiene su grupo fijo de clientes habituales para brindar el servicio. Después del efecto de la epidemia, todo el sistema del cliente se distorsionó ya que sus requi-

sitos y necesidades no pudieron garantizarse. Por lo tanto, es más probable que esos clientes busquen nuevos proveedores de servicios diversos, ya que no pueden obtener los recursos de suministro fijo. Mientras tanto, las pequeñas y medianas empresas podrían buscar más clientes para satisfacer sus necesidades.

¿Cómo les ha impactado la suba de costos del transporte marítimo?

Los precios de fletes marítimos de China a EE. UU. son diez o incluso docenas de veces más altos que antes, lo que resulta en mayores costos laborales y materias primas, que generarán menores ganancias para los importadores y exportadores. Si bien los pedidos pueden acumularse y generar ganancias, este fenómeno aún causaría una operación insalubre a largo plazo. En el lado del sudeste asiático, como India e

Indonesia, áreas epidémicas graves, la prevención deficiente creó obstáculos en la operación de la industria logística y la débil cadena de suministro, algo que no es optimista para la segunda mitad de 2021. Por ejemplo, retrasar la entrega y el envío provoca fallas en el sistema.

¿Qué podemos esperar para 2022? ¿Cuáles cree que serán los principales retos a afrontar?

A pesar de que el mercado tendría una caída para principios de 2022, aún existen beneficios y armonías para la industria logística, que es un tema importante. El principal desafío al que nos enfrentaremos, personalmente creo que el costo relacionado con la logística sería un obstáculo en China que conducirá a mayores costos de servicio, costos de producción y costos laborales. Este entorno insalubre sería un obstáculo para el desarrollo de empresas competitivas débiles.



12 DEPARTAMENTOS

- AMBIENTE Y SUSTENTABILIDAD
- CAPITAL HUMANO
- COMERCIAL
- COMUNICACIÓN
- ECOMMERCE
- ESTADÍSTICAS
- FARMA
- FINANZAS
- IMPUESTOS
- LEGAL
- OPERACIONES
- TECNOLOGÍA

#SOMOSLOGÍSTICA

CEDOL

CÁMARA EMPRESARIA DE OPERADORES LOGÍSTICOS

CEDOL.ORG.AR



INDIA: FLEXIBILIDAD, MEJORES VÍNCULOS Y MERCADO LOCAL PARA GARANTIZAR EL ABASTECIMIENTO

ASIA



Nihal Advani (India)
Especialista en Comercio Internacional
y CEO en Tecnocap Oriental.

Nihal Advani, nos presenta la actualidad y las perspectivas del otro "gigante asiático".

¿Cómo describirías el momento actual de las cadenas de suministro en India?

Hasta ahora lo hemos sobrellevado bastante bien. El año pasado hubo menos suministros por falta de materia prima. Fue un año difícil para conseguir abastecimiento, espacio en los barcos y en los aviones para poder mover materia prima o mercancías. El desafío grande fue ese, además de los precios de los fletes que han subido 5, 6 y hasta 10 veces, lo que complicó mucho el negocio. Hoy estamos todos pensando no solo en corto plazo, sino en una visión más a largo plazo, ya que hay que planear las cosas mejor para los próximos 3 a 5 años. Estamos todos sobreviviendo, innovando y cambiando el modelo de negocio. Es importante adaptarse y ser flexible en ese momento donde hay mucha incertidumbre.

¿Van a perdurar estos cambios una vez superada la pandemia?

Hoy en día estamos proyectando a largo plazo, y a nivel negocio cuando estamos pensando en proveedores o compradores lo hacemos para hacer más fuerte la relación. Es importante que tengamos con nuestros socios y compradores una visión y plan en conjunto, porque hay mu-

cha volatilidad en materia prima y precios. Hay que pensar en cómo se puede hacer negocios juntos a futuro. Es como si fuese un matrimonio, hay que comunicarse muy bien y no dejar las cosas en el aire, y siempre con flexibilidad.

¿Cuáles son los principales desafíos a futuro en logística y comercio exterior?

Lo más importante es asegurar que la materia prima nos llegue en tiempo. Yo trabajo en una empresa italiana que fabrica tapones metálicos en India. En nuestro caso, lo más importante es asegurarnos de contar con las materias primas, porque todos tenemos miedo de que en algún momento falten y nos perjudique el negocio. El mundo de la importación y la exportación, si bien sigue siendo abierto, no lo es tanto como antes de la crisis sanitaria. Por eso, considero que es fundamental estudiar el mercado doméstico, ya que puede representar una gran oportunidad de subir la cadena de valor y comenzar a fabricar algunas cosas localmente, para no depender tanto de la logística internacional y, a largo plazo, fabricar cada vez más.

¿Qué habilidades resultan útiles para los profesionales en estos contextos?

La flexibilidad y agilidad son muy importantes. No hay que pensar solo en uno mismo, sino en los demás. Fomentar los acuerdos es crucial porque estamos en una situación muy complicada, porque no podemos funcionar solos (sin socios ni compradores).





EUROPA: CONSUMIDORES Y CADENAS LOGÍSTICAS ACELERAN SU EVOLUCIÓN IMPULSADOS POR LA PANDEMIA

EUROPA



José Luis Morato

Experto en Supply chain, Senior Manager Supply Chain Execution en NTT DATA Europe & LATAM.

Sobre la actualidad y las perspectivas de las cadenas de abastecimiento en el "viejo continente", nos brinda su visión José Luis Morato, quien también se desempeña como docente y conferencista en Supply y Chain.

¿Cómo describiría la situación actual de las cadenas de abastecimiento en Europa?

Estamos en un entorno bastante complicado. Que hablando de Europa y teniendo una visión más global, está afectando a los países de formas diversas.

Venimos saliendo de una pandemia y estamos viendo los primeros efectos sobre la economía, de una crisis sanitaria que fue también una crisis emocional y que ha generado o acelerado cambios en los hábitos de consumo.

Estos cambios desde luego afectan a la cadena

de suministros, que también está cambiando siguiendo el ritmo de la sociedad.

Las cadenas venían siendo cada vez más complejas, con empresas que tenían proveedores y clientes muy distantes, a la vez que existía una fuerte presión por minimizar los inventarios, para optimizar los costos aplicando el Just in Time. Adicionalmente, el ciclo de vida de los productos es cada vez más corto, lo que hace que el tiempo de tolerancia del cliente también lo sea. Además, los productos se han vuelto más complejos por su mayor variedad y la tendencia a la personalización.

Esta era la situación en la que veníamos y, de repente, llega la pandemia. Llega la tormenta perfecta.

Y eso está pasando en Europa, lo que hace que de repente las materias primas suben, la energía sube, los medios de transporte aumentan. Creo que hay una situación en que deter-

minadas empresas o sectores están haciendo un acopio mayor, lo cual hace que suban los precios. Es decir, es el momento de recuperar los beneficios no tomados, esa es mi opinión. Sin embargo, hay un montón de oportunidades de mejora en las que podemos trabajar.

¿Cómo enfrentar esta compleja situación desde la gestión logística?

Hasta ahora el momento de gestión era: planifico, hago y tomo medidas. Uno de los aspectos que se están desarrollando en este sentido es que hay que anticiparse, como una de las primeras soluciones ante estos cambios. Entonces, ¿qué ocurre? El famoso "entorno Vuca" (volatilidad, incertidumbre - uncertainty en inglés - complejidad y ambigüedad) del que todo el mundo habla, representa la presión en

este momento. Nos encontramos con que todo es vulnerable, todo es cambiante, la demanda salta por los aires y a partir de ahí nos encontramos con retos que tenemos que ver cómo los solucionamos.

Los conceptos colaborativos son importantes ante esta situación. Es el momento de colaborar porque al final todos están involucrados, proveedores, distribuidores y operadores logísticos.

Considerando este punto de partida, ¿qué podemos esperar para el año próximo?

Es el momento de poner el foco en el cliente, mejorar las operaciones, trabajar en conceptos de visibilidad y flexibilidad, donde el rol de la tecnología también es importante.



La asociación mexicana de los profesionales, académicos y estudiantes de Logística y Cadena de Suministro

- ✓ Conoce las nuevas tendencias, actualízate continuamente, amplía tu red de contactos.
- ✓ Fortalece tu competitividad profesional, conéctate y potencializa las oportunidades de desarrollo.
- ✓ Participa en los eventos virtuales de ConaLog.

Únete ahora a ConaLog a través de una de sus Membresías y recorramos juntos el camino hacia un futuro más productivo para la Logística y la Cadena de Suministro

Tel (55) 5651-4834
conalog@conalog.org.mx
www.conalog.org.mx



El cliente está cambiando, entonces debo buscar fórmulas para anticiparme. ¿Cómo lo hago? Siendo flexible. A partir de ahí, ¿Qué es lo que necesito? Aplicar tecnología.

Es el momento de aplicar el concepto de la visión 360°. También debo pensar en las personas que tengo dentro de la compañía, quienes son importantes para adaptarnos a estos cambios. Ver cuáles son mis procesos, cómo los adapto a un nuevo entorno, a una nueva forma de hacer las cosas, a nuevos modelos de aprovisionamiento y después implementar tecnología.

Siempre asumiendo que la tecnología no va a solucionar nuestros problemas, si antes no hemos mejorado los procesos y si no tenemos las personas adecuadas para adaptarlos.

Esta es la clave, tener claro cuál es el orden, tener esa visión 360° y a partir de ahí hacer foco en la rentabilidad.

Cuántos gastos y desperdicios tengo que hasta ahora no estaba mirando y ahora tengo que verlos. Si la materia prima sube quizás no lo pueda hacer, pero tengo que ver cómo transformar la materia prima que sí depende de mí. Tendré agentes externos que no puedo controlar, pero es el momento de trabajar en los factores internos para mejorar la excelencia operacional que tenemos.

¿Se pueden generar cambios en la Logística y el Comercio Internacional que perduren más allá de esta situación de post pandemia?

Veremos qué es estructural y qué no. Por ejem-

plo, en el e-commerce ha habido un “boom” que luego bajó. Yo creo que se va a quedar una parte, pero la otra no, creo que bajará.

