

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA
VEGA**

**FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y
RELACIONES INTERNACIONALES**



Trabajo de Suficiencia Profesional

**INCREMENTO DE VENTAS EN AGENCIA DE CARGA
INTERNACIONAL TRISMARE PERU S.A.C.**

Presentado por
Javier Miguel Mercado Ticse

Para optar por el Título Profesional en:
Gestión de Negocios Internacionales

LIMA-PERU
2018

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado primeramente a mis padres, que estuvieron a lo largo de la travesía de la carrera universitaria y también después de ella, a mi familia por el apoyo y ánimos, a los amigos por los consejos, apoyo incondicional y empuje para concretar la carrera universitario y también a las personas del trabajo, que gracias a ellos, puedo decir que fueron una segunda casa y otra alma mater. Gracias a todos los que confiaron en mí y gracias por sus ánimos y buenos deseos.

INDICE

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCION	7
CAPITULO I: Marco teórico de la Investigación	8
1.1 Marco Histórico	8
1.2 Bases teóricas	21
1.3 Antecedentes del estudio	27
1.4 Marco conceptual	35
CAPITULO II: Planteamiento del Problema	38
2.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	38
2.2 Formulación del Problema	49
CAPITULO III: Objetivos, Delimitación y Justificación de la Investigación.....	50
3.1 Objetivo general y Específicos	51
3.2 Delimitación del Estudio	51
3.3 Justificación e Importancia del Estudio	51

CAPITULO IV: Formulación del Diseño (propuesta de solución)	52
4.1 Diseño Esquemático	52
4.2 Descripción de los Aspectos Básicos del Diseño	54
CAPITULO V: Prueba del Diseño	63
Conclusiones	76
Recomendaciones	78
Referencias (bibliográficas, de documentos y de internet)	81
Anexos	83
Carta de colaboración institucional	90
Carta de reconocimiento institucional	92
Evidencia del trabajo de campo	93

RESUMEN

El presente trabajo ha sido llevado a cabo con el objetivo de analizar como incrementar las ventas en la agencia de carga de transporte internacional Trismare Perú SAC, ya que se ha podido observar disminución en la cantidad de embarques mensuales, pérdida de ciertos clientes con los cuales se solía trabajar y menores ganancias en cada operación llevada a cabo, asimismo, se analizaran puntos claves para que las acciones descritas en este proyecto puedan dar resultados esperados. Para realizar este estudio, se ha usado el método de la investigación

Las palabras claves de la presente investigación son las siguientes: incremento de ventas, agencia de carga de transporte internacional, embarques, clientes, ganancias, resultados.

ABSTRACT

The present work has been carried out with the objective of analyzing how to increase sales in the international transport cargo agency Trismare Peru SAC, since it has been possible to observe a decrease in the number of monthly shipments, loss of certain clients with which there used to work and lower profits in each operation carried out, also, evaluate key points will be analyzed so that the actions described in this project can give expected results. To carry out this study, the research method has been used.

The key words of the present investigation are the following: sales increase, international freight agency, shipments, customers, profits, results.

INTRODUCCION

El sector transporte, específicamente, el rubro de operadores de agencias de carga internacional o Freight Forwarders, ha ido incrementando de manera acelerada. Hoy en día, según reporte de INFOESCOMAR existen 502 agencias de carga activas, asimismo, existen agencias de carga que si bien es cierto, cuentan con código, prefieren optar por otros rubros que no sea de transporte internacional. Trismare Perú SAC es una agencia de carga que en Junio de este año está a punto de cumplir 31 años ofreciendo servicios de transporte internacional. A lo largo de este tiempo, Trismare Perú SAC ha sabido mantenerse en vigencia teniendo clientes fijos con los cuales puede contar para embarcar sus diversas mercancías de diferentes orígenes, pero Trismare Perú SAC también ha sufrido una caída importante de sus ventas y de su rentabilidad por cada operación que manejan.

En el capítulo I se revisara historia del negocio de agencia de carga internacional a nivel mundial y como fue evolucionando. En el capítulo II observara la realidad a la que se enfrenta Trismare Perú SAC. En el capítulo III se establecerán los objetivos del presente proyecto y delimitara en tiempo y espacio la investigación llevada a cabo. En el capítulo IV se hará notar el esquema con las propuestas de soluciones encontradas. En el capítulo V, se podrá observar la prueba de las soluciones brindadas anteriormente y finalmente se darán a conocer las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

CAPITULO I

1. Marco Teórico de la Investigación

1.1 Marco Histórico

Los transitarios (agentes de carga o Freight Forwarders, en inglés) son especialistas en la gestión, control y en la coordinación del transporte internacional de mercancías. El paralelismo más utilizado, para entender su función, es la de una agencia de viajes. El transitario es una “agencia de viajes” para el transporte de mercancías, él decidirá cuáles son los medios idóneos para llevarla de un lugar a otro ofreciendo las mejores propuestas para su cliente.

En los últimos cien años nuestra sociedad se ha convertido en una sociedad global. Antiguamente los seres humanos consumíamos todo aquello que nosotros mismos hacíamos o cultivábamos. A medida que nuestra civilización ha ido creciendo y haciéndose más compleja, el transitario (Freight Forwarder) ha ido creciendo en importancia.

Los mercados son muy variados y cada área, cada país, no dispone de todo aquello que necesita. Por ello, el transporte internacional se ha desarrollado para asegurarnos que, a pesar de la zona geográfica en la que estemos, podamos tener todo lo que necesitamos.

Se cuenta que los primeros transitarios fueron los propietarios de lugares de alojamiento en Londres que tenían que guardar y devolver los efectos personales de sus huéspedes a sus lugares de residencia habituales. La misión inicial de estos hosteleros era organizar el transporte a través de contratos con diferentes transportes y transportistas. Así, curiosamente, los primeros transitarios no fueron hombres de negocios experimentados que vieron la oportunidad de un nuevo negocio.

Sin embargo, a medida que este sector iba creciendo, se hizo necesario la actuación de intermediarios, de agentes de carga, para gestionar la organización de estas importaciones y exportaciones.

Así nace la figura del “transitario”, una empresa o persona que organiza los embarques y el transporte para particulares o compañías que les ayuden a conseguir que las mercancías lleguen desde el fabricante o productor hasta el cliente o punto final de distribución y lo hace a través de un contrato con terceros. El agente de carga no mueve necesariamente la mercancía, sino que actúa como un experto en la cadena de suministro.

Thomas Meadows y Company Limited de Londres está considerado como uno de los primeros agentes de carga. Las mejoras en el transporte ferroviario y el transporte cada vez más fiable en los barcos de vapor, generó un crecimiento repentina de la industria del transporte de carga, incrementado por el desarrollo del comercio entre Europa y América del Norte. Ahora, las responsabilidades del expedidor incluían temas como asesoramiento sobre la documentación y los requisitos de las aduanas en el país de destino. El corresponsal o agente en el extranjero se hacía cargo de las mercancías y mantenía informado sobre cualquier asunto que afectase a la circulación de las mismas. En la actualidad, el transitario asume las mismas responsabilidades.

Los transitarios o agentes de cargo solían organizar el envío de las mercancías con la contratación de diversos medios de transporte y debían y también asesorar sobre la documentación y costumbres del país de destino. Sin embargo, en muchas ocasiones surgían imprevistos que perjudicaban al transportista y dejaban al cliente insatisfecho. Los transitarios tenían que asegurarse de que toda la logística se llevara correctamente para satisfacer, sobre todo, a sus clientes.

Esto los obligó a convertirse en proveedores de servicios completos: planificación, envío, seguimiento, entrega, facturación, etc.), así como la gestión de clientes, proveedores, socios, transportistas (por tierra, mar y aire), de los agentes de aduanas y organismos oficiales; debían conocer las leyes internacionales y regulaciones, las diferentes monedas en curso, idiomas, etc. En resumen: debían ser capaces de enviar cualquier producto, desde cualquier lugar a cualquier parte del mundo y por diversos medios de transporte.

En la actualidad sus tareas no han cambiado mucho: sigue gestionando y coordinando el movimiento de las mercancías hasta llegar a su destino, trabajando en algunas ocasiones con sus agentes y en otras a través de sus propias delegaciones.

La evolución del transporte de mercancías se dirige hacia el transporte en contenedores. El transitario es cada vez más «consolidador»: agrupa la mercancía o carga para rentabilizar el transporte de un contenedor u otra unidad de carga.

El grupaje o consolidación contribuye a la reducción de los costes del transporte. Se basa en cargar en un solo contenedor diversas mercancías de distintos clientes con un mismo destino. El transitario las agrupa en sus almacenes antes de la partida y su corresponsal volverá a separarlas en los almacenes del lugar de llegada para distribuir las a sus destinatarios.

Entre los estudios y en unión de varias definiciones el agente de carga, es un gestor que se encarga de coordinar las labores de transporte de mercancías (nacional e internacionalmente). Su actividad principal los define como el intermediario que está en la capacidad de indicarle a su cliente (remitente o destinatario) cual es el mejor modo de transporte para sus propósitos particulares, cual es la mejor manera de llevar la carga a su destino final.

La función típica del agente de carga en relación con el transporte de mercancías es: ofrecerle al cliente alternativas, asesorarlo, decirle como puede transportar su mercancía y gestionar la operación de transporte en su nombre. Así, al menos, nació la figura de agente de carga, desde el punto de vista comercial.

Es preciso tener en cuenta que en la actualidad los servicios del agente de carga no se limitan a la mencionada intermediación en la celebración de contratos, sino que presta otros servicios, tales como la consolidación y la desconsolidación de mercancías, el almacenamiento de corto plazo, el embalaje, la preparación de documentación, los trámites ante autoridades y servicios de transporte urbano de recogida y repartición de la carga (“pick up and delivery”), entre otros.

La primera asociación de agentes de carga fue establecida en Europa y el primer congreso de asociaciones nacionales se llevó a cabo en Leipzig en Enero de 1880. La FIATA fue fundada el 31 de Mayo de 1926 contando con 16 Asociaciones Nacionales y se estableció en Viena, Austria.

En la década de los 60, el transporte era de carga general, en los 70 se creó la carga paletizada. En la década de los 80, concepto multimodal e intermodal y en los 90, información electrónica.

En las últimas décadas la logística ha mostrado cambios y seguirá evolucionando en los próximos años. Algunos de los principios de la Administración de Empresas se originaron en las Instituciones Militares, la logística no fue ajena a esto. Esta se desarrolló en el área militar con el fin de atender necesidades de las fuerzas militares, haciendo más eficientes los recursos y exigiendo al máximo la capacidad de las operaciones logísticas para el cumplimiento de la misión u objetivo de la fuerza o nación interesada. En el último cuarto del siglo en los Estados Unidos y en Europa Occidental se dio importancia a la actividad logística. Durante 1870 se construyó la infraestructura básica de transporte y comunicaciones como son los ferrocarriles y telégrafo, a pesar de estos avances, la producción y el consumo se dio de forma local, ya que los costos del producto eran altos si se enviaban de un lado a otro. Los productores no trasladaban sus productos al lugar de consumo, esto hacía que los productos que las personas deseaban no se encontraban en los sitios de consumo. Las Empresas o fábricas almacenaban grandes cantidades de productos que posteriormente llevarían a los puntos de consumo, de esta forma ahorraban costos de transporte. Esta situación llevó a percibir el problema como un "problema logístico", ya que si lograban costos logísticos bajos en el aprovisionamiento de materiales, administración de la producción, almacenamiento y distribución de productos llevaría a la especialización productiva regional, es decir, que cada región produjera los bienes en los cuales era más competitiva.

La solución al problema planteado se logró con la mejora de la red de transportes y comunicaciones, facilitando con esto la comercialización de productos en aquellos lugares lejanos. Al ser posible la distribución de la mercancía, se inició la producción a gran escala

ampliando el mercado de ventas mediante agentes comisionistas y distribuidores a bajos costos. A finales del siglo XIX se reflejaron muchas mejoras.

Las industrias deseaban aumentar el tamaño de la empresa, ya que para finales de siglo una empresa grande tenía mayores beneficios que las pequeñas y podían ser más competitivas en costos.

Se dieron mejoras en los transportes, en producción, en aprovisionamiento de materiales como materias primas, insumos, herramientas, también se dieron mejoras en servicios de preventa y posventa. A medida que se daba un crecimiento rápido en infraestructuras dentro las empresas, crecían las necesidades organizacionales resaltando nuevamente el problema logístico, ya que se requería de una coordinación y gestión logística acertadas para la época.

Como respuesta a esta situación, se dieron mejoras en el área administrativa que permitían un desempeño más ordenado y eficiente. Aquellas empresas que además de invertir en tecnología e innovar, también lo hicieron en materiales y capacidad para suplir necesidades de aprovisionamiento, producción y distribución lograron posicionarse como líderes durante esta época, logrando una reducción de costos y adquirieron ventajas competitivas al enfocarse en la gestión logística.

La logística se ha estudiado desde hace ya un buen tiempo en la historia, sus inicios datan desde el contexto militar y solo hasta después de la segunda guerra mundial se

empezó a tomar en cuenta en el mundo empresarial y a recalcar su importancia a través de la historia, este concepto ha venido evolucionando desde el manejo del flujo de materiales hasta la logística integral y/o operación de las mercancías para su objetivo dentro del mercado, pero para el interés del presente trabajo es necesario acotar un poco de todos los conceptos para poder reducirlo a la logística de un agente de carga y/o operador logístico y su influencia en la nueva economía globalizada, así pues se debe mostrar el desarrollo de la logística internacional, para lograr tener claro las transformaciones de la logística.

Como lo citan en el libro Logística: Administración de la Cadena de Suministros de Ballou, 2004 la logística es la rama de la ciencia militar relacionada con procurar, mantener y transportar material, personas e instalaciones.

En el Perú, en la actualidad existe solo una asociación de agentes de carga, esta es la Asociación De Transporte y Logística (APACIT) el cual cuenta con 48 miembros mostrados en su página web. Esta asociación se fundó el 18 de Mayo de 1973 en Lima y los miembros son personas naturales y/o jurídicas, representativas del gremio de Agentes de Carga Internacional, así como agentes vinculados al comercio exterior.

Las contribuciones de las agencias de carga internacional o freight forwarder son las siguientes:

- Tener acceso a un mayor número de servicios que los ofrecidos por los transportistas, pues coordinan aspectos que caen fuera de la competencia directa de estos.
- Tener mayores opciones si se contrata directamente con las líneas de transporte, ya que no depende exclusivamente de una de ellas.
- Tener oportunidad de negociar mejores tarifas a las publicadas por las empresas de transporte.
- Permite que la industria y el comercio se dediquen a su core business.

La importancia de pertenecer a la APACIT es que los miembros en conjunto son representados para la resolución de problemas comunes en la industria o en la propia agrupación, es un clásico de las ventajas de pertenecer a esta asociación.

Con respecto a inicio de las ventas en general, se puede señalar que esto se da durante la etapa del intercambio comercial con el trueque una forma de intercambio bastante primitiva, la cual les permitía dedicar su esfuerzo al cultivo más fácil y natural para cada asentamiento humano. Mediante esta modalidad, cada participante entregaba parte del producto de su trabajo, a cambio de una parte del producto del trabajo de otro participante. Éste es un invento tan antiguo como la rueda, la cual a su vez habrá facilitado el transporte de mercancías.

Esta práctica se daba no únicamente entre grupos sociales, sino también de manera privada. Presentaba, no obstante, la enorme dificultad de encontrar participantes interesados en el producto ofrecido. Igualmente difícil era para el participante, conseguir el producto de su interés en la cantidad y forma que propiciaran la permuta.

