

Presentamos las motivaciones que hicieron posible la creación de Women in Supply Chain (WINS) y los principales programas que tienen para alcanzar el propósito de contribuir con la aceleración de la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en la cadena de suministros en el país. Además, las siete empresas representadas revelan cómo enfrentan el desafío logístico de la pandemia.

PANEL
SUPPLY CHAIN

MODERADOR

Rafael Rojas Tupayachi
Editor general de G de Gestión

EN LA
PRIMERA
LINEA

Prohibida su reproducción y difusión



Hace tres años, un grupo de ejecutivas del sector logístico peruano tomó la decisión de contribuir directamente a que las diferentes brechas existentes en la actividad donde se desempeñaban empezaran a reducirse de una manera más acelerada. Ellas apuntaban a una equidad de género en la cadena de suministros; si bien existe una tendencia en la comunidad empresarial a que el management en las organizaciones vaya en ese sentido —búsqueda de balance y paulatino cierre de brechas—, la velocidad del cambio era extremadamente lenta.


“Si seguíamos a ese ritmo, nos íbamos a demorar casi 200 años para que no existan diferencias en el trabajo de hombres y mujeres”, menciona Kathy Román, presidenta de Women in Supply Chain (WINS), entidad que fue fundada a fines del 2019, tres meses antes de una pandemia que se convirtió en la “prueba de fuego” de la red logística de nuestro país en medio de cuarentenas y de la transformación de las empresas para no cortar los circuitos productivos y de servicios en los formatos B2B y B2C.

ORIGEN

Previamente al 19 de diciembre del 2019, fecha de creación de WINS, Román había tenido una aproximación ante sus colegas ligadas a las cadenas de suministros mediante la organización de un congreso, evento que fue el termómetro para identificar la intención de sus pares por unirse al propósito de hacer modificaciones sustanciales en beneficio del mercado laboral de la actividad, lo que a su vez se traduciría en una “ganancia” de la comunidad.

El siguiente paso fue encontrar una organización de ejecutivas de logística referente en Latinoamérica, pero se dieron con la sorpresa de que no existía una asociación con esas características en la región. “Somos la primera organización de mujeres en la industria logística de la región; lo que hemos avanzado en actividades se ha difundido por redes sociales, por lo que hemos colaborado en la formación de otras WINS en países como Chile y Ecuador”, manifiesta Román.

En la presente edición, ante esta actividad por conseguir la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de parte de WINS, G de Gestión profundiza en las motivaciones de las directivas de esta organización y en sus programas para cumplir con este propósito, y aborda los proyectos que tienen para la siguiente década.

Finalmente, presentaremos un breve resumen de la forma en que las siete empresas representadas en este Panel, bajo el liderazgo de sus ejecutivas de supply chain, enfrentaron los efectos de la pandemia. Gracias a cada una de ellas por transmitir esa valiosa experiencia. 

1

¿Cuáles fueron el origen y la motivación para crear Women in Supply Chain (WINS)?

2

¿Qué proyectos están llevando a cabo y cuáles han concretado en los tres años que tiene de vigencia la organización?

3

¿Cómo terminará WINS este año y cuál es la visión que tienen de los logros para los siguientes 10 años?



KATHY ROMÁN LUNA

Presidenta fundadora de WINS y gerente de Supply Chain de Grupo Palmas.

SHORT BIO

Estudios:

Tiene un MBA en Egade (México); además, es magíster en Finanzas por el Tecnológico de Monterrey (México) y en Supply Chain Management por ESAN. Estudió Ingeniería en Industrias Alimentarias en la Universidad Nacional Agraria La Molina.

Experiencia:

Anteriormente desempeñó el cargo de gerente de Distribución de Arca Continental Lindley, y antes fue CEO de Conecta Consulting.

1 Era consciente de que existían las brechas de género y me enteré de que nos íbamos a demorar casi 200 años para que ya no existiera en cuanto al trabajo de hombres y mujeres. Es decir, ni mis nietas ni la tercera generación vivirían en un mundo en el que puedan desempeñarse con todas las oportunidades parejas. Al enterarme de eso, decido particularmente hacer un Congreso y dar esa información a mujeres como yo, que lo que nos unía era

la cadena de suministro. Es así que también invité a las señoras para que veamos qué más podríamos hacer nosotras para disminuir esas brechas. Otra de las cosas que nos quedaron claras es que, si no hay mujeres tomando decisiones, estos cambios van a demorar: es importante que estemos liderando empresas e instituciones en las que, desde la cabeza, podamos ir cambiando y ejerciendo este nuevo estilo de trabajo empresarial en equipo.

