

HABLEMOS DE  
LA AGENDA  
2030

# inbound logistics<sup>®</sup> LATAM

REVISTA LÍDER EN SOLUCIONES DE LOGÍSTICA  
NÚMERO 162, VOL. 16

## REPORTE ESTADÍSTICO DEL SISTEMA DE TRANSPORTE INTERMODAL EN MÉXICO 2022

- » EXPO TRANSPORTE ANPACT 2022 IMPULSARÁ REACTIVACIÓN ECONÓMICA
- » FELICIDAD EN MODO MULTIMODAL & INTERMODAL ¿QUÉ PUEDE SALIR MAL?
- » RETAIL EN AMÉRICA LATINA Y TENDENCIAS DEL SECTOR



## Vision. Experience. Growth

Growth requires vision and **FIBRA Macquarie** enables customers and investors by harnessing opportunities.

**FIBRA Macquarie** offers flexible solutions and integrated services for industrial and retail real estate strategically located throughout Mexico. Beyond space, we see an opportunity for growth.

**Contact:**

Industrial Leasing opportunities

01 800 700 8900

[industrial.leasing@fibramacquarie.com](mailto:industrial.leasing@fibramacquarie.com)[fibramacquarie.com](http://fibramacquarie.com)

Retail Leasing opportunities

+52 55 9178 7700

[retail.leasing@fibramacquarie.com](mailto:retail.leasing@fibramacquarie.com)

Before acting in respect to any information, we recommend considering the feasibility of the same in relation to your particular objectives, financial circumstances and necessities, it is also recommended to seek independent advice. The information provided does not constitute an advice, announcement, invitation, offer or solicitation to sell or purchase any financial product or value o to participate on investment activities, or an offer of financial or banking products. Some of the products and/or services hereby mentioned might not be adequate for you and might not be available in every jurisdiction.

None of the entities included herein is an authorized deposit-taking institution for the purposes of the Banking Act 1959 (Commonwealth of Australia). The obligations of such entities do not represent deposits or other liabilities of Macquarie Bank Limited ABN 46 008 583 542 ("MBL"). MBL does not guarantee or otherwise provide assurance in respect of the obligations of such entities.

# VESTA

*Elevating Standards*



*Parques industriales sustentables de clase mundial para acompañar en ubicaciones estratégicas a la manufactura ligera, logística y e-commerce en su crecimiento.*

**T.+52 (55) 5950 0070**

- 6** **CULTURESPREAD**  
Hablemos de la agenda 2030
- 10** **LOGISTICALHAPPINESS**  
Felicidad en modo Multimodal & Intermodal  
¿Qué puede salir mal?
- 14** **EXPERTCOMMENT**  
Ante la inflación, las empresas también  
deben saber en qué y cómo gastar
- 16** **EXPERTCOMMENT**  
Estrategia “Cero Covid” en China detiene  
(también) a las cadenas de suministro y el  
crecimiento en Latam
- 18** **Canal de Panamá busca  
implementar peaje por  
contenedores vacíos**
- 20** **Retail en América Latina y  
tendencias del sector**
- 24** **DHL aumenta productividad  
mediante programa piloto de  
clasificación robótica en  
Atlanta**
- 28** **Estadística Intermodal:  
Reporte estadístico del  
sistema de Transporte  
Intermodal en México 1Q 2022**



- 34** **El incremento en la inflación y  
el transporte marítimo**
- 36** **Chocolates, el regalo más  
solicitado para el día de las  
madres en México**
- 38** **Proof of Delivery: ¿por qué  
es importante tener pruebas de  
entregas electrónicas?**
- 40** **FORUM**
- 44** **Expo Transporte ANPACT 2022  
busca impulsar la reactivación  
de la industria nacional e  
internacional**
- 46** **BUSINESSCONTEXT**
- 48** **NEXTISSUE**

# CONGRESO NACIONAL EN SEGURIDAD VIAL



**LA SEGURIDAD VIAL DESDE UN  
ENFOQUE DE SISTEMAS SEGUROS**

**22 AL 24 DE AGOSTO 2022**

HOTEL HACIENDA GALINDO • INSTITUTO MEXICANO DEL TRANSPORTE, QUERÉTARO

No te quedes fuera del evento que **transformará**  
**la seguridad vial** de México.