Posteriormente, se inventaron formas de representar una paridad de valor entre las mercancías entregadas y recibidas. Una de ellas era usando metales preciosos, como oro y plata. Otra forma era mediante piezas de cierto valor comúnmente aceptada entre los mercaderes, como dientes de ballena, conchas marinas y semillas de cacao, entre otras formas. Allí da el origen al concepto del dinero o moneda, como elemento facilitador del intercambio comercial.

La era de las ventas nace a la primera mitad del Siglo XX, con dos guerras mundiales, un periodo entreguerras marcado por el descalabro bursátil de Wall Street y la Gran Depresión, golpeó a las empresas productoras al caer vertiginosamente los niveles de consumo, y con ello los precios. Algunos fabricantes, especialmente estadounidenses, vieron una tabla de salvación en la Segunda Guerra Mundial, pues el gobierno de su país abocó virtualmente toda la producción industrial al abastecimiento de sus tropas en los campos de batalla. Ello coadyuvó a sostener ocupada su fuerza laboral.

No obstante la bonanza industrial y laboral presente en la América del Norte, Europa sufrió los embates de la guerra en carne propia. Muchas de sus fábricas, consideradas blancos

estratégicos por los ejércitos enemigos, fueron bombardeadas, minando así las principales fuentes de trabajo e ingresos.

Los empresarios descubrieron una muy desagradable realidad. Sus mercados, otrora prósperos y abundantes, habían desaparecido; en el mejor de los casos, se había contraído.

Los países europeos donde se habían librado las grandes batallas, estaban destruidos y despoblados. No había quien comprase productos. Como si fuese poco, las fábricas, en especial las estadounidenses, contaban con una enorme capacidad productiva instalada. Entonces la estrategia cambió. Ahora necesitaban vender.

He aquí el nacimiento del Oficio de las Ventas. Los empresarios comenzaron a contratar personas cuya labor sería visitar todo el mercado, todos los posibles clientes, y promover sus productos. La misión de estos agentes era vender, a como diese lugar.

Se da entonces una práctica de ventas “a presión”. Se esperaba de un vendedor, tener dominio de ciertas técnicas, a saber: Prospección, Presentación, Negociación, Cierre y Manejo de Objeciones.

Pero la historia estaba destinada a cambiar. Los mercados, ya bastante invadidos con productos alternativos, se saturaron aún más. Nace la competencia aguerrida, tanto

nacional, como internacional. Surge el fenómeno japonés, fabricando bienes de bajo costo y aceptable calidad, quienes mejorando asombrosamente su nivel cualitativo industrial y comercial, ubican sus productos entre los de mayor prestigio a nivel mundial.

Establecer los objetivos; para que una capacitación sea exitosa es indispensable establecer los objetivos concretos y medibles. La mayoría de compañías, esperan influenciar la productividad del área de ventas a través del diseño y ejecución de programas de entrenamiento, sin embargo también existen otros objetivos importantes como mejorar comunicación, mejorar relación con el cliente, disminuir deficiencias. Avances tecnológicos en los últimos años han representado sin duda grandes oportunidades para mejorar la productividad.

Cuando se debe de realizar; existen diferentes ideas acerca del tiempo de entrenamiento. Una de estas es que uno empleado nuevo debe ser entrenado en el conocimiento del producto y la empresa sino también en las técnicas de venta. En Estados Unidos, en algunas empresas se llevan a cabo programadas de dos semanas a un año antes de colocarlos directamente con el cliente, mientras que otras compañías primero les piden un determinado de nuevos clientes antes de proporcionarles una capacitación completa, puesto que creen que teniendo experiencia en ventas será más fácil entrenarlos que si no tuvieran experiencia.

Donde debe realizarse; basándose en las dos principales formas de ofrecer una capacitación; Centralizada (en escuelas especializadas, reuniones periódicas) y Descentralizada (en el lugar de trabajo, seminarios, apoyo de gerentes de ventas), la mayoría de empresas opta por la segunda, ya que es menos costosa y el personal es capacitado mientras realiza sus funciones laborales, mientras que la primera es más costosa ya que va dirigida a un personal especializado.

Contenido del entrenamiento; el principal objetivo en la mayoría de los programas de entrenamiento es enseñar a vender o mejorar las habilidades de venta. A pesar de esto, gran parte de los esquemas de capacitación se basa en el producto y técnicas de persuasión, conocimiento de la empresa, clientes, principios organizacionales, habilidades de creación de relaciones y asuntos legales, entre otros son los temas más importantes en estos programas y se obtiene un mejor resultado cuando son tomados por módulos.

Métodos de enseñanza; actualmente existen diversos métodos de enseñanza, entre los más utilizados se encuentran las lecturas, discusión de casos, paneles, mesas redondas, demostraciones en el trabajo, CDs de audio, cuestionarios online. A pesar de los distintos métodos utilizados, los más efectivos requieren de una mezcla del tema y oyentes.

Determinar cómo será reforzado; a pesar de la importancia de reforzar los entrenamientos, muchas empresas no lo hacen ya sea porque no tienen tiempo o no le dan la prioridad a esto. El método más utilizado para reforzar la capacitación es que el gerente

de ventas sea el mismo entrenador a través de casos reales, pretendiendo ser un cliente y así ayudar a la fuerza de venta a estar en entrenamiento continuo.

Evaluación del entrenamiento; es necesario evaluar la efectividad del entrenamiento para determinar el valor del mismo y mejorar el diseño de nuevos programas. Los gerentes son quienes deciden qué resultados se van a evaluar y estos deben ser medidos en base al objetivo al que se diseñó el programa. Se evalúan en 4 categorías principales; reacción, aprendizaje, comportamiento y efectos.

Facilitar las correctas herramientas al vendedor aumentara la productividad del mismo, mejorara los sistemas y procesos de ventas, aumentando el volumen de ventas totales. El vendedor tendrá mayor motivación e integración al equipo.

1.2 Bases teóricas

El presente trabajo se encuentra sustentado bajo las siguientes teorías:

1.2.1 Donald J. Bowersox, (1950). "Emergiendo de la recesión: el rol de la administración logística"; realizó un análisis en tres etapas, teniendo en cuenta el desarrollo histórico en las funciones logísticas y de distribución física. La primera etapa es la que inicia en 1950 y termina en 1964, llamada "Origen y una nueva dirección". Después de las

guerras las empresas buscaron mecanismos para controlar los costos de distribución, ya que se dieron dos fenómenos del mercado el aumento de productos y la comercialización desordenada de éstos. Así que se podría afirmar que la distribución física nació como una forma de reaccionar a los problemas del mercado. La logística y distribución no eran conceptos nuevos durante el período de 1950 - 1964, sin embargo, muy pocas empresas tenían una organización que les permitiera aprovechar las oportunidades de la época.

1.2.2 Glass, D & Cashmore, C (1989). "Introduction to the Law of Carriage of Goods", señalan que: El agente de carga actúa como un intermediario entre el remitente o el consignatario y los transportadores, almacenadores, autoridades aduaneras y otras personas en la cadena de transporte con quienes el cliente de otra manera tendría que tratar. De este modo, tradicionalmente su rol principal ha sido celebrar los contratos con aquellas personas en nombre de su cliente. Adicionalmente, los agentes de carga con frecuencia asesoran en relación con rutas, proveen información sobre importaciones y exportaciones, preparan y diligencian la documentación necesaria para que los bienes lleguen a su destino.

1.2.3 Bowersox, DJ (1990). "The strategic benefits of logistics alliances. Harvard Business Review", indica que el objetivo de una alianza logística, formada entre un comercializador de productos y un proveedor de servicios, es mejorar la calidad del servicio al cliente. Para el comercializador de productos, las alianzas logísticas producen un mejor y más rápido servicio. Además, un manejo de materiales más eficiente y / o sistemas de entrega JIT (Just In Time), que a menudo marcan una alianza logística, tienden a reducir los

costos de mantenimiento de inventario. Finalmente, las diferentes perspectivas de los aliados logísticos fomentan soluciones más creativas a los problemas logísticos.

En las alianzas de logística, los criterios adicionales para seleccionar un aliado incluyen experiencia probada en servicios logísticos, capacidad tecnológica (especialmente si se trata de intercambio electrónico de datos) y la capacidad y flexibilidad para desarrollar un sistema de entrega JIT (Just In Time).

1.2.4 Coyle, J., Bardi, E. y Langley, J. (2002). “The management of business logistics, a supply perspective. Boston: Thomson”, indican que para 1965, se enfocaron en el servicio al cliente y el control de inventarios, entrando estos conceptos a hacer parte de la misma.

1.2.5 Según los autores Ballou (2004). “Logística: administración de la cadena de suministro (5ª ed.).” Y Chopra y Meindl (2008) “Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación.”, las áreas o elementos principales son: Decisiones de transporte: incluye el tamaño de los envíos, el modo de transporte, el diseño y programación de rutas. Este tipo de decisión depende de la demanda (Ballou, 2004). De acuerdo a Chopra y Meindl (2008), su papel dentro de la estrategia competitiva es muy importante gracias a su impacto en la eficiencia y la capacidad de respuesta, además, las decisiones que se tomen respecto al tipo de transporte afectan también las decisiones de inventario y ubicación de instalaciones.

1.2.6 Carrasco,J (2000). Evolución de los enfoques y conceptos de la logística “Su impacto en la dirección y la gestión de las organizaciones”; indica que los objetivos y enfoque de la logística actual son: calidad de acuerdo a las aspiraciones del cliente, enfocada en el servicio al cliente, disminuir coste de producción y entrega del producto. Tendencias del sistema logístico actual, entre las que se pueden nombrar: estructurar la cadena logística en relación con la estructura del producto, concentrar los recursos propios en el núcleo del negocio, incremento en las aspiraciones de los usuarios, creciente presión medioambiental, rediseñar el sistema logístico propio, esfuerzo permanente de mejora e innovación y orientación estratégica y gerencia operativa.

1.2.7 Koontz & Weihrich (2004). “Administración: una perspectiva global (12ª ed.)”; sostienen que la logística de distribución trata toda la logística de una empresa como si fuera un sólo sistema, incluyendo las actividades que van desde el pronóstico de ventas, la compra, el procesamiento de materiales y el control de inventarios; hasta el embarque de los productos hacia su lugar de destino que, por lo general, son los puntos de venta (Almacenes). Además, Cravens & Piercy (2006) señalan que su importancia radica en que gracias a la correcta gestión de la misma, al construir una red sólida de distribución, hace que se convierta en una fuerte ventaja competitiva para la organización. La meta principal de la logística de distribución es optimizar el costo total del sistema operativo, de tal forma que se proporcione el nivel deseado de servicio al cliente

1.2.8 Luis María García Bobadilla (2009). “+ Ventas segunda edición”; indica que el manual de ventas es uno de los principales instrumentos de un vendedor. Este manual,

muestra detalladamente las estrategias que se desarrollan para vender los productos o servicios de la empresa, así como los perfiles de cada elemento del área y los procedimientos para realizar correctamente su trabajo. Tiene grandes beneficios a nivel personal y profesional ya que ofrecen al vendedor de forma organizada y clara, las distintas estrategias para realizar su trabajo de una manera exitosa. A su vez, explica la filosofía, políticas comerciales, procedimientos a seguir, estrategias de ventas de la empresa, etc. El tener un documento con toda la información que un vendedor deba saber, agilizará su capacitación y lo ayudará a resolver dudas

1.2.9 Monfort, I. , & Nuñez, A. (2005). “La motivación y su influencia en las organizaciones laborales. (Spanish)”;

señalan que cada trabajador responde a diferentes factores motivacionales como por ejemplo: remuneración, reconocimiento, mejora de las condiciones laborales, etc. La motivación es un factor que debe interesar a todo directivo, ya que sin ella sería imposible tratar de alcanzar el funcionamiento correcto de su organización y por ende, el cumplimiento de los objetivos.

1.2.10 George Odiorne, G. (1991) “The Sales Management by Objectives.”;

indican que el sistema de administración por objetivos se puede describir como un proceso mediante el cual el superior y subordinado identifican conjuntamente sus objetivos comunes, definen las principales áreas de cada individuo de la responsabilidad en cuanto a los resultados que se esperan de él, y el uso de estas medidas como guías para la operación de la unidad y evaluar la contribución de cada uno de sus miembros. Asimismo, señala que debe haber evaluación periódica y acumulativa de los resultados del trabajo del subordinado, de sus puntos fuertes y débiles, así como de aquellas medidas propuestas para su desarrollo y Evaluación del desempeño de la organización como un todo.

1.2.11 Spiro L. & Stanton W. (2003). Management of a Sales Force (11va ed.) New York. Mc Graw Hill; indican que existen etapas por las cuales se deben pasar para tener un buena gestión en la fuerza de ventas. A continuación se presenta tabla con ejemplos concretos de cada etapa:

ETAPAS	EJEMPLOS
Establecer objetivos	Incrementar ventas; mejorar comunicación; mejorar relación con el cliente; disminuir deficiencias.
Identificar quien debe ser entrenado	Nuevos empleados; empleados ineficientes; introducción de nuevos productos.
Identificar necesidades del entrenamiento	Estandarizar o personalizar la estrategia de venta.
Quien debe ser el capacitador	Altos ejecutivos; jefe del departamento; especialistas (outsourcing).
Cuando se debe realizar	Nuevos empleados; introducción de nuevos productos; nuevas tecnologías.
Donde debe realizarse	Oficinas; clínicas especializadas.
Contenido del entrenamiento	Conocimiento de la compañía; estrategias de ventas; conocimiento del mercado y del producto.
Métodos de enseñanza	Lecturas; casos; demostraciones; discusiones.
Determinar cómo será reforzado	Feedbacks; reconocimientos
Que deberá ser evaluado	Resultados; actitudes; reacciones
Qué medidas se usaran para evaluar	Cuestionarios; feedbacks; encuestas

1.3 Antecedentes del Estudio

1.3.1 STHEPANIA MONDRAGON LEON, en su tesis “Innovación en el proceso operativo para cargas marítimas de la compañía Interworld Freight LTDA.” Señala las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- La información en el manejo de la carga y/o condiciones exigidas por el cliente que se encuentra en el proceso operativo de tráfico internacional está de forma muy informal y es desde ese punto que el proceso da inicio, si la información no es clara y se dejan sueltas las especificaciones es difícil recordarlas para el momento de dar fin al proceso.
- En el proceso internacional descrito por parte de IWF para el punto de confirmación de salida, tener dos opciones para obtener dicha información ocasiona errores ya que como ellos indican la primera opción (solicitar al agente confirmación de salida de la carga) es la 100% garantizada para que se tengan dos o más.

1.3.2 SOANNY MILENA ROMERO PÉREZ, en su tesis “Plan de mercadeo para la empresa All World Transport Colombia LTDA”; indica las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- El análisis interno muestra que actualmente la empresa ALL WORLD TRANSPORT COLOMBIA LTDA, cuenta con falencias en la prestación del servicio debido a factores importantes como lo son no contar con las certificaciones ISO 9001, BASC (Business Alliance For Secure Commerce) y la IATA (Asociación

Internacional de Transporte Aéreo). Además de presentar demoras en la entrega respuesta de tarifas, la inestabilidad en los procesos operativos de exportación y la alta rotación de los asesores comerciales.

- Se hará una inversión considerable en publicidad, la cual consiste en pautar en revistas logísticas, brindar más información de la empresa por medio del brochure e impresión del portafolio de servicio, como promoción de ventas se realizara un sorteo de un viaje a Perú para el cliente con mayor movimiento de TEUS en el año, se planea hacer una investigación de mercados con el fin de conocer la percepción que tiene el cliente de la empresa. Todo esto con el fin de lograr un mayor posicionamiento de la empresa en el mercadeo del Valle del Cauca.
- Se realizará un continuo seguimiento de la gestión comercial, del cumplimiento del presupuesto, reuniones frecuentes con el departamento de mercadeo, esto con el fin de conocer los avances en cuanto a las estrategias establecida.
- Se recomienda socializar el Plan de Mercadeo con todos los empleados de ALL WORLD TRANSPORT COLOMBIA LTDA, con el fin de que el personal trabaje con el propósito de lograr el objetivo.