2 Algo que también pusimos en nuestro plan estratégico fue ser una asociación referente no solo en el Perú, sino en toda Latinoamérica, dado que somos la primera organización de mujeres en la industria logística en la región. Cuando WINS empieza a difundir por las redes sociales sus actividades, recibimos llamadas de varios países latinoamericanos que deseaban información para integrarse a nosotros o formar una asociación en sus países; de hecho, así lo hicimos con Chile y Ecuador. Hemos tenido encuentros virtuales los tres países, y es valioso conocer esas realidades compartiendo los temas de supply chain. En general, queremos ser una asociación referente en logística para el país y la región.

3 En 10 años tenemos la meta de ver a un mayor número de mujeres en posiciones de liderazgo en supply chain. Antes uno iba a un centro de distribución y normalmente solo encontraba un círculo de hombres. Ahora es diferente, se ven mujeres en los centros de distribución, pero son pocas; en una década será otra realidad totalmente. Además, los hombres en posiciones de liderazgo también están cambiando al momento de conformar sus equipos de trabajo y de tomar decisiones. Así, tenemos previsto este año nombrar embajadores WINS que compartan nuestro propósito.



SYLVIA RODAS RISO

VP fundadora de WINS y gerente de Equipos de Frio de Arca Continental Lindley

SHORT BIO

Estudios:

Es magíster en Supply Chain Management por la Universidad del Pacífico y tiene una especialización en metodologías ágiles y lean six sigma black belt. Es ingeniera industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Experiencia:

Ha sido jefa de Planeamiento de Cadena de Suministro de Arca Continental Lindley y antes fue jefa de Planeamiento Industrial de Alicorp.

1 Empecé a trabajar en una empresa de consumo masivo donde era la única mujer en el área de transportes, por lo que para mí era normal trabajar solo con hombres. De hecho, todo mi desarrollo profesional tenía un patrón masculino. Cuando sale el tema de mujeres en logística, a raíz del congreso que organizó Kathy Román, es que empiezo a caer en cuenta de ese sesgo. De hecho, no tenía referentes mujeres, mis jefes y mis gerentes

siempre habían sido hombres. Por ello es importante hablar de las mujeres en logística, y es ahí donde me doy cuenta que, si bien trabajé con hombres, ellos crecían más rápido, y no me daba cuenta de que eso dependía de mí. Es que no solo era tener las capacidades y ser responsable, lo que faltaba era dar ese paso adicional diferenciador, hacerme visible y ayudar a otras mujeres a crecer.

2 Todos estos proyectos son posibles debido a cómo nos hemos organizado desde un inicio; es parte del proyecto también. Este proyecto nace, primero, con un comité fundador y un consejo directivo que después se vuelve un consejo consultivo. Y, a su vez, es la base de estos comités técnicos y de los comités operativos la que hace posible que WINS funcione. Somos una asociación sin fines de lucro, nuestra participación es voluntaria. Estamos en contacto con las diversas organizaciones del sector logístico. Nuestro plan estratégico tiene tres frentes: desarrollar el programa de mentoring, construir relaciones con más mujeres logísticas en Latinoamérica y promover el conocimiento logístico en toda la comunidad.

3 Las mujeres que hoy conformamos WINS, en un periodo de cinco a diez años ya formaremos parte de proyectos concretos para el país, que ayudarán a desarrollar la cadena de suministro en el Perú, la cual está atrasada a comparación con la de países desarrollados. De aquí pueden salir proyectos que puedan ser impulsados desde las empresas donde cada una trabaja, hasta desarrollar un proyecto con el Estado para que sea un factor de crecimiento económico en el Perú, como sucede en otras realidades. Si en una decisión, de cualquier sector, no está participando una mujer, el 50% de esa solución efectiva y eficiente no se está dando.



PAOLA LOZADA VÁSQUEZ

Miembro del Consejo Consultivo de WINS y gerente de Cadena de Suministros de Camposol Perú

SHORT BIO

Estudios:

Es magíster en Operaciones y Logística por la UPC. Tiene una especialización en Supply Chain en INCAE Business School. Estudió Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Experiencia:

Fue gerente central de Logística de Camposol y antes laboró como jefa de Logística de Michell & Cía en Arequipa.

1 Muchas veces no somos conscientes de las brechas de género, hemos avanzado tratando de cumplir nuestros objetivos y nuestras metas. A raíz de WINS tomé conciencia y comencé a hablar con profesionales jóvenes mujeres en mi compañía, y lo que veía mucho es mujeres que “no creían”: esa es la principal brecha que tenemos, y está en nosotras mismas. Mujeres jóvenes a las que les cuesta tomar una decisión, que tienen miedo, que creen

que no van a poder. Es la personalidad de la mujer, que tiene que estar muy segura y preparada para dar un paso, somos menos arriesgadas. Esas brechas están más en nosotras, y ahí es donde debemos empezar a trabajar. Eso es lo que me inspira para formar parte de estas organizaciones —en este caso, de WINS—, y tomar conciencia de que no es solamente lo que a una le pase, la complejidad de muchas mujeres es distinta y las dificultades también.