Luego la cadena de proximidad. Ahora todo el mundo está tendiendo a esto. A día de hoy, no puedo estar pensando en abastecerme en China o pensar que lo que antes llevaba cuatro semanas ahora lleva tres meses. Puede haber nuevos modos de transporte que generen otro impacto y podemos empezar a tener proximidad. ¿Qué ocurre con la proximidad? No hay tantos proveedores. A su vez, debemos analizar los nuevos costos y si esos costos los voy a repercutir.

Temporalmente puede empezar a haber dos cambios que son a analizar: un mayor acopio de aprovisionamiento para evitar roturas de stock, es decir, ir en contra del “Just in Time”. De repente la gente se va a cargar de inventario, pero esto deberá ser temporal porque además el “Cashflow” de las compañías no lo pueden aguantar. Hay muchas compañías que hasta ahora se financiaban con proveedores, es decir, tomo productos y vendo antes de pagar al proveedor. Ahora tengo mucho stock, lo acopio y después lo venderé. La economía y tesorería de muchas empresas no están preparadas para eso.

Me puedo atrever a decir que vamos a tener una normalización a un año vista, la travesía del desierto puede durar un año como mínimo en Europa, no creo que hasta septiembre del año que viene volvamos a estabilizar las cadenas de suministro.





TREND



ÁFRICA: UN PASO A LA VEZ, ANTE LA IMPOSIBILIDAD DE PODER PLANIFICAR

ÁFRICA



Angela Arthur (África)
Directora Comercial de
Movis Ghana.

Especializada en la actividad logística, Angela nos detalla las dificultades experimentadas durante la crisis sanitaria para operar y cuáles son las herramientas necesarias para surfear con éxito la ola de incertidumbre del próximo año.

¿Cómo describiría el estado actual de las cadenas de suministro en África después de un 2021 atípico?

Una palabra para describir el estado actual de las cadenas de suministro es la incertidumbre. Ha sido muy difícil reordenar el sistema ya que las cadenas de suministro se han interrumpido en todos los niveles.

Actualmente, todo actor involucrado, especialmente los consignatarios/compradores tienen que invertir más en juntar stock, perdiendo liquidez, debido a los valores más caros de fletes internacionales de la historia, combinados con la falta de espacio en buque que están teniendo

do todas las líneas marítimas. Yo diría que todo ha salido mal, los precios se han disparado, los plazos de entrega también. Ya no tenemos líneas navieras que otorguen los días gratis habituales. Todo acaba de ponerse muy difícil. Y es por eso que decimos que estamos en la nueva normalidad. Todo se ha vuelto nuevo y tenemos que adaptarnos a eso. En conclusión, diré que los problemas se han amplificado en el continente.

¿Cuáles cree que serán los principales retos a afrontar en 2022?

Los principales desafíos a enfrentar serían los efectos de la pandemia en la planificación. El eje de la cadena de suministro es la planificación, y esto se ha convertido en una tarea muy desafiante. 2022 podría ser tan perturbador como 2021. Mirando hacia atrás en 2019, todo lo que dijimos que íbamos a hacer en 2020 fue descartado. El mundo ahora está comenzando a comprender el virus y tiene la esperanza de que las vacunas traigan una solución duradera ya que, lamentablemente, el virus sigue mutando.

Las partes interesadas solo pueden pensar de manera innovadora para poder permanecer en el negocio porque nuestras viejas formas de hacer las cosas no pueden funcionar en nuestra situación actual. Si tenemos que mirar lo que sucedió como punto de referencia, será bastante difícil. Así que tenemos que seguir con lo que hemos hecho este año y esperar que las cosas mejoren. Si tenemos que mirar lo que sucedió como punto de referencia, será bastante difícil. Así que tenemos que seguir con lo que hemos hecho este año y esperar que las cosas mejoren. Podemos decir con seguridad que vamos a aumentar los márgenes o el presupuesto en un 5% o un 10%, solo tenemos que mantenernos estables y luego presionar por cosas mejores en 2022, pero como está ahora, solo diríamos que lo haríamos a un paso a la vez.

¿Cuál es su visión sobre el papel de los profesionales de la logística en estos contextos?

Los profesionales de la logística deben ser muy aptos con su juego. Necesitamos adelantarnos

a las curvas y poder negociar adecuadamente con las líneas navieras. Necesitamos poder trabajar muy de cerca con todas las partes interesadas para asegurarnos de que todos estén alineados con una buena comprensión de la evolución de la industria en cada momento. Necesitamos entender a nuestros clientes y estar con ellos en el momento de realizar el pedido para asegurarnos de que les proporcionamos la información necesaria para que estén bien informados. La colaboración y la comunicación efectivas serán los impulsores clave.

Solo esperamos la estabilidad en 2022 para permitir a las partes interesadas hacer mejores planes para sus cadenas de suministro. Actualmente, los envíos deben reservarse con cuatro semanas de anticipación para obtener una reserva en un barco. Éstos son tiempos bastantes duros y desafiantes. En 2022 se necesita más colaboración para mantener los precios bajos, las economías en marcha y el mercado laboral fluido.





OCEANÍA: LAS PROBLEMÁTICAS DE SER “DEAD END”, LA ÚLTIMA PARADA

OCEANÍA



Martin Moyano (Australia)
Managing Director at Clarke Global
Logistics Pty Ltd.

Especialista en Comercio Internacional, Martín Moyano nos relata las dificultades que enfrenta la gestión logística en Australia en este contexto complejo, principalmente por su posición geográfica.

¿Cómo describiría la situación en Oceanía de las cadenas de abastecimiento y el comercio internacional?

La verdad es que la situación en Australia y Nueva Zelanda, las dos principales economías del continente, no es buena en relación a la disponibilidad de contenedores para el comercio internacional. Esta zona siempre fue un mercado de “dead end” para el comercio marítimo, porque no representa un lugar de tránsito para

cargas de y hacia otros destinos, salvo las islas del pacífico.

Por lo cual, ya en la segunda parte del año, empezamos a sufrir el gran problema de poder conseguir contenedores a puertos de trasbordo como Singapur y Port Klang en Malasia, que es nuestro puerto de trasbordo para ir a Europa y para ir a Oriente Medio o África. Para todos esos países, desde los últimos tres meses es imposible conseguir carga o espacio.

Los contenedores han aumentado de un precio de 2.000 o 3.000 dólares a 10.000 en solo tres meses, y Australia ese aspecto lo sufre porque no es un mercado grande. En este punto, el planteo de las navieras es, ¿por qué tengo que atenderte a vos, que pagas tres, cuándo tengo otra persona que embarca de China con volumen y paga diez? En ese aspecto Australia y Nueva Zelanda

están en desventaja y lo van a estar, al menos, hasta el primer trimestre del año que viene.

Para graficar esta diferencia, un representante de una naviera me detalló que la cantidad total que Australia exporta mediante todas sus líneas en una semana, esta naviera lo envía en un solo servicio de China a Europa.

¿Existe una problemática para la exportación sobre todo o también sucede en la importación?

Australia importa mucho desde China, y si bien hay demoras y está complicado conseguir espacios en los puertos principales como Ningbo, Shanghai o Shenzhen, no resultan tan graves como conseguir contenedores de Europa hacia Australia. Desde Europa hay navieras que directamente dicen "a Australia no voy" y no ofrecen servicios.

Conseguir contenedores de Países Bajos, Bélgica o Alemania es imposible. Europa del este, Polonia o Ucrania es inviable.

Nosotros tenemos tráfico directo a Estados Unidos, es un mercado grande, pero presenta demoras para bajar el contenedor al puerto y que esté listo para hacer el "pick up" y demás. El puerto de Los Ángeles es un caos, la semana pasada había más de cien barcos esperando en rada para poder desembarcar. Están demorando 30 o 35 días desde la llegada a puerto, cuando lo habitual eran 7.

¿Cómo impacta esta situación en la actividad económica de la región y en la planificación del sector?

Afectó fuerte porque se dio junto con la salida del aislamiento sanitario que tenía Australia. Estuvo cerrado todo hasta hace poco y cuando se comenzó a reactivar la economía nos encontramos con el problema logístico que está afectando la cadena de abastecimiento de muchísimos productos. Incluso, hay mucha carga que ya no va a llegar para las fiestas de fin de año.

En cuanto al transporte aéreo la situación no es muy diferente, ya que no hay mucha disponibilidad de aviones que vengan a Australia. En definitiva, si bien se registra un mayor movimiento de la economía, hoy está muy supeditado a todas estas problemáticas logísticas.

¿Cuáles son las expectativas que tienen para el próximo año?

Para nosotros no fue un mal año, a pesar de todo logramos crecer, pero estamos expectantes a que se normalice la problemática de los contenedores, ya que hemos perdido muchos negocios no por no ser competitivos, sino porque no pudimos contar con la logística internacional para proveer nuestros servicios.





LATINOAMÉRICA

CHINA

TREND



VER
VIDEO

LATINOAMÉRICA Y CHINA, RETOS Y OPORTUNIDADES EN UN MUNDO EN TRANSICIÓN



Rafael Valdez Mingramm

Presidente de FENLACC.

El gran crecimiento de la influencia global de China posiciona al país asiático como la próxima primera potencia económica mundial. En este contexto, los especialistas pronostican que en los próximos años se acrecentarán los conflictos comerciales entre las grandes potencias y sus diversas alianzas, en la lucha por alcanzar las mejores posiciones en este ranking.

Esto representa una gran oportunidad para la región latinoamericana, que debe ser estratégica en su relación bilateral con China para aprovechar todo el potencial de crecimiento que puede ofrecer en esta nueva configuración global.

Sobre estos temas dialogamos con Rafael Valdez Mingramm, Presidente de la Federación de Negocios de América Latina y El Caribe – China (FENLACC).

¿Cómo describiría la relación actual entre China y Latinoamérica?

La relación de China con América Latina ha cambiado profundamente durante los últimos años. Para dimensionar esta evolución, pensemos que en 2001 las exportaciones de la región hacia China representaban un 1.6 % sobre el total sus ventas hacia al mundo, mientras que a fines de 2020 esta cifra rondó el 26 %.

Esto implica que China ya se ha convertido en el principal socio comercial de muchos de los países de la región latinoamericana.

En sentido contrario, el comercio de la región con Estados Unidos pasó de un 56% en 2001, a un 13 % en 2020. Claramente esto muestra dos tendencias. Por un lado, que estamos exportando más a China y, en términos relativos, menos a Estados Unidos, lo que también tiene que ver con un fuerte aumento que se registró de las exportaciones de China hacia los Estados Unidos.