1.3.3 EVELYN SUAREZ SUAREZ Y KARLA MUÑOZ DIAZ, en su tesis “Plan estratégico de Marketing para el desarrollo micro empresarial de la consolidadora de carga AMSECARGO S.A. para el año 2013 en la ciudad de Guayaquil” concluyen y recomiendan:

- El estudio de mercado realizado percibió gustos y preferencias de los clientes para concretar los servicios que deberá mejorar o incrementar la empresa; un servicio exclusivo donde el cliente conciba una asistencia de primera clase, siendo de gran utilidad para la empresa pues le representa credibilidad, confianza, seguridad, lealtad y excelente participación en el mercado al ejecutar servicio personalizado y mejoramiento continuo con información actualizada del servicio que ofrece la empresa a los distinguidos posibles clientes.
- Con la implementación del plan de acción, se conseguirá el objetivo principal de la empresa, que es mejorar las ventas, incrementar el volumen de cargas, aumentar el número de clientes, contar con el apoyo del equipo de la organización para así asesorar y brindar un servicio personalizado a los usuarios; utilizando estrategias corporativas, fidelización, diferenciación que se alcanzara el posicionamiento en la mente de los consumidos y referidos.
- Cabe señalar que el 10% de incremento de ventas por cada periodo se lograra al enfocarse en pequeñas y medianas empresas dedicadas al comercio exterior del mercado artesano situados en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, ya que mediante datos estadísticos es el mercado que sigue de incremento cada año y como se trata de microempresas aquellas consolidadoras de cargas están descuidando, ya que su objetivo son aquellas empresas que realicen embarques por grandes volúmenes.
- Se sugiere realizar un análisis de críticas y recomendaciones de los clientes de AMS Cargo para mejorar como empresa.

- Es recomendable, además que los accionistas de la empresa motiven al personal de AMS Cargo S.A. logrando trabajo en equipo para atender a los clientes con carisma, amor y paciencia.
- Se debe enfocar interés en el mercado de pequeñas y medianas empresas especializadas en importaciones y exportaciones del Ecuador, ya que es un mercado con pocos oferentes lo que crea una ventaja para AMS Cargo S.A. la aproveche.

1.3.4 JULIÁN DAVID LONDOÑO FRANCO, JUAN CAMILO MORENO SANTOS y DIANA MARCELA ZULUAGA ERASO, en su tesis “Diagnostico y propuesta de mejoramiento de las estrategias comerciales para la empresa HAYDEAR LTDA. en Bogotá D.C.” indican las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- En los últimos cinco años el comercio exterior ha tenido un desarrollo significativo que se ve reflejado en la tendencia creciente de las importaciones y exportaciones colombianas, con un superávit en la balanza comercial desde el año 2008. Esto es importante para la empresa HAYDEAR Ltda, puesto que el dinamismo comercial genera mayores posibilidades de conseguir clientes e incrementar las ventas.
- Se realizó un análisis del mercado y una segmentación basada en cuatro factores (necesidades, valores, ubicación geográfica y grupos de productos), que permitió definir el mercado objetivo para la empresa HAYDEAR Ltda, el cual es el siguiente: Importadores ubicados en las ciudades de Bogotá, Buenaventura, Cartagena, Barranquilla, Santa Marta, Medellín y Cali; que importen mercancía superior a cinco millones de dólares al año en valor CIF, perteneciente a los

siguientes grupos de productos: maquinaria y equipo, vehículos de carretera, productos químicos y productos farmacéuticos.

- Es necesario que el departamento comercial de HAYDEAR Ltda, se mantenga al tanto de las estrategias implementadas por la competencia, por lo cual se recomienda hacer una revisión trimestral que permita identificar las ventajas comparativas y la dinámica del comportamiento del mercado en el tiempo.
- El resultado de las estrategias propuestas depende principalmente de una óptima implementación, es por eso que se recomienda realizar un seguimiento estricto por medio de indicadores de gestión que permitan evaluar el impacto de las estrategias y sean fuente de retroalimentación para realizar los ajustes necesarios

1.3.5 JOSE VICENTE ESCOBAR GUZMAN, escribió en Revistas Universidad Externado de Colombia, “El Agente de Carga” y concluye que:

- Los intermediarios de transporte, y en particular el agente de carga, desempeñan un importante papel en la logística de distribución física internacional de mercancías, al constituir un enlace efectivo y benéfico para las partes de un contrato de transporte (remitente y transportador), en la celebración misma del contrato. El agente de carga presta un conjunto de servicios de importancia para importadores y exportadores, que les facilita el proceso de distribución comercial de sus productos y les permite acceder a servicios y tarifas de transportadores, que de otra manera no estarían a su alcance.

1.3.6 JACKELINE PAOLA HUAPAYA HERENCIA, en su tesis “Análisis de la problemática en la distribución física internacional de las principales empresas agroexportadoras de espárrago verde fresco por vía aérea al mercado de la Unión Europea”, concluye y recomienda lo siguiente:

- Los importadores del mercado europeo son exigentes, por ello solicitan que los espárragos lleguen en buenas condiciones al mercado de destino; así mismo exigen que el producto llegue en el tiempo adecuado, volumen solicitado y con fletes competitivos, estos son puntos importantes para poder atraer y mantener buenas relaciones con el mercado de destino.
- La infraestructura que tenemos en el aeropuerto ocasiona que las aerolíneas tengan pocos vuelos cargueros, lo cual ocasionan que la carga se quede, también existe límite de espacios para el traslado de carga o moviliza carga en vuelos pasajeros, donde la carga corre el riesgo de ser mal manipulada o salir parcializadas
- Los agentes de carga y los demás prestadores de servicio deben de dar un buen uso a los sistemas de información, como los medios electrónicos para que estén mejor informados sobre el tránsito de la carga, y no les tome por sorpresa los inconvenientes que se puedan presentar en el traslado a destino.
- Para brindar un buen servicio en toda la cadena de distribución física internacional; las empresas agroexportadoras como las agencias de carga, agente de aduana, terminales de almacenamiento y las aerolíneas deberán cumplir y comprometerse en formar alianzas estratégicas para un buen cuidado y traslado de la mercancía perecible.

1.3.7 MARIA FERNANDA ABUD FLORES, en su tesis “Análisis y Propuesta de Mejora al Proceso de Transporte y Distribución de Producto Terminado en Manufacturas y Servicios de Precisión de San Luis, S. A. de C. V.”, señala las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- El Plan de acción para la logística del transporte de mercancías (European Conference of ministers of transport, 2007) señaló que la logística es el combustible para la maquinaria económica. La actividad económica depende de ella para poder suministrar materiales a las industrias, movilizar los productos a lo largo de la cadena de suministro y, finalmente, entregárselos al consumidor final.
- De acuerdo con los objetivos de la investigación de este estudio y considerando que los factores que influyen la toma de decisiones para el desarrollo del proceso de transporte y logística en un mundo donde los mercados son más exigentes y se requiere que las empresas implementen nuevas estrategias que les permitan dar respuesta inmediata a sus requerimientos, la lucha por el mercado no solo implica calidad, innovación o un mejor servicio al cliente, sino también quien llega primero al cliente y a que costo, es por ello que las organizaciones deben buscar ser más competitivas en los nuevos entornos mundiales considerando que logística correcta funge solo como herramienta de negocios para alcanzar los objetivos en una estrategia de mercado orientada al cliente, buscando coordinar, optimizar, eliminar, automatizar y sistematizar pasos y procedimientos, con la única finalidad de conseguir que los productos estén en el lugar adecuado, en el momento preciso y a un costo mínimo

- En el caso en el que sea imposible lograr concertar un contrato con un tercero, especialista en transporte y distribución de producto terminado, a través de la empresa trasnacional, es conveniente el establecer con ésta última los costos de transporte adicionales tope que estarán dispuestos a aceptar; una vez que los rangos posibles de costos por este concepto hayan sido estipulados, la PyME deberá centrar su atención en la elección del operador logístico, agente de carga que profesionaliza el proceso, mejora tiempos de entrega, permite alargar las relaciones comerciales e industriales y administra mejor la información de los inventarios y su rotación, ya que el costo del servicio no es la única cualidad que se busca al momento de favorecer a uno de estos agentes; se debe poner especial atención a la red de cobertura que tiene en el terreno de acción, su capacidad instalada en cuanto a flotillas de transporte se refiere, con diferentes capacidades, mantenimiento preventivo y renovación constante, contar con un plantel de personal calificado capaz de cumplir con las entregas y garantías pactadas, alta tecnología para la recolección de datos y flujo de información para optimizar la toma de decisiones.
- Por otra parte, estos operadores logísticos, proporcionan servicios de planificación, control y dirección en todas las operaciones requeridas para los traslados nacionales e internacionales, que al momento de proporcionar un servicio de puerta a puerta, ahorra procesos y costos extras a la empresa, además de muchos dolores de cabeza, permitiendo a la PyME enfocarse en sus procesos clave, aquellos en los que se es experto.

1.4 Marco conceptual

1. Venta; según la American Marketing Association, define la venta como el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos.
2. Incremento; según la definición de la Real Academia Española, el significado de esta palabra hace referencia a dar mayor extensión, número o materia a algo. Este término se utiliza para todo lo que pueda hacerse más grande en cantidad o magnitud.
3. Agente de carga internacional o transitorio; según SUNAT, es la persona que puede realizar y recibir embarques, consolidar y desconsolidar mercancías, actuar como Operador de Transporte Multimodal sujetándose a las leyes de la materia y emitir documentos propios de su actividad, tales como conocimientos de embarque, guías aéreas, certificados de recepción, certificados de transporte y similares.
4. Carga consolidada; según SUNAT, es el agrupamiento de mercancías pertenecientes a varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un puerto, aeropuerto o terminal terrestre con destino a otro puerto, aeropuerto o terminal terrestre, en contenedores o similares, siempre y cuando se encuentre amparadas por un mismo documento de transporte.

5. Mercancía; según SUNAT, son bienes que pueden ser objeto de regímenes, operaciones y destinos aduaneros.
6. Full Container Load (FCL); según la Cámara de Industria Comercio Servicios y Turismo de Santa Cruz – Bolivia, indica que es una expresión inglesa que se refiere a un contenedor completo, con carga de un sólo embarcador y/o consignatario.
7. Less Container Load (LCL); según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, significa Contenedor de Carga menos llena. Sólo contempla carga en buque, no contempla servicios de estiba ni desestiba.
8. Flete; según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, significa el Coste del transporte de la mercancía.
9. International Commercial Terms (INCOTERMS); según la Camara de Comercio de Bogota, son un conjunto de reglas que establecen de forma clara y sencilla las obligaciones que en una compraventa internacional corresponden tanto al comprador como al vendedor en aspectos relacionados con el suministro de la mercancía, las licencias, autorizaciones y formalidades que se deben cumplir en una compraventa internacional. También explican a quien corresponden las operaciones aduaneras en el país de exportación o importación; quien debe ser el responsable de la contratación del seguro y el transporte de las mercancías; lugar y

responsabilidades de quien entrega y recibe la mercancía; momento de la transferencia de riesgos y gastos del vendedor al comprador. La forma de dar aviso a los involucrados en la negociación; el suministro de documentos para la reclamación de las mercancías y lo relativo a comprobaciones, embalajes y marcado entre otros aspectos.

10. Importación; según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, indica que es un Régimen aduanero que permite el ingreso legal a consumo de un bien o servicio de origen extranjero.

11. Exportación; según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, indica que es un Régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional.

CAPITULO II:

2. Planteamiento del problema

2.1. Descripción de la realidad problemática

Trismare Perú SAC en estos últimos 2 años ha tenido una reducción en sus ventas y márgenes de ganancia por motivos de nuevas competencias que día a día aparecen en el sector de transporte internacional de mercancías.

Estas competencias, hacen que cada vez los márgenes de utilidad sean menores, y las operaciones que se manejan no reflejan la utilidad esperada por operación.

Adicional a esto, Trismare Perú SAC no cuenta con área comercial neta, esto quiere decir, que no cuenta con una sola persona que se dedique exclusivamente a la labor de búsqueda y captación de nuevos clientes. Desde Febrero 2016 hasta la fecha, Trismare Perú SAC ha tenido un alto número de rotación de personal en el área comercial, en total,

pasaron 8 personas, de los cuales 6 personas fueron practicantes comerciales y solo 2 personas fueron comerciales con experiencia.

Trismare Perú SAC no cuenta con software estadísticos donde se pueden ver la relación al detalle de importadores y/o exportadores que importan o exportan carga de cualquier punto de origen y punta de llegada alrededor del mundo, sea vía marítima, aérea o multimodal. Software como DATA SUR o INFOESCOMAR, son herramientas las cuales facilitan la labor de búsqueda de clientes y esto conlleva a no perder tiempo haciendo uso de otros métodos más lentos y obsoletos.

Trismare Perú SAC cuenta con un software para transmisión de información a la aduana, software de nombre SINTAD es una herramienta la cual tiene un costo mensual pero Trismare Perú SAC, a pesar de pagar una mensualidad por este software no hace uso pleno de esta herramienta.

Actualmente Trismare Perú SAC, si bien es cierto cuenta con una pequeña red de agentes alrededor del mundo, pero estos partners no son lo suficientemente competitivos en relación a tarifas para poder ofrecérselas a los clientes finales que son los importadores o exportadores.

Trismare Perú SAC en la actualidad no cuenta con los recursos económicos suficientes como para poder ingresar a una Red de Agentes a nivel mundial, ya que se debe pagar un

monto aproximado 4000 a 5000 dólares americanos solo por la inscripción según la red a la cual desee afiliarse. Además del costo de inscripción, 3 miembros de la red a la cual se desease ingresar, deben recomendar a Trismare Perú SAC ante comisión evaluadora que cada red posee para recién poder ser evaluados.

Hasta el cierre del año 2017, existen 522 agencias de carga vigentes, y se estima que se sigan aperturando mas en el año 2018, esto quiere decir que la competencia cada vez se va a poner más fuerte y Trismare Perú SAC necesita captar mayor clientela haciendo uso de su característica principal que es el servicio.

Trismare Perú SAC opera desde 1987 como representantes de TRISMARE ITALIA encargados de la coordinación y atención del transporte de carga aérea y marítima tanto en la importación como en la exportación.

Trismare Perú SAC es una empresa que brinda servicios de traslado de carga aérea y marítima a las empresas que necesiten del manejo de carga en general , sea este en el ámbito nacional así como a los exportadores e importadores , brindándoles un servicio profesionalizado en la asesoría y manejo del traslado de mercadería

Trismare Perú SAC conocedora de la problemática del mercado internacional y de las necesidades que demanda el continuo desarrollo del transporte, comercio y comunicación

internacional tiene el compromiso de mantener la alta calidad de los servicios para todos los clientes, colaborando así con éxito de sus negociaciones internacionales

El equipo de Trismare Perú SAC está capacitado y orientado a satisfacer todas las necesidades exigibles de los clientes que confían su mercadería a la empresa, cumpliendo para ello todas las regulaciones y normas aplicables para el correcto proceso del despacho, considerado el bien común y la seguridad externa e interna de quienes presentan el servicio al igual que el beneficio al cliente por recibir la oportuna información sobre su embarque.

Lastimosamente, al no tener el volumen de carga que se desease tener, el talento de las personas que trabajan en Trismare Perú SAC no puede ser explotado en su totalidad.

Cabe mencionar que todos los trabajadores de Trismare Perú SAC cumplen multifunciones, no dedicándose plenamente a la labor que deberían dedicarse netamente.