2 Los comités, tanto operativos como técnicos, son muy importantes. Cada año vamos aprendiendo y consolidando lo que vamos desarrollando. Los comités operativos tienen varios planes para este año; por ejemplo, el comité de capacitación tiene el encargo de organizar visitas guiadas a las compañías, varias de ellas aliadas de WINS y que se suman a este esfuerzo de ir de la teoría a la práctica. También nos enfocamos en seguir trabajando a mediano y largo plazo por esas habilidades blandas, en capacitaciones, en webinars, y existen oportunidades en el comité de personas que generan bolsas de trabajo para todas las asociadas, para que tengan oportunidades y realicen su transición laboral.

3 Mi sueño es que nos inviten por ser WINS a todos los eventos sobre cadena logística que se dan en el país y en el exterior, porque tenemos esa capacidad para sumar aportes a la sociedad. En 10 años, me gustaría que las mujeres que forman parte de la organización sean referentes de las mujeres para el país y para la región. Si alguien en el mundo quiere invitar a una profesional para conocer cómo son las buenas prácticas en logística, piensen en la mujer peruana, y si ella es lo que es porque WINS sumó en esa formación, eso sería espectacular para nuestro propósito.

CONGRESO

Liderazgo en comercio exterior

ANA ROMERO Y RAFAEL ZAVALA SERÁN LOS EXPOSITORES.

WINS ha organizado para el sábado 26 de marzo el Congreso “El nuevo liderazgo en la logística y el comercio internacional: uniendo esfuerzos”. El evento iniciará a las 9 de la mañana y será transmitido en vivo por las redes Facebook y LinkedIn.

Entre los principales expositores destacan los Top Voice LinkedIn: Ana Romero, quien motivará hacia el “Liderazgo colaborativo”, y Rafael Zavala, quien dará recomendaciones para “Activar nuestra actitud este 2022”. Además, participarán en diversos paneles mujeres líderes en variados campos del comercio internacional y del supply chain del país, compartiendo los retos que les ha tocado vivir en la industria. “Las mujeres no buscamos sobresalir sobre los hombres, sino que estamos listas para crear con todos los perfiles profesionales, especialmente en áreas como la logística y la cadena de suministro”, indica Kathy Román, presidenta de WINS.



“

“PARA MÍ ES UN SUEÑO QUE LAS JÓVENES PROFESIONALES, DESDE QUE ELIGEN SU CARRERA PROFESIONAL, VEAN QUE NO EXISTE DISCRIMINACIÓN POR SU GÉNERO”.



KATTY FERNÁNDEZ BERNAOLA

Miembro del Consejo Consultivo de WINS y gerente de Transporte - Home Delivery Corporativo en Falabella.com/Linio Perú

SHORT BIO

Estudios:

Es magíster en Dirección de Proyectos por la Universidad La Salle Ramón Llull (España). Tiene una especialización en Customer Experience de Centrum PUCP y CX Latam Institute. Es ingeniera industrial por la Universidad Ricardo Palma.

Experiencia:

Antes fue directora de Operaciones de Linio Perú y gerente de Operaciones de DHL Global Forwarding.

1 Mi camino en el campo de la logística y de las operaciones era solitario. Esperamos un punto por el cuál deseo que WINS se dé a conocer a toda la comunidad en general. Es que durante muchos años hemos estado enfocados en mejorar y en mostrar nuestras habilidades duras, pero haber tenido la oportunidad de contar con un espacio o una base de soporte para poder mejorar las habilidades blandas —como hablar en público y tener una comunica-

ción efectiva—, nos habría servido de mucho. Pienso también en las personas que pude haber formado en el camino, con lo poco o mucho que podía ser, y veo dónde están esas personas ahora. Digo: “Puede ser un espacio donde potenciar a muchas más mujeres”, y por eso es que apuesto para que esta comunidad siga creciendo. Hacer visible todo este potencial de mujeres que hay ayuda a que la gente pueda tomar estos ejemplos. Vengo del sector de e-commerce, donde eso está mucho más balanceado.

2 El año pasado el esfuerzo estuvo concentrado en que un grupo de socias se capaciten sobre el tema de mentoring, para que luego ellas puedan mentorear. Para este año tenemos un programa diseñado para las socias WINS para que puedan participar y, así, seguir promoviendo mejoras de skills, y para que las personas puedan alcanzar todo su potencial. Este programa está bien estructurado con una mejora en la propiedad de valor del año pasado. Uno de los puntos importantes es ofrecer este programa a empresas aliadas que quieran enriquecerse con una herramienta para su personal. Y un tercer punto es seguir formando mentores; muchas socias tienen interés en participar en este tipo de programa, por lo que tenemos un cronograma de selección durante el año.