Y por el otro, representa un precedente de la guerra comercial y tecnológica que actualmente enfrenta a China con los Estados Unidos, un tema geopolítico que puede causar una serie de problemas, pero también muchas oportunidades para nuestra región.

Lo cierto es que actualmente América Latina es un socio importante para China, no solo por lo que exporta, sino también por lo que importa, en una balanza comercial muy equilibrada.

Por eso considero que para el gigante asiático representamos uno de los mercados emergentes más importantes y más estratégicos, en ambos sentidos.

¿Estamos ante un cambio estructural del comercio global?

El mundo está entrando en una situación distinta, en un cambio generacional, tecnológico, que impacta en la manera de operar de las empre-

sas e incluso en la forma de vida de las familias.

La pandemia aceleró este proceso y hoy nos encontramos, por ejemplo, con un nivel de digitalización que no hubiésemos imaginado hace solo dos años atrás. Esto tiene implicaciones desde el punto de vista logístico, de cadenas de suministro, de producción, etc.

En este sentido, si China ya se anticipaba como la economía más grande del mundo hacia la década de 2030, yo creo que es una realidad que va a llegar mucho antes y nos tocará a nosotros, como región, comprender esta situación que va a ser por demás compleja y difícil en algunos casos si no se llega a gestionar bien.

Porque la rivalidad entre China y EEUU nos va a rebotar en América Latina, con implicaciones en lo comercial y también en lo financiero. Porque cuando hablamos de la relación actual de China con América Latina no solo nos referimos



Ventanas para toda la vida

Aberturas de PVC para obras nuevas y renovaciones

www.rehau.com.ar



a lo comercial, importaciones y exportaciones, sino que China es un inversionista importante en la región, en proyectos de infraestructura, en empresas de manufactura, de logística, de servicios e incluso en servicios financieros.

Por ejemplo, podemos ver como la presencia de los bancos chinos es cada vez más relevante y notoria en nuestra región, lo que contrasta con nuestra historia reciente, donde el inversionista principal siempre fue Estados Unidos, seguido por España y otros países europeos.

“En 2001 las exportaciones de la región hacia China representaban un 1.6 % sobre el total de sus ventas hacia el mundo, mientras que a fines de 2020 esta cifra rondó el 26 %”

Vamos a ver entonces una rivalidad en este sentido y va a estar en nosotros como latinoamericanos el saberlas encausar.

¿Cuáles son los principales desafíos que nos depara el 2022 en este sentido?

Considero que el año próximo seguiremos enfrentando la problemática el aumento de cos-

tos del traslado de contenedores desde y hacia China, un factor que genera incremento de precios y una inflación natural en las economías, en un momento donde hay otra situación difícil en la región, que se relaciona con la baja en la demanda de una serie de productos y servicios, consecuencia de la contracción de la economía producida por la pandemia.

Si bien todos estamos siguiendo atentamente lo que sucede con la “cuarta ola”, personalmente creo que ya tocamos fondo en ese sentido. Por lo que pienso que tendremos en la región un incremento de la actividad comercial con China en los próximos meses, lo que desde luego va a ser positivo porque se incrementarán las órdenes de compra y los pedidos, pero a la vez se generará una mayor demanda de contenedores cuando hoy tenemos una oferta limitada debido a los cambios estructurales de este último año.

Este será uno de los retos importantes, con un mercado que demanda más y una capacidad de suministro que no va a poder reaccionar de manera inmediata y que va a generar distorsiones en el corto y mediano plazo.

Tendremos que estar muy atentos también a las variables geopolíticas que puedan afectar en términos regulatorios, como la imposición de tarifas, aranceles y otras medidas fruto del desarrollo de la guerra comercial y del reacomodamiento global. Esa parte política y regulatoria también es un tema en LATAM que puede afectar la relación con China.



PROGRAMA DE MENTOREO CON DEBATE

En MOVANT CONNECTION nos proponemos ser un puente entre aquellos que tienen ganas de aprender y aquellas personas con vocación de enseñanza. El PROGRAMA DE MENTOREO CON DEBATE aporta valor difundiendo conocimientos, vinculando e incentivando el debate entre los diversos protagonistas de la logística y el comercio exterior. Inscríbete enviando un correo a miembros@movant.net.

MENTOREO OCTUBRE DIVERSIFICACIÓN EN LA LOGÍSTICA PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

“La diversificación en la logística está involucrada también con la agregación de valor, que puede estar asociada a factores que, solo conociendo la necesidad o limitaciones del cliente, se pueden atender mejor, como lo son los costos, tiempos, urgencias, limitación organizacional y limitación operativa.”

“”



Alexandre Querino

Mentor

International Logistics Specialist AGCO do Brasil
Maestría en Industria Creativa - Innovación en Gestión
MBA en Gestión Estratégica en Logística
Licenciado en Comercio Exterior

Amanda Mendoza Ochoa



Moderadora

Miembro Embajador de Movant Connection

“”



Hernán David Pérez

Mentor

Socio principal de una consultora en gestión de negocios y Especialista en transformación digital de las operaciones, Supply Chain, Logística y Omnicanalidad en LatAm.

Alexandre Querino



Moderador

Miembro Embajador de Movant Connection

MENTOREO NOVIEMBRE DIGITALIZACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO, IOT (Internet de las Cosas) Y AI (Inteligencia Artificial) EN LA LOGÍSTICA Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

“El internet de las cosas y la inteligencia artificial están cambiando el mundo, los negocios y nuestra forma de vivir. Se convierten en el elemento clave para mejorar la predictibilidad y adaptabilidad en un mundo con alta disrupción”.



SKILLS



VER
VIDEO

LIDERAZGO Y RRHH EN UN MUNDO QUE EVOLUCIONA



Fabricio Kaplan

Vice Presidente Global de Recursos Humanos de Unilever

Fabricio Kaplan es Vice Presidente Global de Recursos Humanos de Unilever, compañía en la que cuenta con 25 años de trayectoria, y a la que ingresó a través del Programa de Jóvenes Profesionales de la multinacional, en el que participó luego de recibir su título de Licenciado en Psicología por la Universidad de Buenos Aires.

Comenzó trabajando para Argentina y Latinoamérica, y luego se radicó en Amsterdam donde continúa desarrollando su carrera siempre vinculada a los recursos humanos.

El liderazgo, el entrenamiento y desarrollo de los colaboradores, así como armonizar la gran amplitud cultural que caracteriza a estas grandes compañías globales, son sus ocupaciones habituales y su pasión. Sobre estos temas dialogamos con Fabricio Kaplan.

¿Cómo describiría su rol dentro de la compañía?

Mi último rol en la empresa, el que estoy haciendo

hace 5 años, es mi primer rol global. Estoy dando soporte a los equipos de innovación, de desarrollo e investigación de Unilever a nivel global.

El 90% de las personas que componen estos equipos trabajan desarrollando productos, innovando e implementando esas innovaciones en los diferentes mercados del mundo donde opera Unilever.

Las modalidades de consumo y los consumidores mismos han cambiado mucho estos últimos años, ¿cómo se busca la innovación en estos contextos?

Creo que estamos pasando de un modelo de innovación donde el “core” que te diferenciaba era la propiedad intelectual de las nuevas tecnologías, a partir de las cuales te volvías más competitivo en los mercados, a un contexto en el que las grandes innovaciones no suceden solamente dentro de las grandes compañías. Hoy en día existen muchas empresas pequeñas con ideas que surgen de la periferia, y no solamente de los países centrales.

Estos últimos años comenzó a cambiar la forma en la que innovamos y, por ende, también el rol de los equipos de investigación y desarrollo.

Estamos en ese proceso y lo interesante, desde el punto de vista de recursos humanos, es cómo ayudamos a los negocios a hacer esa transformación cultural. La cual tiene impacto en todo lo que conlleva la gestión humana, las formas de trabajo, los perfiles de liderazgo necesarios, las capacidades o "skills", y la forma en la que se busca llegar al consumidor desarrollando productos que lo sigan enamorando, porque finalmente es allí donde se juega la batalla final.

¿Cómo se van incorporando estos cam-

bios de las nuevas generaciones y culturas en empresas tan grandes?

En principio creo que es la primera vez que hay cuatro generaciones conviviendo en un espacio de trabajo. Y cada generación se diferencia de la anterior y viene a responder las preguntas que no respondimos las anteriores, y también a plantear nuevas.

Por plantear un ejemplo, el mandato de mi padre era que debía estudiar para ser médico, para ser profesional. El de mi generación era hacer un "carrerón" y ascender en la escala corporativa lo más rápido posible.

Mientras que el actual, el nuevo mandato, es el de la felicidad. Un mandato sin dudas hermo-



**RECORRIENDO
LAS RUTAS DE
LA PRODUCTIVIDAD
EN TODO EL PAÍS**

FADEEAC
Federación Argentina de Entidades
Empresarias del Autotransporte de Cargas

FPT *Fundación Profesional
para el Transporte*

Sánchez de Bustamante 54
(1173) Buenos Aires · Argentina

FADEEAC.ORG.AR

so, pero también sumamente complejo. Porque si querías ser profesional estaba claro que el camino era ir a la universidad, si querías ascender en la empresa trabajabas fuerte para conseguirlo, pero cuando hablamos de ser feliz, existen tantas vías y tantos caminos como personas en el mundo.

Las empresas empiezan a pensar cómo hacer para que los empleados sean más felices, y esto tiene que ver con la influencia de las nuevas generaciones, "si no disfruto del camino, si no me siento bien, me voy de la organización".

En este sentido, hoy hablamos de un liderazgo auténtico, ya no se entiende como en décadas anteriores, que teníamos que tildar casilleros y ser un superhéroe para realmente ser un líder.

Hoy se valora la vulnerabilidad, la autenticidad y el propósito.

Empezamos a tener muchos conceptos que tienen que ver con las nuevas generaciones y lo que ellas traen al negocio y al mundo del trabajo. Es interesante porque ponen el tema subjetivo e individual en el corazón de un sistema, que venía siendo mucho más corporativo, estructurado y jerárquico.

¿Qué desafíos representa liderar personas en estos contextos de cambios tan profundos?

Antes las compañías desarrollaban las políticas y estas debían ser aceptadas, o la opción era el cambio de trabajo.