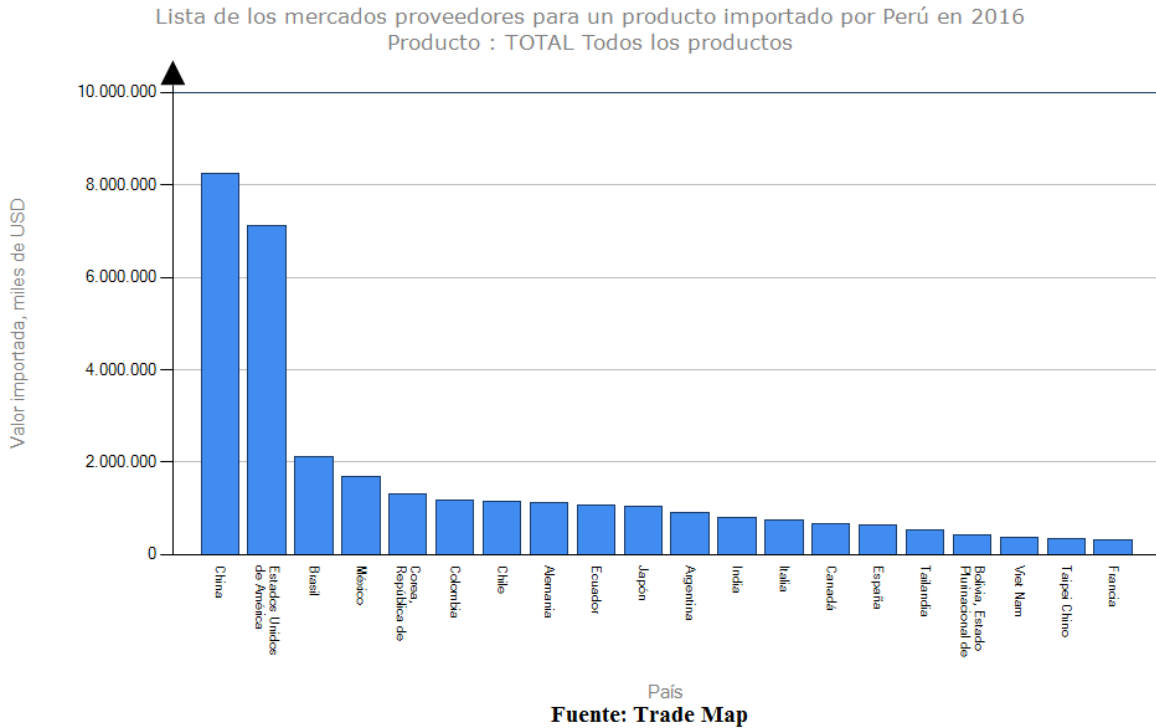
A continuación se brinda detalles de la organización de Trismare Perú SAC y funciones:

- Gerente General: Ángela Del Carpio Farfán
- Gerente Comercial: Yuri Del Carpio Farfán
- Jeja de Operaciones/contabilidad: Silvia Falla Pebe
- Encargado de prevención de accidentes: Yuri Del Carpio Farfán

- Encargado de mercancías peligrosas: Yuri Del Carpio Farfán
- Jefe de seguridad: Yuri Del Carpio Farfán
- Operaciones Marítimas/Comercial/Customer Service: Ethel Sanchez Huaman
- Operaciones de exportación/Comercial/Customer Service: Alfredo Li Alfaro
- Pricing/Customer/Comercial/Asistente Gerente Comercial: Javier Mercado Ticse
- Asistente de Gerente General/ Customer Service/Comercial: Sandra Abanto Leiva
- Despachadora/Motorizada: Mariela Arboleda Barsallo

Trismare Perú SAC es una empresa moderna cuya organización es funcional permitiendo la flexibilidad del manejo manteniendo el control de todos los procesos sin que ello impida la seguridad y servicio continuo al cliente.

Uno de los orígenes más requeridos en cotizaciones de importación para cargas FCL el año 2017, fue Estados Unidos, como se puede apreciar en el siguiente cuadro, se puede apreciar que Estados Unidos es el segundo origen de mayor importación para el consumo en el Perú, debido a esto, los requerimientos desde este origen son comunes, pero para las cargas FCL, Trismare Perú SAC no llegaba a alcanzar los niveles que ofrecía la competencia a los importadores finales.



Lo que los importadores de este origen señalaban, es que las cotizaciones enviadas por Trismare Perú SAC eran más caras en aproximadamente USD 200.00 a USD 400.00. Al revisar los cuadros de costos enviados por los agentes de Estados Unidos, y también al tratar de que estos agentes puedan conseguir mejores niveles para poder obtener más embarques, la respuesta era negativa.

Asimismo, cabe señalar, que si bien es cierto que Trismare Perú SAC cuenta con un gran porcentaje de FCL embarques de China, estas en su mayoría son cargas de un solo consignatario, es decir, del cliente Eximport Distribuidores Del Perú SA. Al no poder contar con costos enviados por diferentes agentes de China, las posibilidades de obtener mayores embarques FCL se reducen notablemente.

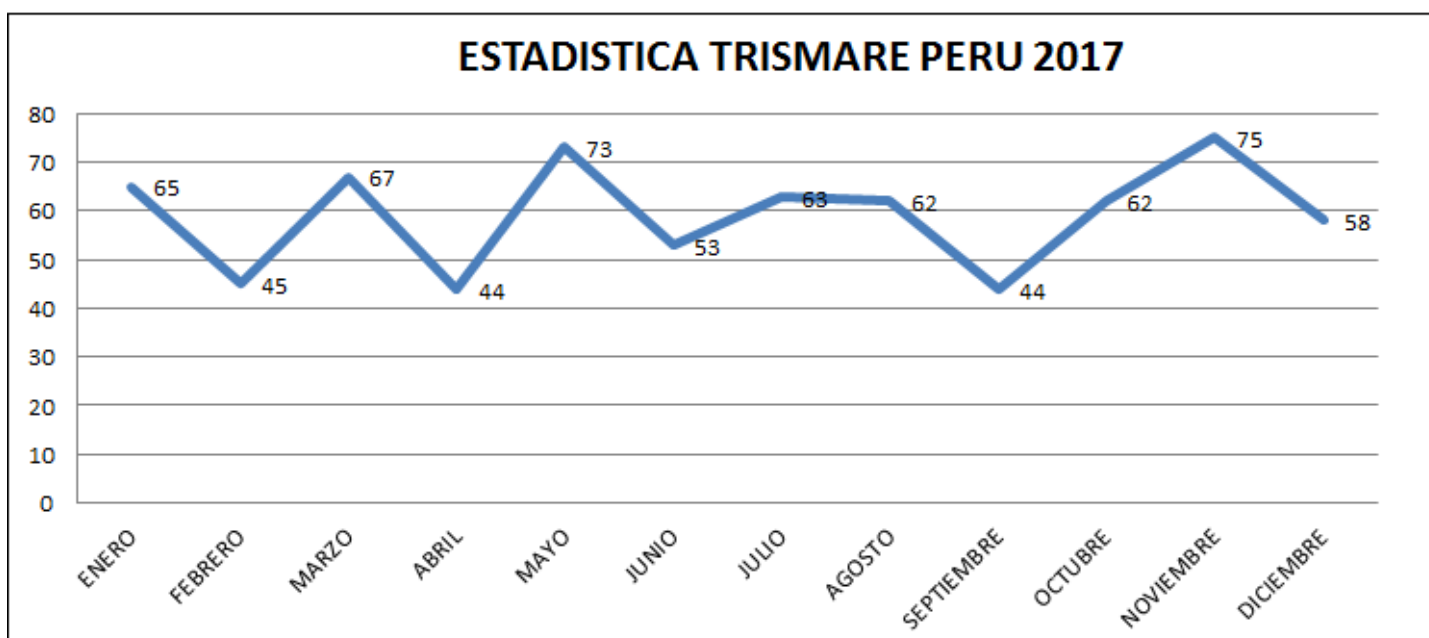
A continuación, se puede observar la estadística de Trismare Perú SAC del año 2017

ORIGEN	ESTADISTICA TRISMARE PERU SAC 2017												2017	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
ALEMANIA	4	2	6	0	4	4	6	2	1	3	2	3	TOTAL	37
ARGENTINA	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	TOTAL	3
AUSTRALIA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
BELGICA	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
BRASIL	0	1	2	1	4	3	1	1	1	0	2	1	TOTAL	17
CHILE	1	1	0	0	1	0	2	0	0	2	0	0	TOTAL	7
CHINA	14	4	14	6	22	10	21	18	13	12	17	20	TOTAL	171
COLOMBIA	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
COSTA RICA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
ECUADOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	TOTAL	1
ESPAÑA	4	6	9	10	9	9	3	12	2	5	9	3	TOTAL	81
FRANCIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	TOTAL	1
HOLANDA	0	0	3	0	0	3	0	1	1	1	0	0	TOTAL	9
INGLATERRA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
INDIA	2	1	0	0	0	1	2	0	0	1	0	4	TOTAL	11
ITALIA	27	21	24	17	23	13	19	20	18	22	32	20	TOTAL	256
JAPON	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	TOTAL	4
KOREA	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	TOTAL	4
LETONIA	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
MAURITIUS	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
MEXICO	5	2	0	1	2	0	0	1	2	4	5	0	TOTAL	22
PANAMA	0	2	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	TOTAL	7
REPUBLICA DOMINICANA	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
SINGAPUR	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	TOTAL	2
TAILANDIA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	TOTAL	1
TAIWAN	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	TOTAL	3
TURQUIA	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	TOTAL	3
USA	6	2	6	5	5	7	6	5	4	7	4	6	TOTAL	63
TOTAL	65	45	67	44	73	53	63	62	44	62	75	58	TOTAL	711
TOTAL 2017	711													

ORIGEN	RANKING PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN DE IMPORTACION - ESTADISTICA TRISMARE PERU SAC 2017												2017	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
ITALIA	27	21	24	17	23	13	19	20	18	22	32	20	TOTAL	256
CHINA	14	4	14	6	22	10	21	18	13	12	17	20	TOTAL	171
ESPAÑA	4	6	9	10	9	9	3	12	2	5	9	3	TOTAL	81
USA	6	2	6	5	5	7	6	5	4	7	4	6	TOTAL	63
ALEMANIA	4	2	6	0	4	4	6	2	1	3	2	3	TOTAL	37
MEXICO	5	2	0	1	2	0	0	1	2	4	5	0	TOTAL	22
BRASIL	0	1	2	1	4	3	1	1	1	0	2	1	TOTAL	17
HOLANDA	0	0	3	0	0	3	0	1	1	1	0	0	TOTAL	9
PANAMA	0	2	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	TOTAL	7

Según la estadística de Trismare Perú SAC, se puede observar que la mayoría de los embarques que se manejan son de Italia, seguido por China. Un caso muy peculiar es Estados Unidos, que a pesar de encontrarse en el ranking en el segundo puesto a nivel general, se ubica en el cuarto puesto del origen que suele trabajar Trismare Perú SAC.

Como se puede observar que Trismare Perú SAC, el año 2017 ha logrado un total de 711 embarques entre aéreos y marítimos, ubicando a Italia como principal origen de importación con 256 embarques, segundo lugar China con 171 embarques, en tercer lugar se encuentra España con 81 embarques, en cuarto lugar se encuentra USA con 63 embarques, en quinto lugar se ubica Alemania con 37 embarques.



En el gráfico se puede observar claramente que los meses con pocas cargas fueron los meses de Febrero (45), Abril (44) y Setiembre (44), asimismo, también se puede observar que los meses de Noviembre (75) y Mayo (73) fueron los meses con mayor cierres de carga en el año 2017.

Trismare Perú SAC, en la actualidad viene trabajando con tan solo 8 proveedores a nivel mundial que son los siguientes: Prime Log Logistics (USA), Fracht (USA), Transworld Express CO. LTD. (China), Liberty Cargo (España). Trismare SRL (Italia), Ancora Logistics SA, Logistic Transport Solution (Panamá) y Global Trans (Alemania)

Para los casos de USA, los clientes a los que Trismare Perú S.A.C. suele ofrecer tarifas desde los distintos puertos de USA, la respuesta en un 80% de casos, es que las tarifas FCL ofrecidas son muy elevadas en relación a lo que la competencia suele dar. Los precios referenciales que algunos clientes logran brindar, hacen notar que la diferencia de precios son totalmente altas, en promedio, 70% más alta que las tarifas que viene ofreciendo Trismare Perú. Esto se debe a que los agentes FCL en USA con los que se vienen trabajando no tienen niveles competitivos con los cuales Trismare Perú SAC pueda cerrar embarques con los distintos importadores que suelen traer cargas desde este origen.

Para el caso de China, el agente con el cual cuenta Trismare Perú, solo es usado para embarques aéreos, en este sentido, las tarifas son competitivas, aun así, hay ciertas veces que no se llegan a cerrar embarques por un tema de tarifa. Para carga FCL, Trismare Perú

SAC no trabaja con agentes en origen a pesar de que los agentes nuevos evaluados cuentan con mejores tarifas a las ofrecidas por los agentes locales con los que suele trabajar Trismare Perú SAC.

Para el caso de España, los fletes aéreos suelen ser competitivos pero muchas veces el tiempo de respuesta del agente en origen, es tardía, por este motivo, algunas veces Trismare Perú ha perdido cargas que pudieron haberse obtenido con un tiempo de respuesta más rápido. Para el caso de las cargas FCL, se ha logrado observar que cada 10 requerimientos, solo se llegan a concretar entre 2 a 3, los clientes de Trismare Perú SAC indican que otros agentes les ofrecen mejores tarifas.

Para el caso de Italia, la casa matriz, suele tener tarifas más altas en relación a las cargas FCL, Gava Perú, Savino Del Bene, y Cargo Compass, son las competencias directas y estas suelen tener tarifas mucho más competitivas en relación a las ofrecidas por Trismare Perú. Esta información es de conocimiento de la casa matriz (Trismare Italia) pero muchas veces las respuestas brindadas no suelen ser las adecuadas y a veces llegan hasta insinuar que los clientes están brindando costos e información falsa ya que aducen que los niveles con los que los clientes suelen cerrar los embarques, son costos inexistentes a nivel de mercado.

Para el caso de México, las tarifas enviadas por este agente en origen son tardías, el nivel de respuesta es lento y son caras, por lo cual no se suele cerrar cargas, con lo cual refleja perdida de negocios con importadores que traen carga desde este origen.

Para el caso de Panamá, no solemos tener clientes que traigan carga FCL o aéreo desde este origen, pero las veces que Trismare Perú ha cotizado a algunos clientes puntuales que solicitan este origen, las tarifas han estado en el promedio del precio del mercado local.

Para el caso de Alemania, específicamente con el agente Global Trans, solo se suele trabajar cargas aéreas, la virtud de este agente es que son muy eficiente en sus operaciones y el tiempo de respuesta es muy rápido, pero la gran debilidad que suele tener es que las tarifas brindadas, son altas en relación al mercado, solo son 2 clientes con los que se usa a este agente para sus embarques desde este origen debido a la premura que suelen presentar estos importadores.

Como se puede observar, al tener tan pocos agentes, el abanico de oportunidades para obtención de tarifas realmente competitivas es muy bajo, por lo cual, la búsqueda de nuevos proveedores a nivel mundial es necesaria, estos nuevos proveedores deben pasar por una exhaustiva investigación para poder revisar su historial de comportamiento a nivel mundial y de esta manera poder trabajar embarques en conjunto con la finalidad de obtener rentabilidad en cada operación trabajada tanto para los agentes en origen como para Trismare Perú.

Asimismo, Trismare Perú SAC no cuenta con un fondo para transferencias a agentes nuevos para poder hacer uso de las tarifas más competitivas ofrecidas por agentes con los cuales Trismare Perú SAC no ha podido trabajar.

Al no trabajar con agentes en los diferentes orígenes, Trismare Perú SAC no puede tener el total manejo y mejor control de la operación, ya que el cruce de información siempre deberá pasar por un intermediario local.