3 Para mí es un sueño que las jóvenes profesionales, desde que eligen su carrera profesional, vean que no existe ninguna discriminación por su género, que esa visibilidad por la que hoy venimos trabajando en 10 años sea normal, que en logística estén presentes más mujeres. Para esto hay que sembrar desde ahora y visibilizar a las nuevas generaciones, comenzando desde el colegio, en la universidad (carreras STEM), hasta la presencia en puestos de liderazgo y en directorios de empresas.



Doris Silva
VP DE WOMEN IN
SUPPLY CHAIN
AND LOGISTICS
(WINLOG) DE CHILE

Logistic power

Inicié mi camino en la Asociación de Profesionales en Logística (Aplog A.G.) hace casi dos años, invitada por uno de sus directores, motivada por el trabajo que realizaban con respecto a la difusión de la logística en Chile, con el objetivo de posicionar el sector y destacar a los trabajadores del área.

A través de los distintos trabajos y actividades realizadas en la asociación comenzó la inquietud, junto a las otras directoras, de hacer visible e incentivar el trabajo de la mujer en el sector logístico, de comercio exterior y de supply chain; de facilitar su integración y de compartir experiencias entre las mujeres del área, lo que nos llevó hace un año a la creación de Winlog by Aplog, una división enfocada en mujeres dentro de la asociación.

Una motivación para nosotras ha sido WINS en Perú, asociación de la que ya veníamos escuchando a través de las redes sociales por las diversas actividades que desarrollaban fomentando el crecimiento y la visualización femenina en la logística.

“WOMEN IN SUPPLY CHAIN DE PERÚ HA SIDO UNA GRAN INSPIRACIÓN PARA NOSOTRAS”.

Nos comenzó a incentivar el gran impacto positivo que estaban generando, lo que ha sido una gran inspiración para nosotras para trabajar nuestros objetivos y lograr que nuestras socias y futuras socias nos vean como una ventana para generar redes de apoyo hacia un crecimiento profesional, así como lo ha logrado WINS.

En este año que llevamos como Winlog hemos participado en algunas actividades, nuestras directoras han sido invitadas a los eventos desarrollados por WINS, y el año pasado participé, junto con Kathy Román, presidenta de WINS, en el programa “El poder de la logística de Chile”.

Agradecemos que asociaciones como estas se sigan desarrollando, que exista la sororidad entre las distintas redes femeninas y que sigan las interacciones con las distintas asociaciones internacionales que tienen los mismos objetivos, permitiendo que los acercamientos sigan creciendo para fortalecer el desarrollo de la mujer logística en Latinoamérica.



LOURDES AGUIRRE CAMPOS

Miembro del Consejo Consultivo de WINS y multicarrier CX Dry Logistic manager en Maersk Logistics and Services Peru

SHORT BIO

Estudios:

Tiene un MBA en la UPC, la Maestría en Gestión y Administración y una especialización en Supply Chain Management en esa misma universidad. Es administradora por la Universidad de Piura.

Experiencia:

Trabajó como head of Export Control South America w/o Brazil en Siemens y fue export control and customs officer for Peru, Ecuador y Bolivia en Siemens.

1 La logística venía etiquetada con lo que tenía históricamente de sector masculino, siempre había la relación de esta actividad con el trabajo físico y, por lo tanto, trabajo de hombres. El hecho de que hayamos desarrollado tanto, sobre todo en estos últimos dos o tres años, el tema de las tecnologías —como el crecimiento del e-commerce— ha hecho automatizar procesos, se ha traducido en la implementación de robótica. Eso viene de la mano

con cambios de estereotipos; entonces, las compañías ya están mirando el avance de otro tipo de líderes que se adecúan más a esta incursión tecnológica en digitalización. Por lo tanto, ya no encasillas tanto el perfil logístico necesariamente masculino como algo con esfuerzo físico. De ahí radica el impulsar esta parte de la sinergia con la experiencia que WINS tiene con los programas de mentoring, con el desarrollo de personas y en el tema de sororidad, que está plasmado en la organización.

2 Algo que me cautiva mucho es la fuerza de este grupo de WINS para lograr organizarse y alcanzar, por ejemplo, una estructura que le da visibilidad en redes. Parte de esa base sólida son los comités operativos, que permiten que se den actividades como webinars, conferencias internacionales, charlas, invitados especiales. Y hay comités operativos de distintas índoles, como el de marketing, el de personas, el de eventos. Nosotras pensamos mucho en el impacto que puede tener el evento, como el que tuvimos el año pasado con organizaciones de Chile y Ecuador, enfocado en la mujer en la cadena de suministro, además de un evento del análisis del avance de la cadena de suministro en sectores como retail y minería, y de otro que fue de transformación digital.

3 Veo en 10 años un panorama positivo por el compromiso de todas las que conformamos hoy el comité consultivo de WINS. Lo que tenemos que hacer es que se sumen más mujeres en esta búsqueda de inspirar y retar. Entonces, veo una organización sólida y referente en Latinoamérica, que es parte de la visión. La estructura que tenemos para el impacto en otras mujeres la veo sólida, siempre potenciando las habilidades con nuestro apoyo y soporte.