Por el contrario, hoy debemos escuchar las

APPROLOG
ASOCIACIÓN PERUANA DE PROFESIONALES EN LOGÍSTICA

NUEVOS BENEFICIOS

Desarrollamos nuevos servicios y eventos para hacer frente a la pandemia y seguir difundiendo las buenas prácticas a los profesionales del Sector de Logística y Cadena de Suministro.

- MATERIAL LOGÍSTICO EXCLUSIVO
- RED DE CONTACTOS APPROLOG Y ALALOG
- DESCUENTOS EN EVENTOS
- DESCUENTOS EN UNIVERSIDADES
- ACCESO A LA PLATAFORMA NETWORKING
- EVENTOS INTERNACIONALES

ASÓCIATE 2021

APPROLOG.ORG

nuevas demandas y tener la flexibilidad dentro de la organización para que la gente pueda desarrollarse, hacer su carrera, tomando muy en cuenta esa individualidad para casi personalizar la experiencia de trabajo, es ahí hacia donde va el nuevo modelo y el desafío para las compañías. Ya que tener políticas que apliquen a todos por igual es casi imposible, las mismas deben tener flexibilidad para que cada uno pueda elegir dentro de un marco que mantenga cierta equidad.

“Las empresas empiezan a pensar cómo hacer para que los empleados sean más felices, y esto tiene que ver con la influencia de las nuevas generaciones: si no disfruto del camino, si no me siento bien, me voy de la organización”

Las líderes entonces deben brindar flexibilidad y, a partir de eso, también obtener mejores resultados...

Es pasar del “modelo de control” donde el jefe tenía un rol de supervisión al “modelo del engagement”, en el cual existen objetivos que deben ser cumplidos, para lo cual los colaboradores

cuentan con la confianza del líder y su propia responsabilidad, nos juntamos de vez en cuando y chequeamos cómo te puedo ayudar para destrabar lo que te esté trabando. Ser un poco más “coach” que jefe, eso genera el engagement, el entusiasmo y las ganas de ser parte, y ahí es cuando “dejas todo en la cancha”.

Otro aspecto importante es el propósito. En Unilever trabajamos mucho la sustentabilidad, el impacto social y el medio ambiente. Construimos un negocio que no sólo crezca, sino que también tenga un impacto positivo en el planeta.

Todos queremos ser parte de algo un poquito más grande, algo que supere lo puramente comercial o económico. Desde luego queremos ser parte de un equipo ganador también, nadie quiere perder o ser parte de un negocio que pierde, pero a la vez, deseamos ser parte de un negocio que tiene un propósito o un sentido más amplio.

Creo que es otra de las líneas que hacen que una persona esté más comprometida con la misión y el negocio.

¿Cuáles son las habilidades más valoradas en los jóvenes profesionales hoy?

Nosotros definimos el “Inner Game”, que se refiere a ¿quién sos?, está centrado en tu personalidad, tu actitud, tu flexibilidad y curiosidad, cuestiones llamadas “Soft” que son las nuevas cuestiones “Hard”, sobre todo en términos de liderazgo. Entonces tenemos el propósito, ¿cómo haces jugar a tu propósito? ¿Qué te levanta todos los días con ganas de comerte la cancha? ¿Qué te moviliza? Poder articular quién sos con lo que que hacés es dónde está la magia.





KNOW

FACTORES Y TENDENCIAS QUE DARÁN FORMA AL FUTURO DEL COMERCIO EXTERIOR Y SU LOGÍSTICA ASOCIADA

“Nadie puede predecir cómo será el futuro del comercio exterior ni de las cadenas de abastecimiento, pero sí existen determinados pilares que sin duda serán claves para su conformación, como la sustentabilidad, la digitalización y la innovación, entre otros. Los mismos nos pueden resultar útiles para proyectar cómo debemos posicionarnos desde nuestro rol profesional para afrontar los retos por venir”. **Javier Carrizo, Director de Movant Connection.**

Sobre este tema nos brindan sus análisis y reflexiones miembros y seguidores de Movant Connection de diversos países de la región.

El futuro cercano del comercio internacional y la logística

Consultados sobre cuáles son los temas que mayor impacto tendrán en las características futuras de estos sectores profesionales, **Agustina Sinigaglia (Argentina)**, estudiante de comercio internacional, considera que, “Los temas que de hoy en adelante van a ser muy impor-

tales para el futuro del comercio internacional son la digitalización de los procesos aduaneros, la utilización de criptomonedas como métodos de pago y la crisis de contenedores y transporte mundial”.

Por su parte, **Andrés Mauricio Castro Figueroa (Colombia)**, Decano de Negocios Internacionales, señala que, “Actualmente estamos viviendo cambios importantes en la forma de hacer negocios a nivel internacional que, de hecho, están obligando a repensar y hacer disruptivas las organizaciones en este sentido”.

Al respecto, identifica dos retos principales, “el que tiene que ver con la logística y particularmente desde la misma gestión de la cadena de abastecimiento y las redes de valor de las organizaciones y, por el otro lado, el que tiene que ver con el comercio exterior y los desafíos que se deben enfrentar particularmente en países latinoamericanos, como es el caso de la facilitación del comercio”.

Como factor común que incide en estos dos aspectos, el especialista en comercio internacional señala la dificultad de gestión que genera la falta de transparencia en la cadena de suministro, “muchas empresas todavía reciben datos sobre el transporte de sus mercancías días o incluso semanas después de que las mismas fueron entregadas en el destino final”.

De acuerdo con Rosangela Samaniego (Panamá), docente de Normativa Aduanera y Comercio Exterior, el contexto indeseado de pandemia, tuvo también ciertos impactos positivos a partir de la necesidad de las compañías de reinventarse, como por ejemplo, la aceleración en la implementación de nuevas tecnologías para dar respuesta ante el incremento del comercio electrónico. “Los temas que marcarán el

futuro del comercio exterior sin duda serán los asociados al desarrollo de nuevas infraestructuras y tecnologías aplicadas a los diferentes modos de transporte que reducirían los tiempos de tránsito, apoyarían la consolidación de acuerdos comerciales y el incremento de las nuevas economías emergentes, ante la necesidad de una reactivación económica post pandemia que facilitaría la introducción a los mercados internacionales”.

Para Pablino Germán Gonzalez Godoy (Paraguay), Licenciado en comercio exterior y docente, “Una de las principales tendencias en el comercio exterior y su logística será la aplicación y mejoramiento de los programas informáticos para la agilización de los procesos de intercambio de bienes y servicios lo cual conllevará



Plataforma colaborativa de negocios y comercio exterior

*Comunidad
Conocimiento
Vinculación
Articulación*

www.clicknconnect.net



Click and Connect



mayor costo operativo (Menor tiempo = Mayor costo)”.

Los RRHH en el contexto que viene

En cuanto a los perfiles y habilidades que serán más necesarios y demandados para los profesionales del comercio internacional y la logística, señalan:

Andres Mauricio Castro Figueroa, “Los retos que demanda la nueva dinámica global, tanto para el campo de la logística como para el comercio exterior, requerirán profesionales que entiendan y comprendan la realidad de su entorno, con habilidades para liderar y trabajar en equipos multiculturales y multidisciplinarios. Dentro de esas condiciones, deberán ser capaces de manejar los datos y cifras de una organización que opera en mercados internacionales, donde big data y analítica de datos son herramientas esenciales para los profesionales”.

Por otro lado, destacó también la necesidad de que los profesionales desarrollen su capacidad de análisis ante situaciones problemáticas para poder proponer soluciones y alternativas.

Rosangela Samaniego, “El rol de los RRHH en estos nuevos contextos futuros debe ser estratégico según el objetivo de cada compañía, obteniendo los mejores candidatos con las competencias adecuadas al perfil de cada organización direccionadas a la mejora continua. Los aspirantes a puestos con una mayor visión global dentro de multinacionales deben tener una formación mucho más integral, no bastará con un título dirigido a una sola área, sino que deberá ser un profesional con conocimientos en

varios temas, que podrían ser obtenidos a través de postgrados y másteres especializados”.

Pablino Germán Gonzalez Godoy, “La pandemia nos demostró que los recursos humanos tendrán que apegarse a protocolos muy estrictos y mejorar sus habilidades para el manejo remoto de las decisiones que sean necesarias en su ámbito, y convivir con la presión y el stress laboral”.

Agustina Sinigaglia, “Considero que los perfiles y habilidades más demandados en el futuro van a ser aquellos que tengan un buen manejo de las nuevas tecnologías, de los idiomas y sobre todo una buena capacidad y creatividad para resolver problemas y obstáculos que puedan surgir en el camino”.

El mapa del liderazgo económico global

Nos referimos también a la posibilidad de que surjan cambios en la relevancia de los países que marcan el ritmo del comercio internacional:

Rosangela Samaniego, “Sin duda la pandemia hizo replantear a muchos países sobre la localización de sus centros de distribución y plantas de producción, que ya no va a depender solamente de los costos asociados a la mano de obra, beneficios fiscales, entre otros, sino también de la posición geográfica y nuevas rutas alternas que impulsen la disminución en los tiempos de tránsito, ubicaciones que no se vean afectadas ante situaciones como, por ejemplo, retrasos por congestión, entre otros”.

Pablino Germán Gonzalez Godoy, “El líder antes de la pandemia en cuanto a importaciones

era China, que después de la pandemia mejorará su posición global y no creo que haya una modificación de gran notoriedad en cuanto al liderazgo económico”.

Agustina Sinigaglia, “Considero que a medida que vaya transcurriendo el tiempo y las economías de a poco vayan recuperándose, van a haber varios cambios en las posiciones de liderazgo económico global de muchos países”.

Andrés Mauricio Castro Figueroa, “Es claro que la gran dependencia del mercado de China ha generado una deslocalización de la producción, que como la vemos hoy, está impactando de manera significativa a industrias tan importantes como la automotriz. China seguirá siendo el eje de la economía global, a pesar de las medidas proteccionistas de otros países. El problema que veremos a futuro es cómo otros grandes jugadores, como Estados Unidos y Alemania, y también el resto del mundo, manejarán la dinámica de negociación actual con China para abastecer o para obtener lo que dispone este mercado”.

