

BOLETÍN MENSUAL

Dirección: Belissa Pando
Revisión: Yuri Zerpa
Diseño: Gerardo C. Parra



Fotografía: alamy.com

En Perú, la falta de stock en el sector retail hace que 37% de los consumidores sustituya sus productos

Empresas vienen aplicando tecnologías de inteligencia artificial para un mejor manejo de inventarios y abastecimiento de productos



Fotografía: La República

Kion peruano ingresó a 14 mercados durante la pandemia del COVID-19

Exportación del jengibre peruano aumentó en 110% entre enero a julio, beneficiando a los agroexportadores. Incremento se debe a bloqueos del producto agropecuario de China a Europa y EEUU. Agroexportaciones aún siguen en caída.

II Congreso Nacional y I Congreso Internacional de Logística congregará a empresas y profesionales del sector

Este 24 y 25 de noviembre, representantes de Supply Chain y Logística de las empresas más destacadas del mercado compartirán experiencias, mejores prácticas y los retos logísticos de las cadenas de valor nacional e internacional.

Importaciones peruanas cayeron 18.7% entre enero y septiembre, señala COMEXPERÚ

China fue el principal proveedor de productos al Perú entre enero y septiembre, al acumular el 27.6% del total de las compras al exterior y sumar US\$ 7,120 millones.

IPH Grupo Logístico busca informar a nuestros colegas sobre los sucesos más recientes sobre el rubro de la logística, agenciamiento de aduanas y transporte de carga. ¡Sientete libre de compartirlo también!

También te invitamos a revisar los servicios logísticos que ofrecemos en: www.grupoiph.com

También en nuestras redes:



En Perú, la falta de stock en el sector retail hace que 37% de los consumidores sustituya sus productos



Fotografía: Peru AS

En un mundo en el que la tecnología se ha vuelto un componente fundamental para las operaciones de distintas industrias, el no contar con soluciones tecnológicas que permitan desarrollar eficiencias, supone un costo de oportunidad desde múltiples frentes, especialmente para el sector retail.

Así, por ejemplo, una tienda de abarrotes podría enfrentar desabastecimiento de productos, pérdidas en estrategias promocionales o reducciones en ventas, solo por no tener una estrategia clara frente a los tiempos de rotación de sus productos.

Sin embargo, con el uso de **analíticas predictivas**, se pueden lograr resultados significativos, especialmente en tiendas del canal moderno, según indicó el Country Manager para Chile y Perú de Teamcore, Matías Nemeth.

“Nuestra media es que, en un año, empresas con uso de tecnología, aumentan su disponibilidad en góndo-

la o anaquel entre 6 y 9 puntos porcentuales. Este aumento puede significar de 3 a 5 puntos de mayor venta”, anotó.

Si bien los rubros de consumo masivo, en sectores como alimentación, aseo y abarrotes, son algunas que más usan estas tecnologías, hay otras que pueden maximizar los recursos con la aplicación de las mismas, como son bebidas alcohólicas, lácteos, productos perecederos, entre otras.

“Si hablamos de un cliente con un surtido de hasta 1,000 productos en un punto de venta, la probabilidad de encontrar problemas es bastante elevado”, indicó.

En el caso de las promociones, refirió que el 58% de estas no retornan dinero a las compañías, según Nielsen. Con una mayor eficiencia, se puede hablar de una maximización de doble dígito en el gasto promocional, anotó.

(Fuente: Diario Gestión)

II Congreso Nacional y I Congreso Internacional de Logística congregará a empresas y profesionales del sector

La carrera de Ingeniería Logística y de Transporte de la Universidad San Ignacio de Loyola está organizando el II Congreso Nacional y I Congreso Internacional de Logística, el cual se realizará **el martes 24 y miércoles 25 de noviembre**, con la participación de líderes logísticos de empresas destacadas, quienes compartirán experiencias, mejores prácticas y darán a conocer las fortalezas y retos logísticos en la cadena de valor nacional y global.

Serán dos días de intercambio y actualización de conocimiento a través de conferencias y mesas redondas virtuales.

Los ejes temáticos del evento están orientados a las nuevas tecnologías aplicadas a la cadena de suministro; el entorno V.U.C.A: las tendencias en el perfil del profesional logístico ante los nuevos retos del sector; los retos logísticos en la Alianza del Pacífico en un contexto de pandemia; las prácticas globales y lecciones aprendidas para América Latina durante la actual crisis; entre otros.