MELISSA RIVAS ONEGLIO

Directora del Comité de Planificación de Cadena de Suministro de WINS y gerente de Supply Chain de Moltitalia

SHORT BIO

Estudios:

Tiene el grado de magister de Supply Chain por Pacifico Business School y es coach ejecutiva de The International School of Coaching (Tisoc). Es administradora de empresas por la Universidad del Pacifico.

Experiencia:

Ha sido gerente de Planeamiento y S&OP de Backus AB InBev y gerente regional de Distribución de la mencionada empresa cervecera.

1 Hay estudios que comprueban que, cuando tienes directores, planas gerenciales, particularmente con diversidad de género, tienes mejores resultados operacionales y financieros. Este es un punto duro, soporta que juntos, colaborando entre hombres y mujeres, obtengamos mejores cosas, logremos cosas de mayor alcance. Es importante impulsar eso en general, cómo lograr que esas mujeres lleguen a posiciones de liderazgo. Para ello es re-

levante tener referentes, no solamente por posicionamiento, sino también para ver en el otro ese reflejo de que es similar a mí. Si nos gusta trabajar con camiones, si nos gusta ver temas de logística internacional, entender un poco de la compra de insumos y materiales, entender un proceso integrador de planeamiento, y vemos que conocemos gente que lo ha podido hacer y es exitosa, esto nos permite a nosotras decir: “Yo también puedo”. Eso es parte de lo que necesitamos lograr, y a través de WINS podemos hacerlo.

2 En el 2021 se lanzaron los comités técnicos de Cadena de Suministro porque somos una asociación de logística de mujeres y parte de nuestros objetivos estratégicos y de nuestra visión es posicionarnos como una organización logística referente en la comunidad. Por eso, es relevante que podamos compartir información, mejores prácticas, hacer benchmark de temas más “duros”, que permitan no solo generar ese aporte de manera interna, sino también con toda la comunidad logística en general. Estos comités técnicos son Planeamiento, Compras, Comercio Exterior y Distribución. El año pasado hemos tocado temas relevantes como metodologías de planeamiento, toda la problemática de la logística internacional y capacitaciones. Estos comités están dirigidos por dos socias cada uno, y es muy gratificante saber que estamos aportando hacia socias que están empezando en el sector.

3 Veo a WINS en 10 años como un referente en logística para la comunidad, y que las mujeres del área logística en el Perú formen parte de la organización. Es un espacio de sororidad, de compartir experiencias y conocimiento, que es algo que a todas las mujeres que pertenecemos a WINS nos permite generar una red diferente.

“

“VEO EN 10 AÑOS A WINS COMO UN REFERENTE DE LOGÍSTICA; ME IMAGINO QUE EN UNA DÉCADA YA NO NOS VA A SORPRENDER QUE NOMBREN A UNA GERENTE O DIRECTORA EN SUPPLY CHAIN”.



VERÓNICA PALOMINO

Miembro del Consejo Consultivo de WINS y subgerente de Distribución de Cencosud Perú

SHORT BIO

Estudios:

Registra un MBA en Maastricht School of Management, es máster en Administración Estratégica de Empresas por Centrum y tiene una especialización en Dirección de Proyectos y Habilidades Ejecutivas en la Universidad del Pacífico.

Experiencia:

Ha sido subgerente de Control y Gestión de Supply, y jefa de Control y Gestión Logística en Cencosud Perú.

1 En mi carrera profesional, he tenido un crecimiento acompañado de jefes masculinos que permitieron ese ascenso, pero, al mirar de manera colectiva, ese no es el caso de la mayoría. Vengo de una formación en un colegio nacional de mujeres, con una promoción de 100 alumnas, y me pregunto cuántas están haciendo lo que ellas quieren. Por ello, ¿qué nos falta para creernos que podemos llegar a lo que queremos hacer? En el sector logístico,

tanto en la parte profesional, donde encontramos un poco más de presencia femenina, como en la parte operativa, a las mujeres no las ven, por ejemplo, como candidatas a tener brevete especializado para camiones, debido a que no hay referentes, que es algo que se podría desarrollar a nivel de infraestructura nacional. Por lo tanto, se tiene que ver de manera integral el desarrollo de la mujer, a nivel profesional y a nivel técnico.

2 El programa de mentoring es con el que nació la idea de sororidad de la asociación. Nosotros siempre buscamos cómo ayudar a las mujeres. Uno de los grandes logros que hemos tenido el año pasado es lanzar nuestro programa de mentoring, en el cual 19 socias hemos podido ayudar durante seis sesiones para buscar el desarrollo personal como profesional. Este programa tuvo dos grandes etapas: nos formamos primero con una consultora argentina y nos enseñaron a mejorar nuestras habilidades. Posteriormente, diseñamos el programa e hicimos la convocatoria a todas las socias. Para mí fue una grata experiencia, fue la primera vez que hacía mentoring y creo que con algún “grano de arena” contribuí para el ascenso que ha tenido la mentee con la que trabajé.