Prepararse para un futuro desafiante

Finalmente, preguntamos sobre cómo deberíamos prepararnos como profesionales ante los retos que nos deparan los mercados:

Pablino Germán Gonzalez Godoy, “El profesio-

nal de comercio exterior tiene un futuro alentador, ya que forma parte de una economía que va en auge, para lo que deberá contar con conocimiento de idiomas, procesos aduaneros, barreras arancelarias, para-arancelarias y, especialmente, logística en todos sus ámbitos”.

Agustina Sinigaglia, “Lo mejor que los futuros profesionales pueden hacer para enfrentar los retos por venir es estar continuamente actualizados y capacitarse siempre”.

Andrés Mauricio Castro Figueroa, “El reto está en que los profesionales de este cambio deben ser capaces de dirigir y gestionar los procesos de internacionalización de una organización, desde una dinámica de mercado que se está volviendo más digital”.

Rosangela Samaniego, “Definitivamente el reto es grande, porque las tasas de desempleo se han incrementado y la gente ha tenido más tiempo para prepararse mejor, adquiriendo nuevas competencias que ha generado la virtualidad, por lo tanto, la competencia cada vez será más grande. Los profesionales del presente y del futuro, deberán empezar a adquirir experiencia desde etapas tempranas a través de prácticas profesionales, pasantías, etc., no solo esperar obtener un título profesional y salir a buscar trabajo”.



PARTICIPAN EN ESTE ARTÍCULO:



Agustina Sinigaglia



Andrés Mauricio Castro Figueroa



Rosangela Samaniego



Pablino Germán Gonzalez Godoy





KNOW

“EL CRECIENTE ROL DE LA MUJER EN LA LOGÍSTICA Y EL COMERCIO EXTERIOR”

“Seguramente en muy poco tiempo hablar sobre el rol de la mujer en logística y comercio exterior ya no tenga ningún sentido, como sucede en muchas otras actividades donde la participación femenina no representa ninguna novedad. Sin embargo, estas actividades en particular han sido históricamente dominadas por la presencia masculina, algo que afortunadamente hoy está cambiando rápidamente”.

“Desde luego creo en la igualdad de oportunidades, así como también en el valor que es capaz de aportar la diversidad, porque en muchos aspectos hombres y mujeres tenemos miradas y sensibilidades distintas y esto sin dudas representa una gran oportunidad para sumar valor y aportar a la necesaria evolución de la Logística y del Comercio Exterior”. Javier Carrizo, Director de Movant Connection.

Miembros y seguidores de Movant Connection, nos brindan en esta columna sus visiones sobre una tendencia que, sin dudas, llegó para trans-

formar definitivamente a estos sectores profesionales.

El valor diferencial femenino

Consultados sobre el aporte particular que ofrecen las mujeres a la Logística y el Comercio Exterior, Any Lolbeh Torres Ixtapan (México), MBA, Especialista en Comercio Exterior, señala que, “Según diversos estudios e investigaciones, las mujeres son un poco más intuitivas y organizadas; lo cuál suma a favor de las actividades que se necesitan llevar a cabo para procesos de Logística y Comercio Exterior. Además, las mujeres han buscado con el paso de los años superarse profesionalmente, a través de educación superior, posgrados e incluso actualizaciones en la materia que sea necesaria. Somos soñadoras, y esto permite abrir panoramas y en ocasiones soluciones desde un punto de vista controversial, pero diferente a como puede pensar y resolver una mente masculina”.

Para María Rocío Mendoza Zambrano (Ecu-

dor), Estudiante de Comercio Internacional, "El valor diferencial que podemos aportar el genero femenino creo, sin duda alguna, es el compromiso y la responsabilidad a la hora de gestionar las diversas situaciones planteadas dentro de una organización. Ya que, en base a eso, se puede afrontar cualquier barrera. La participación femenina en dicho ámbito, es idónea al momento de generar ideas, soluciones y diferentes planteamientos para llegar a un mismo objetivo o mismo para generar mejoras dentro de una empresa u organización".

Sobre el tema, Anaisis Barreiro (Cuba), Esp. Transporte y Seguro del Comercio Internacional, señala, "La Logística y el Comercio son un campo de oportunidades para el género femenino, que se integra con cierto avance profesio-

nal dentro del sector, cumpliendo un buen desempeño y con idoneidad de liderazgo donde sabemos que la presencia masculina se impone por mayoría pero, lo cierto es que no creo en un valor diferencial entre géneros, creo en los seres humanos con buena aptitud capaz de realizar grandes aportes tanto en el ambiente laboral como en la vida.

Por su parte, Iván Esteve (Argentina), Atención al cliente en Freight Forwarder, señala, "Yo opino que el género femenino puede aportar frescura e innovación a los cargos gerenciales dentro de las empresas, y a su vez, un punto de vista distinto al que poseen los hombres dentro de las organizaciones hoy en día".

De acuerdo con Estefanía Pilar Segovia Vaz-

Bitex

Evolucione sus inversiones en criptomonedas en la mejor plataforma de trading de Latinoamérica.

Compre, venda, diversifique y custodie sus activos en un sólo lugar.

Seleccione la divisa en la cual adquirir sus criptomonedas.

USD ARS UYU CLP PYG

> Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Dogecoin, Tether, Cardano, Bitcoin Cash, Monero

Bitex le brinda soluciones financieras a individuos, empresas e instituciones, que quieran invertir y diversificar su cartera de inversión mediante criptoactivos. Más info en: www.bitex.la o hola@bitex.la

quez (Uruguay), Analista en Comercio Exterior, desempeñarse en estos sectores “implica una responsabilidad importante, y el diferencial no está en el género sino en la preparación profesional de la persona, sea hombre o mujer. Si posee las aptitudes y la personalidad necesaria para trabajar en el cargo puede hacer una gran performance. Si la mujer está en condiciones de ocupar el puesto puede realizarlo satisfactoriamente”.

Habilidades y competencias

Sobre aquellos aspectos que desde la diversidad suman valor a la Logística y al Comercio Exterior, precisan los protagonistas de esta columna:

María Mendoza, “Las competencias y habilidades que son fundamentales para dar beneficios a la Logística y al Comex son, para mí; la capacidad de organización, de toma de decisiones, la capacidad analítica y la inteligencia emocional, por un lado. Todo esto, acompañado de la empatía que se debe generar para poder entender y atender las necesidades de nuestros asociados, clientes y empleados”.

Anaisis Barreriro, “Las mujeres poseen habilidades que ameritan confianza, pues como seres sociables demuestran comprensión, capaces de transmitir más abiertamente las emociones aportando en el trabajo un entorno más cálido. Son disciplinadas, organizadas en el trabajo, incluso más que los hombres, profundamente comprometidas y receptivas, concentrándose en cualquier tarea que se les asigne potencializando sus aptitudes y experiencias”.

Iván Esteve, “Las habilidades que tiene la mujer para beneficiar a la logística y el comercio exterior son el carisma, la mirada a largo plazo para solventar tareas que surgen en el momento y que generen dudas o inquietudes en el ámbito laboral. Con respecto a las competencias, opino que es probable que exista cierto nivel alto de competencia para desempeñar tareas que actualmente las llevan a cabo los hombres, lo que beneficiaría a las empresas dándoles la posibilidad de decidir quién es mejor para determinado puesto o tarea a cubrir”.

Estefanía Segovia, “Las competencias y habilidades se adquieren con estudio y preparación, tanto para el hombre como también para la mujer. Si la mujer adquirió todas las competencias y habilidades para cubrir el puesto no veo ningún prejuicio en que pueda trabajar satisfactoriamente”.

Any Lolbeh Torres, “Dos de las principales habilidades son intuición y organización; pero también responsabilidad y respeto para con los miembros de su área de trabajo. Existen estudios que demuestran que las empresas con mujeres en puestos clave son más rentables y con mayor rendimiento; sin embargo, nuevamente, las mujeres destacadas en la industria de la cadena de suministro y logística, tienen una baja representación con respecto al género masculino”.

Los desafíos ante una industria en proceso de evolución

Si bien la participación de las mujeres en Logística y Comercio Exterior se encuentra en claro

ascenso, existen todavía ciertos obstáculos o dificultades que deben ser superados.

Anaisis Barreiro, “Todavía existe un ambiente hostil que establece que los hombres, por estar la logística relacionada con la fuerza, son los más capacitados para liderar, creándose un desafío diario que atenta contra la confianza, donde ‘ellas’ (y me identifico) tienen que demostrar sus conocimientos y defenderlos para lograr respeto en igualdad de género y un apoyo equitativo de sus ideas para el buen funcionamiento en una entidad”.

Iván Esteve, “Los desafíos que tienen que afrontar las mujeres en la industria de la logística y el comercio exterior son: cambiar con el paradigma de las corporaciones mayoritariamente con cargos gerenciales ocupados por hombres”.

Estefanía Segovia, “Hay que buscar incrementar la participación de las mujeres emprendedoras en la cadena de suministro de la logística. Incluso la ONU reconoce que tienen un papel fundamental en el desarrollo sostenible, aunque muchas hoy en día tienen imposibilidad de ejercer su rol en el Comercio Exterior. Muchas economías discriminan a las mujeres, hay pocas exportadoras, con una mezcla de obstá-

culos legales y culturales”.

Any Lolbeh Torres, “Definitivamente uno de los puntos que no se ha erradicado por completo es la discriminación en cuanto a puestos de trabajo y actividades, ya que sigue siendo una función liderada completamente por el género masculino. Sin embargo, con el paso de los años hemos demostrado que la especialización y el trabajo en equipo permiten el crecimiento, el dar a conocer el talento y enfocarnos para alcanzar objetivos”.

María Mendoza, “Sin duda alguna, considero que el mayor desafío es insertarse en un rubro con un porcentaje alto de hombres dentro del sector. Desafío que conlleva un doble esfuerzo por parte la mujer, ya que por un lado debe demostrar su capacidad en todo momento y, por el otro, enfrentar el estereotipo dentro de la sociedad. Si bien es algo que con el pasar del tiempo ha ido disminuyendo, aun hay mucho por hacer, por cambiar”.

“Apuesto mucho a las nuevas generaciones que con educación y con ganas de mejorar, esto puede llegar a revertirse para el bien y el progreso de todas y todos”.