Los colaboradores de Trismare Perú SAC no cuentan con un dispositivo tecnológico no personal (Tablet, Smartphone, laptop) que les permita monitorear las operaciones con los pocos agentes en orígenes con los cuales se suelen trabajar, especialmente el tráfico de Asia.

2.2 Formulación del problema

¿Cómo incrementar las ventas en la agencia de carga Trismare Perú S.A.C.?

CAPITULO III:

3. Objetivos, Delimitación y Justificación de la Investigación

3.1 Objetivo General y Específicos

Objetivo General

Incrementar las ventas en la agencia de carga Trismare Perú SAC.

Objetivos Específicos

Evaluar y analizar nuevos agentes a nivel mundial.

Evaluar intereses con diferentes entidades financieras para préstamos bancarios.

Elaborar estrategia de capacitación para nuevos ejecutivos comerciales.

3.2 Delimitación del Estudio

El estudio ha sido llevado a cabo en la agencia de carga Trismare Perú S.A.C. ubicado en Av. Canaval y Moreyra 290 – San Isidro – Lima – Perú, entre los meses de Agosto del año 2017 a Febrero del año 2018.

3.3 Justificación e Importancia del Estudio

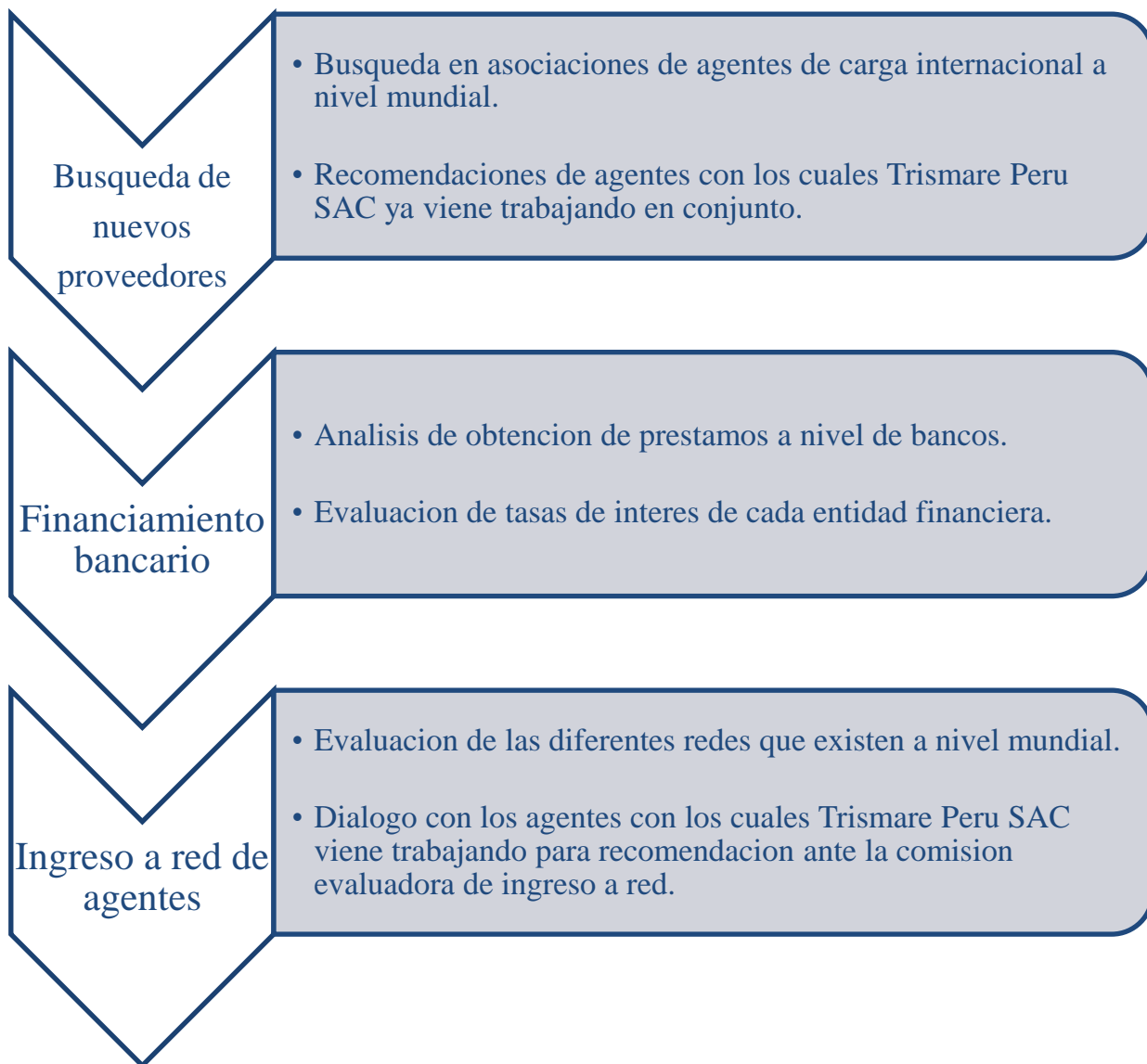
Este estudio ha sido llevado a cabo en vista del incremento de la competencia en el sector del transporte de carga internacional, el estancamiento de routing orders en las ventas de Trismare Perú S.A.C. y el no incremento de nuevas cuentas.

La importancia de este estudio es significativa ya que de no ser observado, la agencia de carga internacional Trismare Perú S.A.C. podría verse afectado por la disminución en los cierres de venta, bajo márgenes de utilidad por operación lo cual conllevaría a no poder cubrir la planilla con la cual actualmente cuenta Trismare Perú S.A.C. y en el peor de los casos, terminando por cerrar la empresa de manera definitiva.

CAPITULO IV:

4. Formulación del Diseño (propuesta de solución)

4.1 Diseño Esquemático



4.2 Descripción de los Aspectos Básicos del Diseño

Lo que necesita la agencia de carga Trismare Perú S.A.C., para poder incrementar sus ventas, es pasar por 3 etapas que serán explicadas a continuación:

Etapa 1. Búsqueda y evaluación de nuevos proveedores a nivel mundial.

Como se ha mencionado, Trismare Perú SAC cuenta con una muy pequeña red de agentes a nivel mundial, lo cual se traduce en que el abanico de oportunidades de nuevas negociaciones y obtención de mejores tarifas de los diferentes orígenes, sean muy reducidos.

En la actualidad, existen diversos agentes alrededor del mundo, los cuales tienen tarifas ofrecidas según los acuerdos comerciales que tengan con las líneas navieras y aerolíneas.

Actualmente, Trismare Perú cuenta con pocos agentes, a causa de esta mínima cartera de agentes, Trismare Perú muchas veces no llega a obtener las tarifas más atractivas para los importadores peruanos. A causa de las tarifas, muchas veces las cotizaciones enviadas a las diferentes solicitudes de requerimientos de importación, no llegan a los niveles que ofrece la competencia de Trismare Perú SAC a los importadores, a causa de esto, no se cierran embarques y por ende, no hay generación de embarques ni de ganancias para la empresa.

Esto ha conllevado que los cierres de embarques hayan disminuido tanto en volumen y en rentabilidad por operación. Haciendo un análisis, podemos observar que la competencia a nivel local cada vez es más fuerte en cuanto a tarifas, y la razón es porque ellos cuentan con mejores negociaciones con sus diferentes agentes de carga en los distintos países de origen.

La búsqueda de nuevos agentes a nivel mundial se debe llevar a cabo con mucha cautela, ya que si bien es cierto, existen muchas agencias de carga a nivel mundial con tarifas espectaculares, algunas veces son tarifas irreales que solo lanzan para poder iniciar operaciones juntos como nuevos Partners, pero al momento de querer usar sus tarifas, informan que faltan agregar algunos conceptos a sus cotizaciones.

Uno de los orígenes donde es muy usual encontrar agentes de carga con tarifas irreales, es en China. A diario, Trismare Perú SAC, recibe en promedio 15 mensajes de agentes de China, muchos de ellos con tarifas por muy debajo de lo normal según las tarifas a nivel mundial. Al momento de observar sus mensajes, se puede observar que no colocan la línea naviera con la que ofrecen estas tarifas, y recién cuando se les pregunta si la tarifa es el total real, ellos indican que no, que se tienen que colocar ciertos recargos para poder usarlas, y cuando se suman los recargos no mencionados, en ocasiones estas tarifas reales incluyendo los recargos suelen ser más altos de la tarifa promedio a nivel mundial, asimismo, suelen ocultar información como la validez de la tarifa y en el caso de cargas FCL, no mencionan los días de sobrestadía negociados en destino. China es un ejemplo de lo que suele pasar con algunos agentes de carga a nivel mundial.

La búsqueda de nuevos agentes de carga a nivel mundial debe comenzar primero consultando con agentes de carga amigos de diferentes orígenes que puedan recomendar a sus Partners en ciertos orígenes del mundo.

Un claro ejemplo del enunciado anterior es la recomendación que hizo la agencia de carga Logistic Transport Solution de Panamá, al recomendar a Trismare Perú SAC al agente de carga de España E-Goble Cargo Integral Logistics Solutions. Otro caso particular es la recomendación del Partner argentino que cuenta Trismare Perú SAC, la agencia de carga Mercolog Logistic & Transport, brindo la información del agente de carga Velmaren Shipping Agents & Freight Forwarders ubicada en Uruguay, con el Trismare Perú SAC planea trabajar en corto plazo.

Otro método de búsqueda por el que se podría optar, es por contactar con firmas que tengan presencia con oficinas en diferentes partes del mundo, como es el caso de la firma Toll Global Forwarding que cuenta con oficinas en África, Australia, Canadá, China, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Hong Kong, India, Indonesia, Italia, Malasia, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Singapur, Sri Lanka, Suecia, Taiwán, Tailandia, Turquía, Emiratos Árabes, Estados Unidos, Inglaterra y Vietnam.

Una tercera opción es la búsqueda de nuevos Partners a través de las asociaciones de agencias de carga que existen alrededor del mundo, tales como AMACARGA (Asociación Mexicana de Agentes de Carga), ALACAT (Federación de Asociaciones Nacionales de Agentes de Carga y Operadores Logísticos Internacionales de América Latina y El Caribe), AAACI (Asociación Argentina de Agentes de Carga Internacional), ASEACI (Asociación Ecuatoriana de Agencias de Carga y Logística Internacional), EFFA (European Freight Forwarders Association), CIFA (China International Freight Forwarders Association), etc, donde suelen tener presencia agentes de carga que trabajan de manera seria y responsable.

Estas 3 opciones de enfoque de búsqueda de nuevos Partners, si bien es cierto son herramientas que podrían ayudar a encontrar socios comerciales para obtener mejores niveles de tarifas de transporte internacional y poder obtener más embarques, no son 100% seguras ya que no existe una norma que obligue a indemnizar a Trismare Perú SAC en caso de incumplimiento de lo ofrecido inicialmente, lo cual podría perjudicar la reputación de Trismare Perú SAC con el cliente final y más grave aún, podría generar pérdidas monetarias muy elevadas al tener que cumplir con lo ofrecido hacia el cliente final.

Etapa 2. Financiamiento bancario

En la actualidad, Trismare Perú SAC, no cuenta con un fondo monetario destinado a realizar pagos para agentes en origen. Los pagos que se realizan a los agentes en origen con los que se viene trabajando, es porque brindan crédito y facilidades de pago ya que son agentes con los que se trabajan hace muchos años. Al no tener disposición de dinero para transferencias bancarias a nuevos agentes, no se pueden usar las tarifas más competitivas que se podrían encontrar con nuevos agentes. Esto quiere decir que el área de gerencia comercial y pricing son los responsables de no llegar a las tarifas requeridas por los comerciales que quieren ingresar a un nuevo cliente. Al haber menor cantidad de obtención de embarques, menores ventas se llegan a dar y lastimosamente el volumen y margen de ganancia no es el esperado por Trismare Perú SAC,

Un punto fuerte a considerar es que Trismare Perú SAC si llegaba a obtener buenos niveles con respecto a fletes de contenedores exclusivos, pero al no tener fondos para transferencias, resultaba imposible poder usarlas para llegar a tener mejores niveles.

Este fue el caso del cliente PROVENSER, importador de cargas de origen de USA, el cual compartía los niveles que le brindaba la competencia de Trismare Perú SAC, pero aun teniendo este feedback, Trismare Perú SAC no lograba llegar al nivel que manejaba el cliente PROVENSER. Los costos enviados por los Partners de USA de Trismare Perú SAC, los cuales son Prime Log Logistics y Fracht USA, eran muy elevados, en promedio la diferencia era de 300.00 dólares americanos por contenedor. Estos Partners lo único que solían indicar es que no llegaban a los niveles que necesitaba Trismare Perú SAC, por lo que se comenzó a buscar nuevos agentes en USA y se logró encontrar 3 agentes de los 5 consultados con tarifas realmente competitivas y con los cuales si se hubiera podido llegar a las tarifas que solicitaba PROVENSER para poder manejar sus despachos.

El hecho está en que Trismare Perú SAC al no contar con fondos para poder hacer transferencia a alguno de estos nuevos agentes, no podía usar estas tarifas y al no poder usarlas, no se podían ganar más embarques al menos desde USA. No solo se encuentra el caso del cliente PROVENSER, ya que en el transcurso del año 2017, diversos clientes solían indicar lo mismo que PROVENSER en relación a las tarifas que Trismare Perú SAC brindaban y las tarifas que otros agentes les ofrecían.

Como se pudo observar en el cuadro de principales socios comerciales con los que cuenta Perú, Estados Unidos es el segundo socio comercial de donde mayor cantidad de importaciones Perú tiene. Esto se traduce en que se deberían ganar mayores embarques desde este origen tan importante, pero para eso se necesitan fondos exclusivos para realizar pagos a nuestros Partners.

Como segunda observación, se puede observar el caso de los agentes de China. Un claro ejemplo son las tarifas ofertadas por diversos Partners de China que en determinado tiempo suelen tener mucho mejores tarifas que agentes locales con los cuales Trismare Perú SAC suele trabajar (Partners Logistics Perú SAC y Peruana de Carga SAC). Agentes en China como Sunway Logistics, Lavidia Shipping, China Cargotrans Group y Tiger International Shipping, son agentes pertenecientes a redes de agentes a nivel mundial, cuentan con reputación respaldada al estar registrados en estas redes, suelen tener tarifas muy competitivas, pero el problema vuelve a comenzar cuando no se puede usar las tarifas ofrecidos por estos agentes al no tener fondos para poder hacerles llegar transferencias.

Como tercera observación, se encuentra el caso de Holanda, específicamente para el servicio aéreo. En el transcurso del año 2017 se recibieron muchas solicitudes de este servicio por diversos clientes pero no se lograban alcanzar las tarifas que tenían los clientes finales.

Se estima que el monto proyectado de préstamo debería de ser de 15,000.00 dólares americanos, los cuales irían destinados a pagos de fletes y servicios contratados por los nuevos Partners encontrados después de la investigación

Este monto exclusivo destinado solo a pago de nuevos agentes, podría generar en un plazo de 1 o 2 años, que los agentes de cada origen puedan otorgarnos una línea de crédito con un monto determinado para poder establecer negociaciones en conjunto, de esta manera, las transferencias interbancarias no tendrían un efecto sustancial, considerando que cada transferencia internacional interbancaria tiene un costo de aproximadamente 50.00 dólares americanos. Al tener 04 operaciones mensuales de un determinado origen, se estaría determinando que solo en transferencia interbancaria un costo de 200.00 dólares americanos.

Con un fondo exclusivo para transferencia, se podría llevar a cabo mayores ventas y se podrá obtener mayor rentabilidad en cada operación hecha tanto con clientes antiguos, como también con potenciales clientes nuevos.