3 La fotografía que veo en 10 años incluye a WINS como un referente de logística, no de mujeres en sí. Me imagino que en una década ya no nos va a sorprender que nombren a una gerente o directora en supply chain; ya nos va a parecer muy natural —y a eso apuntamos como asociación— que más mujeres participen y que sensibilicemos a la sociedad, tanto empresas como al Gobierno, de que hay esa equidad, que sea natural que en una mesa de trabajo estén hombres y mujeres para obtener el mejor resultado.



“Hemos hallado el balance casa-familia”

LOURDES AGUIRRE REVELA QUE IMPLEMENTAN SOFTWARE PARA ANÁLISIS DE CASOS DE CLIENTES.

“Los efectos de la pandemia han acelerado algunos planes de desarrollo relacionados con los temas de digitalización. De hecho, el proceso lo hemos vivido aquí en el Perú en las operaciones de comercio exterior. Por el impacto del COVID-19 en las actividades económicas tenemos una aduana digital, por ejemplo, por lo que la mesa de partes ya no existirá más. Al margen de toda la situación difícil de estos dos últimos años, ha traído cosas positivas para la industria. “Era de las personas que pensaban que era un tanto complicada la manera virtual de manejar la logística, sobre todo cuando aquellas compañías como Maersk estaba desarrollando en su organización el tema del home office. Hay que reconocer que, en los últimos años, Maersk ha buscado el balance de trabajo y familiar, que en esa búsqueda se implementaron procesos para hacer más llevadero el trabajo, para que el impacto no sea tan fuerte. El COVID-19 nos ha servido para acelerar los planes de alguna manera. En digitalización, en la parte de nuevos sistemas estamos haciendo la implementación de un software que va a considerar el análisis de casos de los clientes, porque no necesitas más estar metido dentro de la oficina, porque te diste cuenta de que todo funcionó, de que la productividad no cayó; ese balance te permite acompañar en el desarrollo a tu personal y medir su productividad. Esta parte soft hacia el colaborador la he visto marcada en estos últimos tiempos; la flexibilidad es lo que más rescato en este momento”.



“La pandemia ha mostrado el valor de la logística”

MELISSA RIVAS RESALTA EL APORTE DE UNA CADENA DE SUMINISTROS TOTALMENTE ÁGIL E INTEGRADA.

“Una de las cosas que fue relevante a raíz de la pandemia es generar la importancia que tienen las cadenas de suministro en las empresas en general. Por ejemplo, cuando Cencosud señala que tuvieron que aliarse con sus proveedores, tuvieron que hacerlo con nosotros dado que somos uno de los proveedores relevantes de Cencosud, y nosotros hacemos lo propio hacia atrás. Entonces, lo importante es generar este refuerzo con toda la cadena, tanto con clientes como con Cencosud, así como los retailers en general, mayoristas, distribuidores; y, por otro lado, hacia atrás con nuestros propios proveedores, y entender, incluso, qué pasa con los proveedores de nuestros proveedores. El plan de contingencia era para cosas específicas muy enfocadas en lo que nos podía afectar a nosotros como empresa individual, mas no qué pasaba cuando teníamos una afectación total y masiva, cuando todos los proveedores tenían reducciones de productividades, incumplimientos, duplicidad, y cómo todo eso repercutía en el nivel del servicio que les podríamos brindar a nuestros clientes. Entonces, se debe reconocer lo relevante de la cadena de suministro; realmente la continuidad y el aporte que genera una cadena totalmente integrada y ágil. Lo segundo es la prioridad en generar alternativas, ya sea de buscar y ampliar nuestra cartera de proveedores y cambiar nuestra estrategia de abastecimiento de acuerdo con tipicidad y riesgo de insumos, materiales y disponibilidad”.

GRUPO PALMAS



“Consumo masivo de aceite creció cuatro veces”

KATHY ROMÁN SEÑALA LAS VARIABLES QUE INFLUYERON PARA QUE EL 2021 SEA UN AÑO RÉCORD PARA LA EMPRESA.