PARTICIPAN EN ESTE ARTÍCULO:



Any Lolbeh
Torres Ixtepan



María Rocío
Mendoza Zambrano



Anaisis
Barreiro



Iván
Esteve



Estefanía Pilar
Segovia Vazquez





CONNECTION

ASÍ LATIÓ EL PULSO DEL COMERCIO MUNDIAL EN EL WEBINAR INTERNACIONAL 2021 DE MOVANT CONNECTION

Son tiempos de transformación y de cambios profundos, en los que todos los actores de la logística y el comercio internacional están “re-calculando” e intentando descifrar cuáles serán los próximos desafíos a afrontar.

Así quedó expuesto el presente del comercio global y su logística asociada en el Webinar Internacional 2021 de Movant Connection: “El pulso del comercio mundial”, que se llevó a cabo el pasado viernes 15 de octubre, y que contó con la participación de destacados referentes de estos sectores de distintas partes del mundo, junto con especialistas en otras disciplinas, como la formación profesional y la gestión de habilidades blandas, que se han vuelto sumamente relevantes para el éxito de las operaciones.

De esta forma, el evento se estructuró en dos módulos, uno dedicado a la visión de diversas organizaciones protagonistas del comercio internacional, y otro enfocado en las tendencias,

tanto tecnológicas y de innovación, como de capacitación, comunicación y formación personal, que presentan un impacto cada vez más visible en la dinámica de las actividades profesionales.

“De las exposiciones surgieron claros denominadores comunes, como el contexto cambiante en el que se desarrollan actualmente el comercio internacional y las cadenas de suministro”

Perspectivas internacionales

Participaron del primero módulo [Olivier Secache](#) de IATA (International Air Transport Association); [Moisés Solís](#) de ALCAT (Federación de Asociaciones Nacionales de Agentes de Carga y Operadores Logísticos Internacionales de América Latina y el Caribe); [Sergio Abreu](#) de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) y [Agustín Barletti](#), del suplemento Transport & Cargo del diario El Cronista.



De sus exposiciones surgieron claros denominadores comunes, como el contexto cambiante en el que se desarrollan actualmente el comercio internacional y las cadenas de suministro, los atrasos que presenta la región latinoamericana en cuanto a su integración y comercio intra bloque, y las incertidumbres sobre cuándo y cómo se superará la crisis del transporte marítimo.

Sobre la dinámica del transporte aéreo en estos contextos complejos, Olivier Secachen (IATA), destacó la creatividad de las aerolíneas para proponer soluciones útiles, como el reemplazo

de pasajeros por paquetes en los asientos de las aeronaves dando lugar al nuevo concepto de "Freighter", que permite operar temporalmente como cargueros a los aviones de pasajeros.

Moisés Solís manifestó que desde ALACAT buscan, a través de las diversas asociaciones y federaciones, generar acercamiento con los gobiernos de los países de la región en busca de facilitar las operaciones logísticas y, de esta forma, evitar que se encarezcan ya que "finalmente los sobrecostos los pagan los consumidores".

En la misma línea, Sergio Abreu (ALADI), resaltó la necesidad de potenciar el comercio entre los países latinoamericanos, que solo representa el 13% del comercio total (frente al casi 60% de Europa y más del 40% en Asia), ante lo que abogó por dejar de lado las ideologías a la hora de facilitar el comercio, en una región donde "la integración es casi simbólica".

El primer módulo cerró con la visión periodística de Agustín Barletti, quien señaló que el comercio internacional está condicionado por un

"Se abordaron también las necesidades de formación profesional que demandan los nuevos tiempos"

problema logístico de magnitud, que ha transformado la dinámica y los tiempos de muchos sectores económicos.



Tendencias en comercio exterior y logística

El segundo módulo se caracterizó por ser multidisciplinario, a la vez que también contó con la “adaptación al cambio” como gran denominador común.

De esta forma, [Cristina Sánchez](#), periodista especializada en Logística de Pelican & Co, analizó los cambios en la comunicación y la imagen del sector logístico en la sociedad y en los mercados, destacando que “la actividad logística es cada vez más sexy y atractiva”. Por su parte, [Mariló Peris](#), Directora en Foro de Logística y [Xavier Rius](#), Director General en Fundación ICIL, abordaron, cada uno desde su visión particular, las necesidades de formación profesional que demandan los nuevos tiempos para los profesionales logísticos y de comercio internacional, sectores que han tomado gran relevancia estratégica para las organizaciones.

[Juan Antonio Marco Montes De Oca](#), Autor del libro Logística 5.0, describió este concepto

como una guía que, apoyada en la tecnología, ayuda a las empresas logísticas a “mutar sus servicios y estructuras para adaptarse a los nuevos modelos negocios que demandan sus servicios”.

También en relación a la tecnología y la innovación, [Juan Martín Aguado](#), Chief Business Officer at Bitex y [Francisco Buero](#), Chief Operations Officer at Remitex, desarrollaron las características de las criptomonedas y sus posibilidades para el comercio internacional, donde ya se registran los primeros casos de compañías que usan como subyacente la tecnología Blockchain para hacer pagos múltiples y simultáneos internacionales utilizando criptomonedas.

[Sebastián Bigorito](#), Director General en CEADS, abordó las tendencias sustentables y los desafíos para el sector de transporte, que se ubica entre el tercer y cuarto lugar en el ranking de las actividades que más emisiones contaminantes produce a nivel global. Finalmente, [Paula Estrada](#), Coach Ejecutivo y Consultora en Transformación Digital Cultural, se refirió a las habilidades blandas y su rol para la adaptación en un mundo cambiante, que resumió con la frase, “Las personas olvidarán lo que hiciste, las personas olvidarán todo lo que dijiste, pero nunca olvidarán cómo las hiciste sentir”.

Claramente el cambio es la norma, y más allá de las herramientas que pueden aportar las diversas disciplinas, el primer desafío es personal y se relaciona con adaptarse a esta nueva forma de ver el mundo y el trabajo. Esa fue la reflexión que dejó el Webinar Internacional 2021 de Movant Connection.



DIGITALIZATION

0%



100%



VISION



VIRTUALIZACIÓN DE TRÁMITES ADUANEROS PARA IMPULSAR EL DESARROLLO



Javier Gustavo Oyarse Cruz

Abogado. Maestro en Derecho Civil y Comercial.

El mundo ha cambiado rápidamente de un entorno basado en el uso de papeles impresos para gestionar una serie de trámites administrativos, hacia un entorno virtual basado en el uso masivo de la tecnología en las comunicaciones.

Este cambio se aceleró, entre otros factores, por el prolongado tiempo que duró el estado de emergencia sanitaria global producto de la pandemia, que obligó a todos los negocios a invertir en modernas plataformas tecnológicas para reactivar el comercio.

En ese sentido, la administración aduanera tuvo y tiene un rol protagónico como medida preventiva frente al contagio por el coronavirus en el Perú, el cual se puso en evidencia al responder rápidamente a este reto con la eficiencia demostrada en toda su gestión orientada a la facilitación del comercio exterior.

Consideramos que no se trata solamente de simplificar los trámites aduaneros, dado que no deben descuidarse las facultades de control y fiscalización que toda aduana moderna ejerce basado de indicadores de riesgo y el uso de herramientas digitales.

En las siguientes líneas permítanme compartir con ustedes algunas reflexiones respecto a la virtualización de los procedimientos de importación, exportación y restitución simplificado de derechos arancelarios - drawback.

Importaciones digitales

El ingreso de mercancías al Perú se sustenta no sólo en el cumplimiento de las formalidades aduaneras establecidas en la ley, sino en el sustento documental de las operaciones de comercio exterior. La tradición siempre ha sido que dichos trámites se hagan con la presencia física del despachador de aduanas, en el puerto, aeropuerto o punto de frontera, incluso en los depósitos temporales y oficinas aduaneras

para realizar las gestiones vinculadas al despacho.

Como es lógico suponer los tiempos han cambiado y ahora se requiere disminuir la presencia física de los operadores de comercio exterior en las oficinas aduaneras, los puntos de llegada de la mercancía y las oficinas de los operadores logísticos para evitar el contagio.

Lo expuesto anteriormente, nos coloca en una situación ideal para profundizar las reformas y la modernización aduanera que el Perú fue desarrollando desde mediados de los años 90 con singular acierto. Para lo cual, debemos mencionar al sistema integrado de gestión aduanera (SIGAD) como el software que ha permitido la interacción entre los operadores del exterior, los operadores intervinientes, las entidades bancarias y la administración aduanera.

Exportaciones Digitales

La exportación definitiva es un régimen aduanero que permite la salida física del territorio de nuestro país de aquellas mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el extranjero. Las exportaciones no están sujetas a pago de tributo alguno, y los exportadores tienen la posibilidad de acceder a beneficios tributarios como la restitución simplificada de derechos arancelarios (drawback) y el saldo a favor del exportador (devolución del IGV).

Por otro lado, el sistema exporta fácil es un mecanismo promotor de exportaciones dirigido a las micro y pequeñas empresas para que puedan acceder a mercados internacionales utilizando la plataforma logística de la empresa de servicios postales del Perú (SERPOST).



Asociación civil constituida por mujeres que aportan y comparten su experiencia desde y hacia todos los ámbitos laborales y profesionales.

Creemos que, a través de una red innovadora, moderna e interactiva de mujeres idóneas en diferentes disciplinas, podemos unir esfuerzos para hacer surgir respuestas en las necesidades de las emprendedoras comprometidas con el Siglo XXI.

 @GemaEmpresarias  GEMA.GrupoEmpresarialMujeresArgentinas  @gemaempresarias

Dentro de los beneficios que ofrece este sistema destacan el hecho que permite colocar productos en otros países de manera simple, económica y segura; los emprendedores pueden con esta herramienta digital gestionar el trámite de exportación desde cualquier localidad del país sin la necesidad de acudir a una oficina aduanera, dado que es un trámite aduanero sencillo ágil y sin costo; incluso se puede realizar el seguimiento de los envíos postales mediante la internet.

Evolución y facilitación

Llegamos al Bicentenario de nuestra Independencia con una Aduana Digital que ha pasado por un proceso de modernización y adecuación al entorno cambiante de los negocios internacionales, basado en servicios aduaneros que se pueden solicitar de manera remota sin la necesidad de acudir presencialmente a las dependencias de la Administración Aduanera.

En cuanto se refiere a las importaciones, el nuevo modelo de despacho aduanero basado en el sistema de despacho anticipado ha traído grandes beneficios a los importadores quienes pueden ganar competitividad en sus operaciones dada la simplificación de trámites, la disponibilidad de sus mercancías apenas hayan arribado al país desde el puerto, aeropuerto o punto de llegada, y la predictibilidad de los resultados en las gestiones.