Si esta acción no es llevada a cabo en mediano plazo, las consecuencias podrían ser negativas, ya que al no tener un fondo para trabajar con nuevos Partners, las tarifas de Trismare Perú SAC podrán seguir siendo elevadas, y a futuro los clientes antiguos, podrían probar el servicio con otros agentes de carga a un costo más barato, lo que es un gran riesgo ya que el cliente podría cambiar el total manejo de sus cargas por otro nuevo agente.

Asimismo, la rentabilidad por cada operación seguiría siendo mínima en base a lo esperado realmente. A consecuencia de que otros agentes de carga no han podido ser competitivos dentro de este rubro de transporte internacional, han llegado a quebrar y desaparecer totalmente del mercado.

Etapa 3. Ingreso a red de agentes

Este sería el tercer nivel al cual Trismare Perú SAC debería pretender llegar en un plazo no mayor a 5 años. Si bien es cierto, pasando la primera y segunda etapa, la cartera de Partners a nivel mundial puede haber aumentado, este mundo que se vuelve cada vez más y más competitivo en relación a tarifas y servicios, va a requerir mayores negociaciones con agentes que tengan mejores tarifas para poder entablar nuevas relaciones comerciales.

Las redes de agentes de carga reúnen a agentes de carga independientes a nivel mundial con la finalidad de poder beneficiarse mutuamente entre sus miembros obteniendo mejores tarifas entre los asociados que se encuentra en los diferentes orígenes. Las redes se dedican en su totalidad a ofrecer beneficios y oportunidades de networking a sus miembros.

Un beneficio muy aparte de las nuevas relaciones comerciales que se pueden establecer entre los miembros de la red, es que los miembros pertenecientes a la red, están automáticamente cubiertos por el programa de protección financiera, que le permite a su empresa realizar negocios con otros miembros de la red con total seguridad y tranquilidad.

Es decir, dentro de cada red existe una conferencia donde la parte afectada por un mal manejo de un miembro de la red, es totalmente indemnizada.

Una de las principales redes es la WCA, en la actualidad esta red cuenta con 6385 asociados en 200 países a nivel mundial.

Se llegó a averiguar los requisitos solicitados por la WCA, gracias a la colaboración del Jefe Comercial de la empresa Alexim Perú, el Sr. Luis Salazar, quien indica que para poder adherirse a la WCA, como primer paso, 3 miembros activos que se encuentren en la red, deben recomendar al postulante y este a su vez tendrá que ser evaluado por los miembros del comité evaluador de la red. Una vez evaluado, el costo de inscripción es de 5000.00 dólares americanos y el cobro de renovación anual es de 2000.00 dólares americanos. Asimismo, indica que los beneficios que él ha podido observar es que la confianza que inspira pertenecer a la red es bastante notable ya que existe un código de ética, el comité siempre está presente ante cualquier controversia que se puede suscitar y en el caso haya algún problema con alguno de los miembros de la red, el comité de disciplina siempre está presente para poder resolver estos temas, incluso pueden llegar a expulsar al miembro que no cumpla con lo pactado en sus negociaciones y que vaya en contra de la reglamentación de la red.

CAPITULO V:

5. Prueba del Diseño

Los agentes locales con los que Trismare Perú SAC cuenta, muchas veces no llegaban a las tarifas necesitadas para poder cerrar embarques aéreos. A causa de esta observación se inició la búsqueda de partners en Holanda encontrando a Toll Netherlands, al cual se le solicitaba cotizaciones y la diferencia con los costos ofrecidos por los agentes locales eran de aproximadamente 100.00 euros. En el siguiente cuadro se puede observar las diferencias de tarifas:

Requerimiento de importación:

INCOTERMS: EXW

Holanda – Lima

Vía: aérea

01 pallet

GROSS WEIGHT: 160.00 KG

DIMENSIONS (CM): LENGTH: 115, WIDTH: 75, HEIGHT: 50

Pick up address:

DC BORN

CRAFT				
PESO BRUTO	160.00			
COSTOS AEREO HOLANDA				
AIR FREIGHT	2.30	X KG/VOL	EUR	368.00
X-RAY	0.05	X KG/VOL (MIN 35)	EUR	35.00
THC	0.16	X KG/VOL (MIN 24)	EUR	25.60
TRANS	0.13	X KG/VOL (MIN 50)	EUR	50.00
L.CHARGES	70.00	POR EMBARQUE	EUR	70.00
PICK-UP	0.55	X KG/VOL	EUR	88.00
CUSTOMS	50.00	POR EMBARQUE	EUR	50.00
			EUR	686.60

PLUSCARGO				
PESO BRUTO	161.00			
COSTOS AEREO HOLANDA				
FLETE	2.65	X KG/VOL	EUR	426.65
PICK UP	90.00	POR EMBARQUE	EUR	90.00
HANDLING	55.00	POR EMBARQUE	EUR	55.00
TRANSFER	0.25	X KG/VOL	EUR	40.25
SECURITY SCAN	50.00	POR EMBARQUE	EUR	50.00
			EUR	661.90

TOLL				
GROSS WEIGHT	160.00			
COSTS WITH TP AIRLINE				
AIR FREIGHT	2.00	X KG/VOL	EUR	320.00
Export handling	85.00	PER SHIPMENT	EUR	85.00
THC, transfer and pick-up	0.25	X KG/VOL (MIN 45)	EUR	45.00
X-Ray fee	0.05	X KG/VOL (MIN 30)	EUR	30.00
PROFIT TOLL	60.00	PER SHIPMENT	EUR	60.00
			EUR	540.00

Como se puede observar en este primer requerimiento de importación, la diferencia con Craft es de 146.60 euros, y la diferencia con Pluscarga es de 121.90 euros.

Segundo requerimiento de importación:

INCOTERMS: EXW

Holanda – Lima

Vía: aérea

Bultos: 02 cajas

Peso total: 38 KG

Volumen: 0.09 CBM

Bulto 1: 52 x 51 x 23 cm

Bulto 2: 31 x 31 x 26 cm

Pick up address: SGA NETHERLANDS B.V. N HOLTUM NOORDWEG 11-7

INCALINES				
PESO BRUTO (KG)	38.00		P. TASABLE	45.00
COSTO AEREO HOLANDA				
AF	4.60	X KG/VOL	EUR	207.00
Export handling	72.00	POR EMBARQUE	EUR	72.00
Inland fee	96.00	POR EMBARQUE	EUR	96.00
DOT	10.00	POR EMBARQUE	EUR	10.00
Airline transfer fee	18.00	POR EMBARQUE	EUR	18.00
Airline transfer fee	18.00	POR EMBARQUE	EUR	18.00
Finalizing; ECS	10.00	POR EMBARQUE	EUR	10.00
			EUR	431.00

TOLL				
GROSS WEIGHT (KG)	38.00		CH. WEIGHT	45.00
COSTS WITH KL				
Pick-up in The Netherlands (incl fuel), transfer and THC	45.00	PER SHIPMENT	EUR	45.00
X-ray scan (if applicable)	35.00	PER SHIPMENT	EUR	35.00
Export handling, airway bill and export document	95.00	PER SHIPMENT	EUR	95.00
AIRFREIGHT	90.00	MIN	EUR	90.00
PROFIT TOLL	35.00	PER SHIPMENT	EUR	35.00
			EUR	300.00

Como se puede observar en el cuadro, la diferencia entre el Partner local y el agente en origen es de 131.00 euros.

En el siguiente requerimiento, se podrá observar mucho más, la diferencia que existen entre el agente local y el agente en origen:

SOLICITUD COTIZACION EMBARQUES	
Campos a llenar por el área de compras	
Via (Maritimo - Aéreo)	Aereo
Producto:	varios
Medidas : Largo x Alto x Ancho	2 box pallets (120 x 85 x approx.75 cm)
Equipo Autopropulsado?:	no
Peso :	
Cant Bultos :	
Tipo y cat de contenedor	2 bultos
Incoterm:	ExWork - Lincoln Holanda
* Para Exw - Dirección de recojo	Nieuwe Dukenburgseweg 20 6534 AD Nijmegen PO box 253, 6500 AG Nijmegen The Netherlands
*Para el caso de FOB indicar puerto	
* Foto o Especificaciones técnicas	
*Carga peligrosa:	no

CRAFT				
PESO BRUTO (KG)	1520.00		P. TASABLE	
NETHERLANDS AIRWAY				
FLETE	2.50	X KG/VOL	EUR	3800.00
X RAY	0.05	X KG/VOL	EUR	76.00
THC	0.10	X KG/VOL	EUR	152.00
L. CHARGES	75.00	POR EMBARQUE	EUR	75.00
AWB	35.00	POR EMBARQUE	EUR	35.00
PICK UP	0.18	X KG/VOL	EUR	273.60
CUSTOMS	50.00	POR EMBARQUE	EUR	50.00
			EUR	4461.60

PLUSCARGO				
PESO BRUTO (KG)	1520.00		P. TASABLE	
NETHERLANDS AIRWAY				
FLETE TP	2.50	X KG/VOL	EUR	3800.00
Handling	55.00	POR EMBARQUE	EUR	55.00
THC	0.25	X KG/VOL	EUR	380.00
PICK UP	275.00	POR EMBARQUE	EUR	275.00
SCAN	47.50	POR EMBARQUE	EUR	47.50
			EUR	
			EUR	
			EUR	4557.50

TOLL				
GROSS WEIGHT (KG)	1520.00		P. TASABLE	
NETHERLANDS AIRWAY				
Pick-up in The Netherlands (incl fuel), transfer and THC	0.25	X KG/VOL	EUR	380.00
X-ray scan (if applicable)	0.05	X KG/VOL	EUR	76.00
Export handling, airway bill and export document	95.00	PER SHIPMENT	EUR	95.00
Extra items (if applicable)	5.00	PER SHIPMENT	EUR	5.00
Air Freight TP	2.10	X KG/VOL	EUR	3192.00
PROFIT TOLL	0.10	X KG/VOL	EUR	152.00
			EUR	
			EUR	3900.00

Según lo apreciado en el cuadro de costos se puede observar que existe una diferencia de 561.60 euros entre Craft y Toll, y una diferencia entre 657.50 euros entre Pluscargos y Toll.

En el mes de Mayo, se decidió realizar pruebas con Toll Netherlands y los resultados fueron exitosos, las cargas que se cerraron bajo INCOTERMS EXW, fueron recogidas a tiempo, asimismo, el espacio para la carga con la aerolínea fue otorgado de manera

inmediata, solo estuvieron a la espera de la transferencia por parte de Trismare Perú SAC para poder hacer el envío vía aéreo de la carga que iba consignada al cliente final.

A su vez se determinada que al trabajar directamente con Toll Netherlands, Trismare Perú SAC podía tener información de manera directa con el agente en origen y no a través de intermediarios, esto quiere decir que no habían demoras en la fluidez de intercambio de correos con el agente, de esta manera, Trismare Perú SAC tenía más control sobre la operación en cuanto a relevancia de cruce de información.

A continuación se muestra el sustento una de las operaciones llevada a cabo entre Trismare Perú SAC y Toll Netherlands.

001AMS04090855



001-04090855

Shipper's Name and Address TOLL GLOBAL FORWARDING (NETHERLANDS) BV LEISTEEN 1 HOOFDDORP 2132 ME NL Telephone: +31206543100		Shipper's Account Number		Not Negotiable Air Waybill			
Consignee's Name and Address TRISMARE PERU S.A.C. AVENIDA CANAVAL Y MOREYRA, 290 OF 62 SAN ISIDRO, LIMA -PERU - RUC 20101960944 TELEPHONE: +5114415109		Consignee's Account Number		Issued by AMERICAN AIRLINES INC. P.O. BOX 619616 DALLAS-FORT WORTH INTL AIRPORT, DALLAS, TEXAS, 752			
Issuing Carrier's Agent Name and City TOLL GLOBAL FORWARDING(NETHERLANDS) B.V. HOOFDDORP		Accounting Information NO. C.O.C.: 3423 1192 0000		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.			
Agent's IATA Code 57-4 7136/0015		Account No.		It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.			
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing AMSTERDAM		Reference Number C01822461		Optional Shipping Information			
To LIM	By First Carrier AA	Routing and Destination AA	to LIMA	by AA001/01	Requested Flight/Date /		
Currency EUR		CHGS PP	W/T/V/L X	Other X	Declared Value for Carriage NVD		
Amount of insurance XXX		Declared Value for Customs NCV		INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "amount of insurance".			
Handling Information SPX/ /HANS VAN DER ZIJDEN/01062017/15.48/NL/RA/00225-00/0712							
					SCI X		
No. Of Pieces RCP	Gross Weight	kg	Rate Class	Chargeable Weight	Rate	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
1	55.0	K	Q	112.5	5.95	669.38	Consolidation as per attached list VOL 0.68 M3
1	55.0					669.38	1 SLAC
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges	
		669.38					
		Valuation Charge					
		Tax					
		Total Other Charges Due Agent					
		Total Other Charges Due Carrier					
Total Prepaid		Total Collect					
669.38							
Currency Conversion Rates		CG Charges in Dest. Currency					
For Carrier's use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges			

Res: citation 800b Effective 1 Jul 10) compliant Laser Air Waybill - CargoWise - www.cargowise.com

Original 3 - (for Shipper)

001AMS04090855



HAWB No: TAMS3207682

Shipper's Name and Address SAINT-GOBAIN ABRASIVES NL B.V. KIEFTEWEG 1, TERMINAL D EIBERGEN 7151 HW NL		Shipper's Account Number SAIGOBEIB		House Air Waybill Not Negotiable Issued By Toll Global Forwarding (Netherlands) BV Leisteen 1 Hoofddorp 2132 ME The Netherlands TOLL Tel +31 (20) 654 3100 Fax +31 (20) 654 3111 www.tollglobalforwarding.com			
Consignee's Name and Address SAINT-GOBAIN PERU SA URB. LA CAMPINA AV. LOS FAISANES NRC. 157 CHORRILLOS PE		Consignee's Account Number SAIGOBLIM		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity. It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.			
Issuing Carrier's Agent Name and City TOLL GLOBAL FORWARDING(NETHERLANDS) B.V. HOOFDDORP		Accounting Information NO. C.O.C.: 3423 1192 0000					
Agent's IATA Code 57-4 7136/0015		Account No.					
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing AMSTERDAM		Reference Number C01822461		Optional Shipping Information TERMS: EXW			
To LIM	By First Carrier AA	Routing and Destination AA	to LIMA	by AA001/01	Requested Flight/Date /		
Currency EUR		CHGS code CC	W/T/V/L PPD X	Other COLL X	Declared Value for Carriage NVD		
Amount of insurance XXX		INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "amount of insurance".					
Handling Information SPX/HANS VAN DER ZIJDEN/01062017/15.33/NL/RA/00225-00/0712							
					SCI X		
No. Of Pieces RCP	Gross Weight	kg	Rate Class	Chargeable Weight	Rate	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
1	55.0	K	Q	112.5		As Agreed	ABRASIVES VOL 0.673 M3
1	55.0						1 SLAC
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges	
				As Agreed		FEA GENERAL AS AGREED PUA PICK-UP AS AGREED MAA MISCELLANEOUS - DUE AGENT AS AGREED	
Valuation Charge		Tax		Total Other Charges Due Agent		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.	
				As Agreed		TOLL GLOBAL FORWARDING AS AGENTS TOLL GLOBAL FORWARDING(NETHERLANDS)	
Total Prepaid		Total Collect		Signature of Shipper or his Agent			
				As Agreed		TOLL GLOBAL FORWARDING ON BEHALF OF: AMERICAN AIRLINES IN HOOFDDORP HANS VAN DER ZIJDEN	
Currency Conversion Rates		CC Charges in Dest. Currency		Executed on (date)		at (place)	
				01-Jun-17		HOOFDDORP	
For Carrier's use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges		Signature of Issuing Carrier or its Agent	
						001-04090855	

Laser House Air Waybill - CargoWise - www.cargowise.com

Original 1 - (for Issuing Carrier)



SIF Code: 33000079

BILLING DATE
INVOICE NO
CUSTOMER NO
YOUR ORDER REF
CURRENCY

Page 2 of 2
: 29.05.2017
: 9210264580
: C8503
: SAINT-GOBAIN PERU S A
: 0009-2017
: EUR

/ INVOICE /

LINE	PART NUMBER AND PRODUCT DESCRIPTION	QUANTITY	UNIT PRICE	TOTAL
			NET SALES:	829.20
			VAT(0.00 %):	0.00
			INVOICE TOTAL:	829.20

PAYMENT TERMS: Intra Group Payments
PAYMENT METHOD: Cash Compensation In
INCOTERMS: EXW Ex Works / DC BORN
TOTAL GROSS WEIGHT: 55.00 KG / NET WEIGHT: 40.00 KG
NO OF HANDLING UNITS: 1
CARRIER: HBOR

THE EXPORTER OF THE PRODUCTS COVERED BY THIS DOCUMENT (CUSTOMS AUTHORIZATION No. NL/478/02/947)
DECLARES THAT, EXCEPT WHERE OTHERWISE CLEARLY INDICATED, THESE PRODUCTS ARE OF E.U.
PREFERENTIAL ORIGIN.