“En la pandemia, el segmento de clientes B2B bajó; por ejemplo, nosotros somos proveedores de Molitalia, Alicorp, Nestlé, de empresas que utilizan la palma aceitera como insumo para sus productos de panificación. Este segmento bajó, pero el que creció cuatro veces fue el consumo masivo: las municipalidades empezaron a regalar botellas de aceite, por lo que la demanda por productos de aceite fue impresionante, desbordó todas las capacidades que teníamos hasta que llegó un momento en el que tuvimos que tomar decisiones. Una de las cosas que tuvimos que hacer para adaptarnos y no caer era ver cómo ser más productivos. Ya no trabajamos presentaciones pequeñas, nos enfocamos en las presentaciones que el público estaba demandando en las municipalidades. Fue esa simplificación de inventarios que sí generan valor pero mantenían el nivel de servicio con los clientes B2B, siempre atentos a ellos. Una de las cosas que aceleraron todo fue el tema de la transformación digital: ya habíamos empezado antes de marzo del 2020, se había creado una gerencia de transformación un año antes de esa fecha; a raíz de eso, tuvimos que acelerar muchos proyectos de business intelligence, el home office hacía que tuviéramos toda la información digitalizada. En cifras, el 2021 ha sido un año récord para la compañía, hemos sacado del país más de 2.000 contenedores, cada contenedor con más de US\$ 100.000”.



Roberto Figari
VICEPRESIDENTE
DE RANSA PERÚ

Cadena hacia la equidad

De acuerdo con los hallazgos de una encuesta hecha por Gartner y la organización Awesome, desde el 2021 las mujeres ocupan el 41% de los trabajos asociados a las cadenas de suministros. Y, si bien es importante reconocer este hito en el camino a la deseada equidad de género en la logística, una industria que históricamente fue dominada por hombres, es necesario, más allá de designar una cuota fija de trabajadoras, promover un mindset en el que reconozcamos a todos por su perfil, capacidad y competencias.

Para que esto sea una realidad es importante hacer los ajustes necesarios en los modelos culturales de nuestras empresas, con la finalidad de que estos sean la base de ecosistemas de trabajo donde todos, hombres y mujeres, nos sintamos re-

“TENGO EL PRIVILEGIO DE LABORAR CON MUJERES DE LAS ÁREAS LOGÍSTICAS DE MÚLTIPLES SECTORES”.

conocidos por nuestro talento. Y que, sobre todo, se enfatice que el respeto que nos debemos entre colegas se ha de basar en el valor que compartimos, y así encontremos oportunidades de seguir desarrollando nuestras habilidades.

Con más de 20 años en este sector, doy testimonio de que hemos tenido un gran avance. Por ejemplo, ahora brindamos condiciones de infraestructura para una operación mixta con servicios adecuados, y herramientas y equipos que favorecen la seguridad, así como la ergonomía.

Cada vez se valora más contar con una gestión de este tipo. Además, tengo el privilegio de laborar con mujeres de las áreas logísticas de múltiples sectores, con distintos perfiles y posiciones, quienes demuestran su destreza y liderazgo.

El camino es claro. No debemos ser tímidos en tomar medidas audaces para crear entornos donde todos sientan la seguridad de ser ellos mismos, así como reconocer y valorar equitativamente a las mujeres, quienes hoy desafían los estereotipos, lideran el progreso de nuestras compañías y preparan el camino para que más de ellas lo hagan.

DATOS

●● SOLO EL 34% DE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN SUPPLY CHAIN EN EL PERÚ SON MUJERES.

●● EN LAS POSICIONES DE CARGOS DIRECTIVOS DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO, SOLO EL 19% ES OCUPADO POR EJECUTIVAS.

●● WOMEN IN SUPPLY CHAIN (WINS) FUE CREADA EL 14 DE DICIEMBRE DEL 2019, E INSCRITA EN REGISTROS PÚBLICOS EL 25 DE JULIO DEL 2020.



“Digitalizamos también para decidir rápido”

PAOLA LOZADA DESCRIBE CÓMO LA EMPRESA REFORZÓ LA ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

“La agroindustria es muy dinámica y nunca paró en la pandemia. Es también una actividad muy demandante de recurso humano; tenemos campañas que abarcan 15.000 personas trabajando entre campo y planta. Entonces, si bien es cierto que tenemos una logística de exportación para el producto terminado, también existe una logística interna que tiene que ver con las operaciones de campo, incluso con el transporte de personal a la operación, y ese fue uno de los grandes retos que tuvimos en la pandemia, porque en los poblados faltaban recursos también, tenías esa complejidad de tener 400 buses transportando en la Panamericana y hacerlo de manera segura. Manejamos una logística del COVID-19, de insumos que no eran parte de la cartera de productos que uno tiene planeado abastecer, y de alta demanda y especulación. En la parte de transformación digital era una medida que estábamos tomando, pero con la pandemia se aceleró, y tuvimos que digitalizar muchas cosas a gran velocidad, porque la presencialidad o tener que estar en la operación era complejo. Se debía tener mucha información en línea para tomar decisiones rápidas. Había que reforzar la estrategia de negociación con los proveedores y siempre debíamos tener un plan B ante cualquier riesgo de desabastecimiento por efectos de la pandemia, con todos los controles de seguridad que la compañía exige y mucha comunicación para reaccionar ante los cambios”.