Respecto a las exportaciones, no cabe duda de que se han convertido en uno de los motores claves para la reactivación económica, por lo que destacamos la eliminación de la segunda

declaración aduanera de mercancías en la etapa de la regularización del despacho, así como la posibilidad real de efectuar los embarques directamente desde el propio local del exportador, sin dejar de mencionar el uso de documentos digitales para el sustento de las mercancías restringidas.

Adicionalmente, cabe destacar la implementación del reconocimiento físico remoto de las mercancías basado en indicadores de riesgo, lo cual permitirá que los usuarios aduaneros puedan obtener la agilización de sus despachos, sin la necesidad de que el funcionario aduanero acuda a los depósitos temporales, teniendo como fortaleza el uso de la tecnología para realizar el efectivo control aduanero.

Respecto a la restitución simplificada de derechos arancelarios, se incorpora el uso de la mesa de partes virtual para la presentación de los documentos que sustentan la solicitud o para la rectificación de la información, permitiendo de esa manera la eliminación definitiva del papel en la etapa de la revisión documentaria, siendo necesario evaluar una actualización completa del reglamento para facilitar el acceso de las pequeñas y medianas empresas exportadoras.

Finalmente, soy un convencido que en 200 años de vida republicana hemos conseguido logros significativos en la facilitación del comercio exterior, la simplificación de los trámites aduaneros, el fortalecimiento del control aduanero y la competitividad del país; teniendo claro que aún nos espera un largo camino por recorrer en la virtualización de los trámites aduaneros.





VISION



VER
VIDEO

LA COMPLEJA DINÁMICA DEL DÍA A DÍA EN EL PUERTO BUENOS AIRES



Rubén Amendolara

Operador de Comercio
Exterior - OCE

Dentro de las cadenas de abastecimiento los puertos representan un eslabón vital, que integra tanto aspectos operativos como administrativos, que deben cumplimentarse en tiempo y forma para no generar extra costos y demoras capaces de perjudicar tanto a importadores como a exportadores.

En diálogo con Movant Connection, Rubén Amendolara (Argentina), Despachante Aduanero, nos brinda detalles sobre cómo se desarrolla esta dinámica en el Puerto Buenos Aires.

¿Qué aspectos considera que hay que tener en cuenta para operar de forma efectiva en el principal puerto de contenedores de Argentina?

Hay dos aspectos que van de la mano y que son fundamentales: costo y tiempo. Operamos en un país en el que los costos se incrementan ante el

menor percance y que, además, sufre variaciones constantes en el valor de su moneda. Esto hace que tanto importadores como exportadores se desesperen por conseguir el mejor tipo de cambio del momento, lo que afecta la posibilidad de planificar y administrar las operaciones.

Por otro lado, el puerto te brinda cinco días de gracia, a partir de la llegada del medio transportador, para retirar a un costo menor las cargas, pero en el sexto día el incremento es del 100% y no siempre alcanzan esos días para completar las operaciones.

“Siempre hay imprevistos que retrasan la ‘oficialización’, como se denomina cuando se documenta un despacho”

Por eso hay que estar muy al filo para poder cumplir con el cliente y llegar con esos tiempos, lo que no ayuda a la actividad portuaria. Sin dudas tenemos muchas cosas por mejorar.

¿Por qué suele resultar insuficiente el tiempo que ofrecen los puertos para gestionar las cargas, el comúnmente denominado “forzoso” de cinco días?

En muchos casos porque no todo importador y exportador dispone de los fondos necesarios. Hablando de importación, cuando llega un contenedor se debe depositar en la aduana el monto de los gravámenes que representa mucho dinero. Otras veces falta documentación, por ejemplo, “no llegó la factura de origen”. Siempre hay imprevistos que retrasan la “oficialización”, como se denomina cuando se documenta un despacho. Una vez resuelto este paso, se debe conseguir turno en las terminales portuarias. Estas le dan

prioridad a los grandes clientes y a los depósitos fiscales, por lo que se termina consiguiendo turno para el cuarto o el quinto día, donde cualquier inconveniente que surja representa superar el forzoso y pagar 100% más de costos.

¿Cuáles son aquellas cuestiones más allá de la teoría que es bueno conocer para poder desempeñarse de forma eficiente en la operación portuaria?

Más allá del sistema, del manejo del puerto, de la aduana y el transporte, existen muchos imponderables. Es común cruzarse con un paro de guincheros o de camioneros, o con alguna manifestación que no deja llegar al camión al puerto, y nosotros tenemos un rango horario para acceder a los turnos de, a lo sumo, dos horas, más allá de las cuales no podemos cargar ni descargar.

También sucede que se “cae” el sistema de ges-



CBS NETWORK ECUADOR
Lincenciatario del Sistema de Formación Modular en Supply Chain Management del 

Capacitación y consultoría especializada en:

- Supply Chain Management
- Logística Internacional
- Comercio Exterior

info@cbsnetwork.com.ec
☎ 593 994 273 453



 

 CBS NETWORK ECUADOR  @cbsnetec  @cbsnetwork  @CBSNetEc

ción de Aduana, que ya quedó obsoleto. Son muchas las cosas que uno no puede manejar y esto no debería ser así. Los grandes puertos del mundo se gestionan con mucha rigurosidad y funcionan como un engranaje detrás de otro, lo que hace muy difícil que sucedan todas estas problemáticas.

¿Qué cambios o cuentas pendientes considera que se podrían llevar a cabo para mejorar estas operaciones?

Lo que habría que hacer es unificar criterios entre Aduana, despachantes, transportistas, importadores y exportadores. Ni siquiera las distintas terminales portuarias que operan en el puerto lo hacen de la misma manera. Si no logramos avanzar en ese sentido, buscando soluciones que beneficien a todos mejorando los tiempos y los costos, va a ser muy difícil lograr optimizar la operación portuaria.

¿Se han realizado algún tipo de mejoras en los últimos años?

Hubo mejoras tecnológicas mínimas que ya no

se podían evitar. Se digitalizaron y computarizaron algunas operaciones, pero lo fundamental que es optimizar el mecanismo asesorándose con expertos que sepan de puertos aún no se hizo. El despachante queda “en medio de un sándwich”, entre la presión del importador y la presión de la Aduana, por lo que finalmente se vuelve muy engorroso el trabajo.

¿Cómo impacta esta situación a los transportistas?

Un camión puede estar hasta 10 horas esperando que le carguen un contenedor, pero no puede llegar tarde en el rango horario. Es decir, si tiene que estar entre las 8 hs y las 9 hs para cargar, no puede llegar más tarde. La demora de los camiones ocasiona un montón de dificultades pero, sobre todo, es inhumano que un chofer tenga que estar parado en una terminal desde las 9hs cuando se lo citó, hasta las 22ha para cargar un contenedor. Una operación que finalmente demora 15 minutos.

¿Tiene conocimiento de algún proyecto en marcha para mejorar estos procesos?

Hay muchos proyectos que están hace años. Como el del traslado del Puerto de Buenos Aires al Puerto de La Plata y al de Campana para descentralizar, pero ahora lo veo utópico. Está hecha la terminal del Puerto de La Plata y la de Campana también, pero no están funcionando. Primero dijeron que le faltaba dragado al Puerto de La Plata para que los buques grandes pudieran entrar pero ahora ya pueden entrar según tengo entendido. Sinceramente no sé por qué no sucede.

“Lo que habría que hacer es unificar criterios entre Aduana, despachantes, transportistas, importadores y exportadores”





YOGA: LA IMPORTANCIA DE SERENAR LA MENTE EN MEDIO DE OPERACIONES DE COMEX Y LOGÍSTICA



Natalia Alonso

Profesora de Yoga y Lic. en Ciencias de la Comunicación UBA

Natalia Alonso es profesora de Yoga y Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la U.B.A., dirige workshops y programas que brindan herramientas para la gestión emocional y del estrés que ayudan a las personas a llevar una vida más feliz y saludable, transitando sus desafíos personales y laborales con mayor equilibrio y disfrute. En conversación con Movant Connection, nos brinda su visión acerca de la importancia de implementar esta actividad en la vida de trabajadores vinculados a la logística y el comercio exterior

¿De qué se trata el Yoga?

El yoga es una práctica que tiene más de 3000 años de existencia y su objetivo es aquietar la mente. Cuando uno menciona a esta actividad lo primero que suele venir a la cabeza son las posturas de Yoga o "Asanas", o la imagen de alguien muy flexible, todo cruzado o muy fuerte haciendo una postura. Muchas personas termi-

nan pensando a partir de esa imagen, que eso es el Yoga, lograr hacer posturas. Si bien las "asanas" son una parte importante del Yoga integral, el objeto del Yoga es serenar la mente. Ahora bien ¿Por qué aquietar la mente? ¿Por qué la mente está inquieta?

Está comprobado científicamente que por día tenemos más de 60.000 pensamientos circulando en la cabeza. Es como si entraras a una sala y escuches 60.000 voces hablando al mismo tiempo.

¿Cómo pensás que puede beneficiar a profesionales de la logística y el comercio exterior realizar este tipo de actividad?

Hablamos de profesionales que tienen una enorme carga de responsabilidades y que quizás están en un mismo día coordinando un montón de cosas. La vida diaria nos exige un gran "multitasking", estamos en muchos lados al mismo tiempo y nuestra cabeza se acelera. A veces este proceso de aceleración de los pensamientos produce picos de estrés.

Estas prácticas de Yoga o meditación ayudan a imprimir una pausa en el día. Esa pausa es para conectarnos hacia adentro con nosotros mismos, nuestro cuerpo y registrar nuestra respiración. Nos ayuda a bajar esa actividad mental que tal vez está muy elevada, nos trae a un lugar más bajo y desde ese lugar poder discernir, ver con mayor claridad y tomar mejores decisiones. Cuando una mente está muy activa o inquieta hay muchos pensamientos hablando al mismo tiempo. Cuando hay muchas voces nos cuesta registrar que estamos pensando. Es importante hacer una pausa, que no tiene que ser una hora en el día, con cinco o diez minutos hago toda la diferencia. Eso también es lo maravilloso de estas técnicas: discernir los pensamientos y a partir de ahí accionar desde la conciencia.