Commodity No	Currency	Net sales
10200000	EUR	829.20

SAINT-GOBAIN ABRASIVES B.V.
Postbus 50 / Helium Noordweg 11-7
6120 AB / 6121 RE BORN
Tel. 046 - 4818000 Fax 046 - 4818050
BTW Nr. NL 008545844B01
GER RUTJENS

Saint-Gobain Abrasives B.V.
Postbus 10 - 7150 AA Eibergen - The Netherlands
Groenloseweg 28 - 7151 HW Eibergen - The Netherlands
Tel. nr. +31 (0)545 466 466 - Fax nr. +31 (0)545 476 376
Trade register nr. 38021207 - VAT nr. NL008545844B01
Sales nl@saint-gobain.com



DEUTSCHE BANK NEDERLAND N.V.
IBAN CODE: NL54DEUT0319847993
SWIFT/SORT CODE: DEUTNL2N
ACCOUNT NO: 0319847993

Customer Service Call: Tom Meijer
31 545 471766

SHIP TO:
SAINT-GOBAIN PERU S A
URB. LA CAMPIÑA
AV. LOS FAISANES NRO. 157
CHORRILLOS
PERU

SHIP FROM:
SGA NETHERLANDS B.V.
SAINT-GOBAIN ABRASIVES B.V. (N
HOLTUM NOORDWEG 11-7
6121 RE BORN

FREIGHT TERMS: Export - SGA
NET WEIGHT: 40,00 KG
GROSS WEIGHT: 55,00 KG
HANDLING UNITS: 1
VOLUME: 0,67 M3

SHIPMENT NO: 373621
DATE: 29.05.2017
INCOTERMS: EXW Ex Works
DC BORN
TRANSPORT MODE:
CARRIER: HBOR

/ PACKING LIST WITH WEIGHT /

LINE	PART NUMBER AND PRODUCT DESCRIPTION	SHIPPED
HANDLING UNIT : PALLET 1 SGA PALLET 115x75 GROSS WEIGHT: 55,00 KG; NET WEIGHT: 40,00 KG; VOLUME: 0,67 M3 DIMENSIONS (CM): LENGTH: 115, WIDTH: 75, HEIGHT: 78		
0010	66254482016 DUAL CARTRIDGE RESPIRATOR MASK NOR MODEL 2016 112X134 A2P2 Net Weight: 80,00 G NO. OF BOXES: 8 BOXES 0 PCS Delivery No & Ship Date: 90397613, 29.05.2017 Sales Order No: 7868305 / 0010, Order Date: 17.02.2017 Your Order Ref: 0009-2017	96 PC Completed

SOLD TO:
SAINT-GOBAIN PERU S A
URB. LA CAMPIÑA
AV. LOS FAISANES NRO. 157
CHORRILLOS
PERU

Our general terms and conditions of sale apply to all items and agreements on this document. A printed copy will be sent to you upon request. Goods delivered remain the property of Saint-Gobain Abrasives B.V. until fully paid for.



DEUTSCHE BANK NEDERLAND N.V.
IBAN CODE: NL54DEUT0319847993
SWIFT/SORT CODE: DEUTNL2N
ACCOUNT NO: 0319847993

Customer Service Call: Tom Meijer
31 545 471766

SHIP TO:
SAINT-GOBAIN PERU S A
URB. LA CAMPIÑA
AV. LOS FAISANES NRO. 157
CHORRILLOS
PERU

SHIP FROM:
SGA NETHERLANDS B.V.
SAINT-GOBAIN ABRASIVES B.V. (N
HOLTUM NOORDWEG 11-7
6121 RE BORN

FREIGHT TERMS: Export - SGA
NET WEIGHT: 40,00 KG
GROSS WEIGHT: 55,00 KG
HANDLING UNITS: 1
VOLUME: 0,67 M3

SHIPMENT NO: 373621
DATE: 29.05.2017
INCOTERMS: EXW Ex Works
DC BORN
TRANSPORT MODE:
CARRIER: HBOR

/ PACKING LIST WITH WEIGHT /

LINE	PART NUMBER AND PRODUCT DESCRIPTION	SHIPPED
HANDLING UNIT : PALLET 1 SGA PALLET 115x75 GROSS WEIGHT: 55,00 KG; NET WEIGHT: 40,00 KG; VOLUME: 0,67 M3 DIMENSIONS (CM): LENGTH: 115, WIDTH: 75, HEIGHT: 78		
0010	66254482016 DUAL CARTRIDGE RESPIRATOR MASK NOR MODEL 2016 112X134 A2P2 Net Weight: 80,00 G NO. OF BOXES: 8 BOXES 0 PCS Delivery No & Ship Date: 90397613, 29.05.2017 Sales Order No: 7868305 / 0010, Order Date: 17.02.2017 Your Order Ref: 0009-2017	96 PC Completed

SOLD TO:
SAINT-GOBAIN PERU S A
URB. LA CAMPIÑA
AV. LOS FAISANES NRO. 157
CHORRILLOS
PERU

Our general terms and conditions of sale apply to all items and agreements on this document. A printed copy will be sent to you upon request. Goods delivered remain the property of Saint-Gobain Abrasives B.V. until fully paid for.



Toll Global Forwarding (Netherlands) BV

Leisteen 1
Hoofddorp 2132 ME
The Netherlands

Tel +31 (20) 654 3100
Fax +31 (20) 654 3111
www.tollglobalforwarding.com

VAT : NL814.640.059B01

CCN: 34231192

INVOICE TLNL00106033 Original

Page 1 of 1

TRISMARE PERU S.A.C.
ATTENTION: JAVIER MERCADO
AV. CANAVAL Y MOREYRA 290 OF. 62
SAN ISIDRO
PERU

INVOICE DATE	30-May-17
CUSTOMER ID	TRISACSDR
SHIPMENT	STAMS3207682
DUE DATE	30-May-17
TERMS	Payment In Advance

CONSOL NUMBER C01822461

SHIPMENT DETAILS **PRINTED BY: Hans van der Zijden**

SHIPPER SAINT-GOBAIN ABRASIVES NL B.V.	CONSIGNEE SAINT-GOBAIN PERU SA
--	--

ORDER NUMBERS / OWNER'S REFERENCE

GOODS DESCRIPTION
ABRASIVES

IMPORT CUSTOMS BROKER	WEIGHT 55.000 KG	VOLUME 672.000 M3	CHARGEABLE 112000.000 KG	PACKAGES 1 PLT
------------------------------	----------------------------	-----------------------------	------------------------------------	--------------------------

FLIGHT / DATE AA1 / 01-Jun	MAWB 00104090855	HAWB TAMS3207682
--------------------------------------	----------------------------	----------------------------

ORIGIN NLAMS - Amsterdam, Netherlands	ETD 01-Jun-17	DESTINATION PELIM - Lima, Peru	ETA 02-Jun-17
---	-------------------------	--	-------------------------

CHARGES

DESCRIPTION	VAT IN EUR	CHARGES IN EUR
International Freight	Zero Rated	268,80
Handling Charges- Origin	Zero Rated	85,00
Local Cartage - Origin	Zero Rated	39,20
Screening Fee	Zero Rated	5,60
Profit Share	Zero Rated	75,00

TOTAL CHARGES							
<small>The Dutch Forwarding Conditions (latest version, including the arbitration clause) as filed by FENEX with the district court registries in Amsterdam, Rotterdam, Breda and Arnhem, are applicable to all our activities. These conditions will be furnished upon request. With regard to transport: Toll Global Forwarding (Netherlands) B.V. always acts as freight forwarding agent, not as contractual carrier. If you have any queries or comments about this invoice/credit note, please contact our Credit Control Department (Tel. +31 20 654 3100 or credit.control.nl@tollgroup.com).</small>	<table border="1"> <tr> <td>SUBTOTAL</td> <td>473,60</td> </tr> <tr> <td>ADD VAT</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL EUR</td> <td>473,60</td> </tr> </table>	SUBTOTAL	473,60	ADD VAT	0,00	TOTAL EUR	473,60
SUBTOTAL	473,60						
ADD VAT	0,00						
TOTAL EUR	473,60						

CUSTOMER ID TRISACSDR **Invoiced** EUR 473,60 **BALANCE DUE** EUR 473,60
DUE DATE 30-May-17

Transfer Funds To:	Address:
Bank 266020755 SWIFT CITINL2X	TOLL GLOBAL FORWARDING (NETHERLANDS) BV
Account NL19CIT10266020755	LEISTEEN 1
CITIBANK	2132 ME HOOFDDORP
SCHIPHÖL BLVD 257, WTC TOWER D8, SCHIPHÖL	NETHERLANDS
(AMSTERDAM)	
Pay Ref TRISACSDR TLNL00106033	

Conclusiones

1. Trismare Perú SAC debe comenzar la búsqueda de nuevos agentes a nivel mundial con la finalidad de poder obtener mejores niveles en las tarifas netas para poder ofrecer una mejor tarifa al cliente final.
2. Trismare Perú SAC en la actualidad, no cuenta con un fondo exclusivo para transferencias de pagos de fletes a nuevos proveedores de diferentes orígenes.
3. Trismare Perú SAC, no cuenta con comerciales netos que se dediquen exclusivamente a la labor de ventas y contacto con nuevos clientes.
4. Todos los miembros de Trismare Perú SAC realizan multifunciones, siendo la más solicitada por las gerencias, el apoyo en el área comercial.

5. Trismare Perú SAC cuenta con respaldo de la casa matriz Trismare Italia que envía un bono mensual.
6. Trismare Perú SAC cuenta con crédito con la empresa taiwanesa Transworld Express CO. LTDE, la empresa española Liberty Cargo, la empresa americana Fracht y la empresa alemana GlobalTrans.
7. El nivel de ventas en los últimos 2 años no es el esperado, ya que lo esperado es 100 ventas mensuales.
8. El 50% de trabajadores de Trismare Perú SAC no cuentan con un equipo tecnológico como celulares, tablet o laptops (no personales) que puedan ser usados exclusivamente para fines laborales.
9. No se usa en su totalidad el sistema SINTAD con el cual cuenta Trismare Perú SAC.
10. Trismare Perú SAC cuenta con 31 años en el mercado nacional, lo cual representa un grado de confiabilidad con los clientes.

Recomendaciones

1. Trismare Perú SAC debe contratar por lo menos 2 comerciales. 1 Comercial con experiencia y cartera de clientes activas el cual pueda cubrir su sueldo, y comenzar a comisionar a partir de cubrir 3 veces su sueldo, este comercial ya debe tener experiencia en el movimiento de agencia de carga para que acoplarse rápidamente al funcionamiento de Trismare Perú SAC; y 1 practicante comercial que pueda tener un periodo de capacitación por lo menos de 2 semanas para que pueda familiarizarse con el funcionamiento de las diversas áreas de Trismare Perú SAC.
2. En el mejor de los casos, contratar a 1 comercial Senior para que pueda ser un aporte importante en relación a ventas y utilidad de Trismare Perú SAC, ya que al contar con su cartera de clientes y experiencia laboral, el equipo de ventas podría nutrirse de la información que él pueda compartir.

3. A partir de las contrataciones de un equipo comercial que se dedique netamente a captar clientes y hacer cierres de embarques tanto de importación como exportación, contratar el servicio de INFOESCOMAR, que es la herramienta donde aparecen todos los importadores y exportadores activos, asimismo también se puede observar a las competencia de agencias de carga y los clientes con los cuales trabajaban.
4. Capacitación por parte del equipo de SINTAD hacia los colaboradores de Trismare Perú SAC, ya que esta herramienta solo es usado para cumplir pocas funciones cuando en realidad tiene más, y también se paga por esas herramientas no usadas.
5. Analizar la posibilidad de obtener la certificación IATA para poder trabajar las cargas de exportaciones aéreas con mayor facilidad, ya que al no tener esta certificación, solo se puede trabajar con 3 aerolíneas (LATAM, Copa Airlines y Air Europa)
6. Analizar la posibilidad de obtener la certificación BASC ya que en la actualidad, hay empresas que para poder ingresar a ser sus proveedores piden esta certificación, como es el caso de Gloria S.A.
7. Financiar un préstamo bancario de 15000.00 dólares americanos para poder comenzar a usar a los agentes en origen los cuales han sido encontrados.

8. Pagar una cantidad determinada de dinero o porcentaje en base al profit de una operación a los colaboradores de Trismare Perú SAC por cada embarque de cada nuevo cliente que logren cerrar embarques.