“Tuvimos que adaptarnos en el camino”

VERÓNICA PALOMINO RESALTA EL TRABAJO DE LA MANO CON LOS PROVEEDORES ANTE LA GRAN DEMANDA EN PANDEMIA.

“Nosotros como supermercado nunca paramos, tuvimos que soportar esos grandes volúmenes de demanda, y nos dimos cuenta de que, como cadena de suministro, tenemos que trabajar de la mano con nuestros socios estratégicos, que son los proveedores de mercadería y los proveedores de servicio. Tenemos que conversar con nuestros productores, ellos nos van comentando toda esa problemática para saber qué propuesta les vamos a dar a nuestros clientes. La pandemia ayudó a fortalecer ese vínculo con la relación de los proveedores de mercadería, de servicio; tuvimos que ser mucho más flexibles y eso ayudó a que nuestros procesos puedan ser modificados de una duración de una semana a uno o dos días. Por su parte, la digitalización en la parte de e-commerce, la trazabilidad para ver si llegó el producto al cliente, se trabajaron y se impulsaron mucho más rápido. Los proyectos que tenían para un par de años se concretaron en un año porque los necesitábamos y nosotros, como supermercado, requeríamos responder rápido a toda la demanda de los clientes, tanto de las tiendas físicas como de las tiendas virtuales. En comercio electrónico, nosotros tenemos un concepto mixto porque hay partes que distribuimos de tiendas y parte de un almacén centralizado, eso nos ayudó para asegurar el stock y llegar con la promesa al cliente. Si bien al inicio nos costó, tuvimos que adaptarnos y aprendimos en el camino, superando los retos que nos puso la pandemia”.



“Un centro cross-dock ha agilizado entregas”

**KATTY FERNÁNDEZ
SUBRAYA EL CENTRO
DE FULFILLMENT
IMPLEMENTADO PARA
DAR SOPORTE A TODOS
LOS SELLERS.**

“En mi caso, al trabajar en e-commerce el desafío era inmenso con la pandemia, dado que nadie podía ir a comprar en presencial, así es que nosotros ya veníamos con los Cyber, que son campañas donde tú multiplicas tus ventas por tres o por cinco, y en corto periodo. Veníamos preparándonos siempre para este tipo de situaciones. Para atender las necesidades de ese cliente, que ahora es exigente y que quiere un servicio rápido y efectivo, que le notifiquen a tiempo las entregas y que lo sorprendan. Nosotros abordamos con frentes: el primero fue ampliar y robustecer todas las capacidades logísticas, para lo cual implementamos tres centros de distribución grandes, un centro de cross-dock que nos ha permitido agilizar las entregas a Lima y a nivel nacional, logrando una buena tasa de entregas el mismo día. Lo otro es un centro de fulfillment, donde, al ser nosotros un marketplace, les brindamos soporte a los sellers como si fuéramos un operador logístico, incluidas la entrega y la posventa, lo que ha ayudado a toda la cadena, para que finalmente el cliente sea el beneficiado con estas integraciones logísticas y capacidades. Otro frente es la implementación de centros de transferencia, que son pequeños almacenes en distintas partes del país; nuestra apuesta es llegar a provincias con pedidos de alta tasa de efectividad de entrega, con mucha velocidad, a un costo de envío competitivo. Tenemos una red de retiro en tienda (click & collect) que llegará a todos los rincones del país”.



“Lo digital modernizó al canal tradicional”

**SYLVIA RODAS
DETALLA COMO SE
FUERON INTEGRANDO
LOS CANALES ANTE
LAS AGENCIAS POR
EFECTO DEL COVID-19.**

“La transformación vino por la modernización del canal tradicional; eso es, en general, lo que ha pasado en el consumo masivo, que normalmente las empresas de este tipo no llegan directamente al consumidor final y lo hacen a través de este canal, y se tuvo que modernizar mediante la creación de páginas web. Los mismos vendedores desarrollaron más aplicaciones en sus móviles, se dio la oportunidad de que los mismos bodegueros puedan generar sus propios pedidos a través de una aplicación desarrollada para ellos. Las capacitaciones que se hacían presencialmente se empezaron a hacer de manera virtual; de hecho, como la pandemia impactó económicamente a este sector, sobre todo al de restaurantes, se estuvo al lado de esa reactivación de los negocios, y la cadena de suministros tuvo que acompañar este proceso. Al verse afectado un canal, se tuvo que desarrollar un canal directo al consumidor, que es el home delivery, un canal que se apoyó de una capacidad que tiene la empresa, que es la parte de Vendomática, la cual pertenece al grupo de Arca Continental y tiene fuerza logística para atender o reponer las máquinas de venta que están en instituciones; esa capacidad se utiliza para el despacho a hogares, para home delivery. Este era un proyecto que se tenía previsto para los próximos tres años, pero que se reactivó de manera inmediata, lo que impulsó la venta y el acceso al consumidor final. En este caso pudimos incorporar una cadena”.

ida su reproducción y/o