Muchas veces cuando venimos con un aceleramiento mental por la vorágine laboral terminamos reaccionando en lugar de accionar. Ante

un problema, en lugar de accionar de forma consciente, reaccionamos, casi de forma automática. La reacción tiene la virtud de que responde rápidamente, pero en ocasiones puede ser desmedida. Si yo puedo cultivar un momento de pausa, dejo el piloto automático, realizo una respiración y después acciono, voy a hacerlo desde la conciencia. Tal vez mi respuesta sea más o menos favorable, pero va a ser consciente. Todas las consecuencias también van a venir con esa misma conciencia y muy probablemente me voy a equivocar mucho menos que si reacciono. En la reacción no hay medida, siempre es desmedida porque realizo una acción desde un lugar donde no estoy midiendo consecuencias o no estoy tomándome un momento para ver el panorama completo.

Relacionado al mundo laboral, la reacción sueña a accionar en respuesta a otra situación, distinto a la acción que nace desde uno mismo...

Solución en Abastecimiento



Alpha Sourcing Expert



- OFICINA COMERCIAL EN CHINA
- VARIEDAD DE RUBROS Y CATEGORIAS
- DISEÑO DE SU PROPIA MARCA

info@alphasourcingexpert.com / www.alphasourcingexpert.com / Av. Corrientes 1675, Piso 9 - Bs As.

La reacción ocurre sin conciencia, cuando reacciono suele ser sin medida. En cambio, la acción o la respuesta que vendría estar en la otra cara de la moneda es una acción consciente. Me tomo la pausa, observo y a partir de ahí elaboro mi respuesta. Esa acción se compone de una elaboración y conlleva otro grado de conciencia, muy probablemente el resultado que obtenga va a ser radicalmente diferente. Este ejercicio de poder elaborar respuestas en lugar de reacciones, se entrena.

Tanto en el plano personal como en el profesional interactuamos con vínculos. ¿El Yoga ayuda a la gestión de las emociones?

Hay una raíz que tiene que ver con la respiración. Nosotros respiramos como nos sentimos. Cuando nos sentimos enojados generalmente respiramos corto y rápido, lo mismo si sentimos miedo se nos suele cortar la respiración. En cambio, si sentís paz vas a respirar largo y exhalar lento, el cuerpo se modifica. El gran descubrimiento del Yoga es que, así como la respiración refleja nuestro estado mental y emocional, nosotros a través de la respiración podemos inducir estados mentales y emocionales. A partir de este descubrimiento es que el Yoga desarrolla las técnicas de respiración que conocemos como "pranayama". A través de estos "pranayamas" en Yoga lo que hacemos es trabajar la mente. Hay distintos tipos de "pranayamas" y globalmente hay tres efectos conocidos para ellos. Hay "pranayamas" calmantes, equilibrantes y energizantes. Los primeros tienden a aquietar el estado mental, los "pranayamas" equilibrantes, equilibran la energía de nuestro cuerpo y, por último, los "pranayamas"

energizantes nos activan la energía. Por eso es que la respiración es la gran aliada, la gran herramienta que nos va a acompañar a lo largo del día y de la vida.

Pensando en profesionales del comercio y la logística que quizás no conocen la actividad o les da vergüenza al principio ¿Qué mensaje les darías?

Pausar, conectar conmigo y mi cuerpo para luego volver al trabajo renovado. Para aquel que se acerca al Yoga por primera vez, lo cierto es que muchas veces existen mitos o preconcepciones, yo antes pensaba que era muy ansiosa para hacer Yoga y mira donde estoy hoy. Lo que más escuchamos es "yo no tengo flexibilidad" o "no tengo fuerza", lo cierto es que al Yoga no le importa si tenés fuerza o si podés realizar determinada postura o no. Se trata de entrenar la mente para ir hacia un estado de mayor bienestar físico y mental. Es transversal a la vida y a todos los ámbitos.

A veces nos convencemos de que no podemos parar cinco minutos, la mente nos dice que no tenemos tiempo y seguimos hasta que colapsamos. Esto se trata de poder ir llevando el día a día con mayor equilibrio. Cuanta más práctica tenga de esto, más voy a poder incorporar estas herramientas a mi vida cotidiana y más bienestar voy a ganar para mi vida.

Cuando digo "vida" lo digo de una forma integral, porque nuestra vida laboral y nuestra vida personal funcionan de forma integrada, no me puedo sacar un traje y poner otro.





VER
VIDEO

SUMANDO MANOS: CONECTANDO SOLIDARIDAD DESDE MIAMI HASTA ARGENTINA



Alejandro Itkin

Miembro fundador de Sumando Manos

Sumando Manos fue fundada en 2005 por un grupo de amigos/as residentes en Miami, con el objetivo de brindar ayuda a niños y adolescentes necesitados en Argentina. Hoy centran su ayuda en comunidades rurales del país. Alejandro Itkin es uno de los miembros fundadores y en esta charla le cuenta a Movant Connection las distintas iniciativas de la ONG.

¿De qué se trata “Sumando Manos” y cuál es tu rol en esta fundación?

Es una fundación que nació y todavía vive en Miami, Estados Unidos, fundada por diez amigos y parejas, hombres y mujeres nacidos en Argentina. En ese momento estábamos viviendo en Miami y dijimos: “Hagamos algo para ayudar a los chicos que no tienen la misma posibilidad que tuvimos nosotros”.

En 2005, empezamos aportando una cantidad de dinero mensual para ayudar a un hogar en

Parque Patricios. Como nos sobraba dinero, nos contactamos con otro hogar y a medida que íbamos contando lo que hacíamos nos llamaba alguien, nos pedía ayuda para algún lugar y luego tuvimos una alianza con una asociación llamada “Santa Clara”. Ellos realizan una tarea muy interesante porque son un grupo que viaja por todo el país cada dos meses en dos camionetas con alimentos, útiles escolares y ropa, junto con dentistas y pediatras.

Nos concentramos en niños y adolescentes y en lo posible de zona rurales, donde cuesta que la ayuda llegue.

¿Cómo decidieron el enfoque de la fundación?

Nosotros queríamos ayudar en Argentina. Primero nos contactamos con este hogar en Parque Patricios, era un hogar de chicos judicializados, chicos que se los quitaban a las madres por motivos de violencia, drogas o demás motivos. Les comprábamos el desayuno para todos los días, no podíamos mantener todo, pero por lo menos la parte alimenticia la proveíamos. Te-

níamos en claro que queríamos ayudar en Argentina y después nos fuimos dando cuenta de que quizás a ciertas instituciones en la Provincia de Buenos Aires o mismo en Capital Federal las ayudaban otras instituciones, entonces decidimos concentrar ayuda a gente que no le llega nada. Por eso empezamos a expandirnos en zonas rurales.

“Nos concentramos en niños y adolescentes y en lo posible de zona rurales, donde cuesta que la ayuda llegue”

Nos contaban que “Sumando Manos” surgió de un grupo de amigos, ¿fueron sumando gente? ¿cómo se financian actualmente?

Empezamos aportando el dinero nosotros y a medida que iba creciendo la demanda de ayuda, tuvimos que empezar a recaudar fondos. Somos una fundación conocida en Miami porque hicimos eventos. Me acuerdo cuando Emanuel Ginóbili estaba en San Antonio y venía a jugar a Miami, el “Miami Heat” nos daba entradas, nosotros las vendíamos y con eso recaudábamos dinero. Después de entrenar venía y se sacaba fotos, firmaba autógrafos, etc.

¿Cómo es logísticamente ayudar a Argentina desde Miami?

En Argentina alquilamos una bodega y hay una persona, madre de uno de los miembros,

que recibe donaciones de todo tipo. Hay una red de gente que envía ropa, sábanas, útiles, heladeras, lo que sea y ella lo va distribuyendo a la red de escuelas que tenemos.

Luego, para enviar dinero lo hacemos por intermedio de otras fundaciones. “Sumando Manos” no tiene presencia legal en Argentina. Somos una fundación en Estados Unidos, con todos los papeles y estatutos americanos.

¿Qué temas están en su agenda de objetivos?

Nosotros tenemos proyectos que son constantes como los desayunos. Les compramos el desayuno a diferentes escuelas, más que nada en Chaco y Misiones. También tenemos proyectos más específicos, el año pasado compramos doscientos tanques de agua de 600 litros cada uno para las comunidades Wichis en Salta, que de marzo a diciembre tienen una sequía muy importante, entonces dependen del agua que les lleva la municipalidad. En Misiones hacemos trabajos de invernaderos para que empiecen a autoabastecerse y que no dependan de la ayuda mensual que le damos con los alimentos.

¿Cualquier interesado puede ayudar o aportar a la fundación?

Cualquiera puede aportar. Teresa, es la persona que se encuentra en Argentina, tiene una cuenta a nombre de ella. Ella recibe el dinero y con eso compra las cosas. El aporte que generalmente recibimos es en dólares, en la cuenta de Estados Unidos, con tarjeta de crédito o transferencia bancaria generalmente la gente dona.



Multiple CHOICE



Magui Aicega
Periodista- Ex Leona

75% de respuestas correctas.
¡Felicitaciones Magui!

1. ¿Cómo se llaman las cajas metálicas que se utilizan para cargar mercancías de importación y exportación?

- a) Portadores
- b) **Contenedores** ✓
- c) Cargadores

2. ¿Qué es una importación temporal?

- a) Una compra de mercancías importadas que debe cumplirse en un plazo determinado.
- b) Una compra de productos extranjeros que se acuerda, pero que se concreta recién cuando el proveedor tiene disponibilidad.
- c) **Una importación de bienes que ingresan al país con un permiso solo por un plazo de tiempo determinado.** ✓

3. ¿Cómo se llaman los buques que trasladan cargas líquidas?

- a) **Buques cisterna** ✓
- b) Buques graneleros
- c) Buques cargueros

4. ¿Cómo se llama el agrupamiento de carga de distintos clientes en un mismo embarque?

- a) **Carga de proyecto** ✗
- b) Carga suelta
- c) **Carga consolidada** ✓

5. ¿Qué representan para vos la logística y el comercio exterior?

Está claro que mucho no entiendo de este tema, pero siempre que haya comercio considero que esta bueno para el desarrollo y crecimiento del país. Una logística bien armada hace que los procesos sean más beneficiosos que si la misma no fuera correcta o estuviese mal armada.