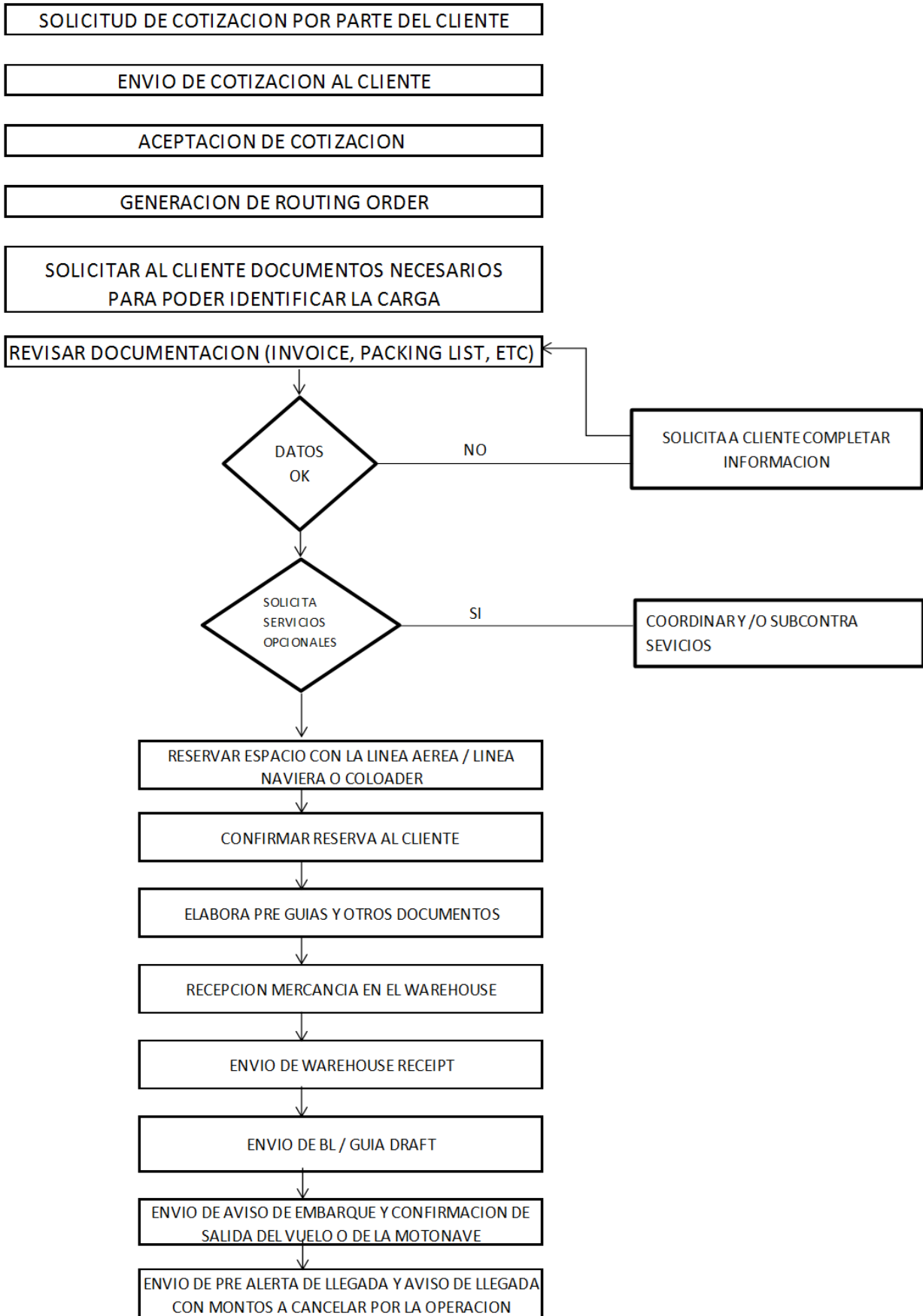
Referencias

- Blogística en historia de la logística <http://blogistica.es/logistica/historia/>
- Grupo MoldTrans en transporte internacional: historia de la Logística <https://www.moldtrans.com/transporte-internacional-historia-logistica/>
- Centros Académicos de ADEX (CEADEX) en Agencia de Carga Internacional. <https://es.scribd.com/doc/73741603/MONOGRAFIA-Agencia-de-Carga-Internacional>
- Joshua Bogle en Agencias de Carga [http://www.academia.edu/22266616/Agencias de carga](http://www.academia.edu/22266616/Agencias_de_carga)

- Veconinter, El papel del Agente de Carga Internacional en el Transporte Marítimo.
<https://www.veconinter.com/el-papel-del-agente-de-carga-internacional-en-el-transporte-maritimo/>
- Diario Del Exportador, ¿Qué son los agentes de carga?
<http://www.diariodelexportador.com/2015/07/que-son-los-agentes-de-carga.html>
- Donald J. Bowersox, (1950). “Emergiendo de la recesión: el rol de la administración logística”
- Drucker Peter (1960). “El continente negro de la economía”
- Glass, D & Cashmore, C (1989). “Introduction to the Law of Carriage of Goods”
- Coyle, J., Bardi, E. y Langley, J. (2002). “The management of business logistics, a supply perspective. Boston: Thomson”
- Ballou (2004). “Logística: administración de la cadena de suministro (5ª ed.)” y Chopra y Meindl (2008) “Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación.”
- Luis María García Bobadilla (2009). “+ Ventas segunda edición”;
- Monfort, I., & Nuñez, A. (2005). “La motivación y su influencia en las organizaciones laborales. (Spanish)”;

Anexos

Anexo 1:
Flujograma de operaciones



Anexo 2:

Cuadros de estatus

REPORTE DE STATUS

PROVEEDOR	CONSIGNATARIO	REFERENCIA	POL	MOTONAVE	ETD	ETA	CONTENEDOR			ESTATUS	AGENTE
							ZUST	40ST	40HC		
Saint-Gobain Abrasives B.V.	SAINT - GOBAIN PERU S.A. EXW // HOLLANDA // AEREO // 01 PALLET // SNT // C2		AMSTERDAM	AEREO	03/06/2017	04/06/2017	AEREO - 112 KG			OPERACIÓN TERMINADA	TOLL
										25/05/17 FERIADO EN AMSTERDAM	
										29/05/17 la carga va a ser recogida el día de mañana 30/05/17	
										30/05/17 la carga fue recogida según lo programado	
										16/06/17 Nos dieron instrucciones hoy y procedimos a enviarse a origen	
										19/06/17 El agente esta a la espera de la confirmación de parte del shipper	
										20/06/17 El agente indica que pasara a recoger la carga	
										21/06/17 El agente envió la guía para revisión	
										26/06/17 la carga estima llegar hoy a Lima	
Saint-Gobain Abrasives B.V.	SAINT - GOBAIN PERU S.A. EXW // HOLLANDA // AIRWAY // 01 PALLET // SAINT		AMSTERDAM	AEREO	23/06/2017	26/06/2017	AEREO - PT: 100 KG			OPERACIÓN TERMINADA	TOLL
										05/06/17 Nos asignaron la carga, pasamos instrucciones a origen	
										13/07/17 Tenemos fecha de salida	
Saint-Gobain PAM China Maanshan Site - Kelly-Hu	SAINT - GOBAIN PERU S.A.	170705245; QINGDAO-CALLAO; \$SAINT GOBAIN PAM CHINA MAANSHAN SITE	QINGDAO	MSC RUBY ZLJAE	21/07/2017	09/09/2017	1 0			OPERACIÓN TERMINADA	PARTNER
										05/06/17 Nos asignaron la carga, pasamos instrucciones a origen	
										13/07/17 Tenemos fecha de salida	
Saint-Gobain PAM China Maanshan Site - Cai Limyao	SAINT - GOBAIN PERU S.A.	170705245; QINGDAO-CALLAO; \$SAINT GOBAIN PAM CHINA MAANSHAN SITE	QINGDAO	MSC RUBY ZLJAE	21/07/2017	09/09/2017	1 1			OPERACIÓN TERMINADA	PARTNER
										07/06/17 pasamos instrucciones el día de hoy	
										13/07/17 la carga estima estar lista después del 13/07 acorde al proveedor. Nuestro agente ya recibió el SO por parte del proveedor, se está solicitando espacio para la salida del 13/07, pendiente confirmar.	
Cindy Liu	SAINT - GOBAIN PERU S.A. 170705245; DALIAN - CALLAO; \$ /; C/ SAINT - GOBAIN PERU SA		DALIAN	SANTA CATARINA ZLJAE	23/07/2017	PC	0 1			OPERACIÓN TERMINADA	PARTNER
Saint-Gobain Abrasivos - América do Sul	SAINT - GOBAIN PERU S.A. ** CARGA CERRADA *** CLIENTE CIERRA HOY EN 1 HORA // EXW // BRASIL // AEREO		VIRACOPOS	AEREO	PC	PC	AEREO - 111 KG			OPERACIÓN TERMINADA	CRAFT
										31/07/17 Nos asignaron la carga hoy, enviamos instrucciones al agente	

Anexo 3:

Formato de cotización marítimo y aéreo

CLIENTE:	GYM
CONTACTO:	GIULIANA LOAIZA
CARGA	GENERAL
EQUIPO	01 X 20ST

TARIFA FLETE MARITIMO MANZANILLO (MX) - CALLAO		
INCOTERMS EXW		
INLAND	USD	630.00
FOB	USD	180.00
CUSTOMS	USD	480.00
FLETE	USD	580.00
BL	USD	30.00
TOTAL	USD	1900.00
HANDLING X EMBARQUE	USD	65.00 + IGV
THC X CONTENEDOR	USD	85.00 + IGV

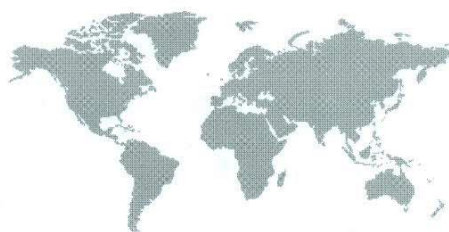
CLIENTE:	TEXTILES CAMONES
CONTACTO:	KIARA ALEXANDRA LENGUA
CARGA	GENERAL
BULTOS	10 CARTONES
PESO	106.4

TARIFA FLETE AEREO HONG KONG - LIMA		
INCOTERMS EXW		
AMERICAN AIRLINES / TRANSIT TIME 6 - 9 DIAS		
INLAND	USD	97.00
FOB	USD	160.00
FLETE (5.10 X 106.40)	USD	542.64
HAWB	USD	30.00
TOTAL	USD	829.64
HANDLING	USD	85.00+IGV

Carta de colaboración institucional



TRISMARE PERÚ S.A.C.
TRANSPORTES INTERNACIONALES



CARTA DE COLABORACION INSTITUCIONAL

Sres.
TRISMARE PERU S.A.C

Atención:
Sra. Ángela del Carpio F.
(Gerente general)

Yo, Javier Miguel Mercado Ticse, identificado con el DNI 46462433 mediante la presente me dirijo a usted a fin de solicitarle el acceso a la información de la empresa disponible y relacionada a mi función como comercial con el fin de poder realizar la investigación acerca de "Como incrementar las ventas en la agencia de carga TRISMARE PERU S.A.C., usando información real y fidedigna que se encuentre en la empresa en beneficio de ambas partes.

Por lo expuesto solicito procedan a darme el acceso solicitado

Sin otro particular me despido de Ud.

Atentamente:

JAVIER MERCADO TICSE

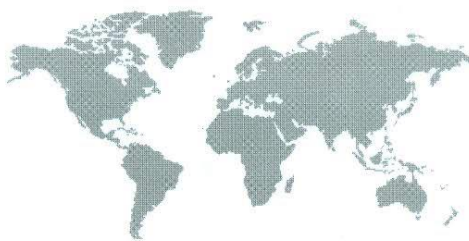
Av. E. Canaval Moreyra 290 - Of. 62
San Isidro - Lima 27 - Perú
Telf.: (51 1) 4415109
trismare@trismareperu.com
www.trismareperu.com

CASAMATIZ
TRISMARE S.R.L. - ITALIA





TRISMARE PERÚ S.A.C.
TRANSPORTES INTERNACIONALES



CARTA DE COLABORACION INSTITUCIONAL

SR.JAVIER MERCADO TICSE

Estimado Señor:

En respuesta a su solicitud, me complace infórmale que cuenta con la aprobación de poder usar toda la información necesaria y pertinente para poder que pueda llevar a cabo su investigación de "Como incrementar las ventas en la agencia de carga TRISMARE PERU S.A.C ". con fines educativos

Confiamos que esta información no sea utilizada para otros fines y esperamos pueda ser de utilidad para su proyecto de investigación.

Saludos cordiales.

TRISMARE PERU S.A.C.

ANGELA DEL CARPIO F.
Gerente General

Av. E. Canaval Moreyra 290 - Of. 62
San Isidro - Lima 27 - Perú
Telf.: (51 1) 4415109
trismare@trismareperu.com
www.trismareperu.com

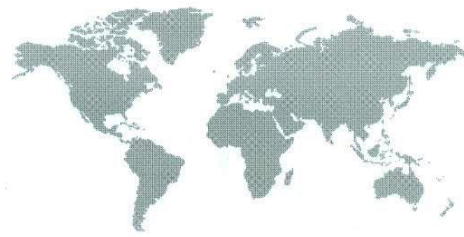
CAOA MEMBER
TRISMARE S.R.L. - ITALIA



Carta de reconocimiento institucional



TRISMARE PERÚ S.A.C.
TRANSPORTES INTERNACIONALES



CARTA DE RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL

SR.JAVIER MERCADO TICSE

Estimado Señor

Por medio de la presente, me complace reconocer el aporte realizado en su proyecto de suficiencia profesional "Como incrementar las ventas en la agencia de carga internacional Trismare Perú S.A.C.", agencia la cual dirijo, ha sido probado con éxito correspondiente a la primera alternativa de solución, cabe mencionar que las otras 2 alternativas de solución se encuentran siendo evaluadas para su posterior ejecución en un futuro próximo.

Sin más por el momento, les agradecemos el beneficio que nos ha prestado y esperamos contar con su apoyo durante los próximos años.

Saludos cordiales.

TRISMARE PERU S.A.C


ANGELA DEL CARPIO F.
Gerente General

Av. E. Canaval Moreyra 290 - Of. 62
San Isidro - Lima 27 - Perú
Telf.: (51 1) 4415109
trismare@trismareperu.com
www.trismareperu.com

CASA MADRE
TRISMARE S.R.L. - ITALIA



Evidencia del trabajo de campo

The screenshot shows the Microsoft Outlook interface. The window title is "Bandeja de entrada - trismare@trismareperu.com - Javier - Microsoft Outlook". The ribbon includes "Archivo", "Inicio", "Enviar y recibir", "Carpeta", "Vista", and "Nitro Pro 10". The "Inicio" ribbon is active, showing options like "Nuevo mensaje de correo electrónico", "Nuevos elementos", "Nueva reunión", "Ignorar", "Limpiar", "Correo no deseado", "Eliminar", "Responder", "Responder a todos", "Reenviar", "Más", "Reunión", "Mover a:", "Al jefe", "Correo electróni...", "Pasos rápidos", "Mover", "Reglas", "OneNote", "Seguimiento", "Etiquetas", "Buscar un contacto", "Libreta de direcciones", "Filtrar correo electrónico", "Enviar y recibir todas las carpetas", and "Enviar o recibir".

The left sidebar shows the "Bandeja de entrada (1451)" folder selected. The main pane displays a list of emails for "Hoy":

- Trismare-Yuri, 2:41 p.m., RE: Facturas por Costos Operativos.
- Trismare-Yuri, 2:39 p.m., RE: Envío de menaje de casa // Callao - Valparaíso // 01x20"
- Trismare-Yuri, 2:38 p.m., RE: Retencion de inventario para transportar, packing list, Stefano Giaino
- Mim@stin-ade.pe, 2:16 p.m., FACTURA ELECTRÓNICA-FH01-00012722-K L M CIA REAL HOLANDESA DE AVIACL...
- Gracia Sahiatti | Prime Log Solutions, 12:56 p.m., RE: FOB NEW YORK Y PORT EVERGLADES - 40ST/H/C
- Gina Ramirez, 12:55 p.m., R0799**NHAVA SHEVA 01X20//CNEE:DRESDEN LAB S.A.C./SHIPPER: Divis Laborator...
- Rumbo Minero TV, Sábados 10:00 am por Canal N, 12:52 p.m., Presidente de la CCL y su análisis de la economía Peruana en el 2018 / Especial Adju...

The selected email is from "RE: AGENTE PARA CONSIGNAR CARGA" by Marisol Naranjo <mranranjo@amsecuador.com.ec> sent on Monday, 26/02/2018 11:40 a.m. The recipients are "Trismare-Alfredo", "Javier Mercado", and "Edison Reyes", "Isabel Alzamora", "Rosa Coello".

The email body contains the following text:

Alfredo,

En este caso haremos una excepción, porque nos interesa comenzar relaciones con ustedes, cuenta con todo nuestro apoyo.

Marisol Naranjo Benites

AMS DEL ECUADOR
Transportes Aéreos, Marítimos y de Servicios
Of. Sucre 222 y Pedro Carbo Esquina Piso No. 5 Of. 54

The screenshot shows a software interface titled "CARGA [0219 - TRISMARE PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - 20101960944][192.168.1.2-1] v.1802.1". The interface includes a menu bar with "Movimientos", "Reportes", and "Control". A toolbar contains various icons for file operations and navigation. The user name "JAVIER" is displayed in the top right corner.

The main area of the interface is mostly blank, with a large logo for "SCE" (SOFTWARE DE COMERCIO EXTERIOR) centered on the screen. Below the logo, the word "CARGA" is displayed in large, stylized letters within brackets.