El evento está dirigido a estudiantes, docentes, profesionales y empresas relacionadas a los sectores industrial, logístico y de transporte.

Link para inscripción: <https://bit.ly/2U0FD0P>

(Fuente: logistica260.pe)

Kion peruano ingresó a 14 mercados durante la pandemia del COVID-19



Fotografía: Canopy Bridge

Según Mincetur, las exportaciones FOB del jengibre nacional fueron de US\$ 41,5 millones en el 2019. Entre enero a julio de este año, llega a ventas acumuladas por un valor de US\$ 36 millones, que es un aumento de 110,8% comparado al periodo pasado. Mensualmente, las exportaciones oscilaron entre US\$ 2 millones a US\$ 6,5 millones. Si bien tuvo una menor cantidad de envíos en abril, los despachos aumentaron en los siguientes meses.

Susana Yturry, gerenta de agroexportaciones de Adex, explica que esto se debe a un cierre de envíos de China –principal exportador de kion– al mercado europeo y estadounidense.

“Por la predominancia de la pandemia y el bloqueo de exportaciones de China a EEUU, se abrió una oportunidad al jengibre peruano que las empresas supieron identificar y empezaron a hacer envíos que nos posicionan en el top 5”, sostuvo.

El comercio de este producto llevó al país a ser el cuarto exportador mundial. Justamente, los ingresos por envíos del producto agropecuario a EEUU –principal destino– fueron de US\$ 9,6 millones en entre enero a julio de 2019 y US\$ 19,3 millones en el mismo periodo de 2020, representando un aumento de 109%.

Mercados

Según datos de Adex, el kion aumentó en más del 100% sus exportaciones a 9 países. Además de EEUU, también sucedió en Holanda –segundo destino exportador de jengibre– (148%), España (102%), Alemania (256%), Italia (137%), Brasil (1.705%), Fran-

cia (193%), Argentina (129%) y Ecuador (314%).

A su vez, de 17 países amplió sus envíos este año a 29 destinos. Esto generó que se abra nuevo mercado en 14 países –los más significativos fueron Rusia, Corea del Sur y República Dominicana– y solo dejando de exportar a Panamá y Taiwán.

“Nos han puesto en el mapa y hay compradores internacionales que no van a regresar al kion chino cuando se vuelva a la normalidad”, comenta Yturry. Fuente: La República



- Transporte Marítimo
- Transporte Aéreo
- Transporte Terrestre
- Almacenamiento y distribución

✉ ventas@grupoiph.com

✉ info@grupoiph.com

☎ 987783222

Importaciones peruanas cayeron 18.7% entre enero y septiembre, señala COMEXPERÚ



Fotografía: IPH Grupo Logístico

Las importaciones peruanas acumularon un valor de US\$ 25,791 millones entre enero y setiembre, lo que derivó en una caída de 18.7% respecto al mismo período del 2019, según cifras de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) recogidas por la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú).

En setiembre, las compras al exterior llegaron a US\$ 3,069 millones, un retroceso interanual de 12.1%, aunque la tasa fue la menor desde marzo, mes en que se inició el estado de emergencia nacional y en el que las importaciones registraron una caída del 19%.

China fue el principal proveedor de productos entre enero y setiembre al acumular el 27.6% del total de las compras al exterior y sumar US\$ 7,120 millones, monto menor en 7.2% respecto a similar lapso del año pasado.

En segundo lugar se ubicó Estados Unidos, con una participación del 18.7% por un valor de US\$ 4,822 millones, monto que también significó un retroceso del 26.2%.

Según ComexPerú, el único país con el que se consiguió un aumento de las importaciones en el periodo de análisis fue Canadá, nación que le vendió al Perú productos por US\$ 597 millones con un crecimiento del 21.9% y una participación del 2.3%.

Laptops y tablets

Entre enero y setiembre, las laptops fueron los aparatos de cómputo que más crecieron en sus importaciones, al registrar US\$ 328 millones, 23% más que su similar periodo del 2019, informó por su parte la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

En el caso de las tablets, estas reportaron un crecimiento de 112% y alcanzaron un valor importado de US\$ 48.8 millones, mientras que las desktops o computadoras de escritorio registraron un descenso del 52%.

La CCL estima que para el cierre del 2020 las importaciones de laptops y tablets registrarán un valor de US\$ 502 millones, con un crecimiento de 30%, debido a la demanda del trabajo remoto y la educación a distancia ante la pandemia del COVID-19. (Fuente: diario Perú21)