**Armadoras, proveedores y empresas socias  
harán demostraciones dinámicas en el IMT**

Regístrate en:

**[antp.org.mx/congreso](https://antp.org.mx/congreso)**

# [ EDITORIAL ]

**inbound**  
**logistics**<sup>®</sup>  
**LATAM**

## TENDENCIA HACIA EL TRANSPORTE INTERMODAL ... ¿POR QUÉ?

Aquellos que participan en el mercado intermodal de hoy deben estar preparados para manejar una variedad de desafíos. La escasez de capacidad de almacenamiento y la disponibilidad limitada de chasis se encuentran entre los problemas que complican el mercado intermodal en momentos durante la pandemia.

Con eso en mente, quienes se dedican a la intermodalidad deben ser "un buen socio en la cadena de suministro". No hay que aferrarse a los chasis, contenedores y remolques más tiempo del que se necesiten porque, en última instancia, afecta a todos en la cadena de suministro, no solo a su cadena de suministro y su capacidad para obtener equipos, sino también, a los equipos de todos en el sistema. "Cuanto más te aferras, más perpetuas y alargas la interrupción que estamos viendo".

El mercado intermodal es altamente competitivo y los transportistas deben considerar trabajar con transportistas y corredores para guiarlos a través de la gama de opciones disponibles. Un proveedor intermodal puede ayudarlos a cambiar de modo sin problemas, sortear interrupciones y planificar para el futuro.

Elija su proveedor intermodal de la misma manera que elige cualquier proveedor de logística; tener un socio de confianza es importante.

Es posible que los clientes de un transportista o los usuarios internos no soliciten un servicio/tarifas intermodales, pero en muchos casos no conocen sus opciones, simplemente quieren una solución orientada al servicio para llevar el producto del punto A al B. Depende de los expertos en logística llevar esto a la vanguardia y considerar diferentes modos de transporte.

En esta edición de Inbound logistics, descubre los desafíos y tendencias del transporte intermodal que tiene un impacto directo en tiempo y en el cambio climático.

**Guillermo Almazo**  
Publisher

Editado bimestralmente por: Negocios Editoriales Especializados SA de CV, Número 162 Año 16. Revista de los meses de junio-julio 2022. Editor responsable: Guillermo Almazo Garza. Reserva de derechos al uso exclusivo N° 04-2016-012013143700-102 expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Número de certificado de licitud de título y contenido 15815. Expediente: CCPRI/3/TC/13/19752. Domicilio de la publicación: Luis Donaldo Colosio s/n Loc 3 Parque Industrial Reynosa, Sección Norte, CP 88788, Reynosa Tamaulipas. Imprenta: Grupo Gamma. Pascual Orozco #53; Col. Barrio San Miguel; Iztacalco C.P. 08650 CDMX. Distribuidor Sepomex. Tiraje certificado 15,000.00 ejemplares. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido sin previa autorización por escrito de los editores, el contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión de los editores.

"Certificado de circulación, cobertura y perfil del lector folio 00264-RHY emitido por RHY y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB."



Núm. 162, Vol.16

[www.il-latam.com](http://www.il-latam.com)

Publisher **Guillermo Almazo**  
publisher@il-latam.com

Editor **Mónica Herrera**  
editor@il-latam.com

Director de Ventas **Carlos Caicedo**  
manager@il-latam.com

Miami Office **Gordon Harper**  
south@inboundlogistics.com

Director de Diseño **Vincent Velasco**  
production@il-latam.com

Director Ejecutivo **Víctor Almazo**

Contabilidad **Erika Luna**

Fotógrafos **Federico de Jesus**

Traducción **Lorena Peralta**

**inbound**  
**logistics**  
a THOMAS company

Publisher **Keith Biondo**

Editor **Felecia J. Stratton**

Creative Director **Sean Doyle**

Publication Manager **Sonia Casiano**

### OFICINAS

México: +52 555514 7914

Frontera; Reynosa: +52 (899) 922-8561

Síganos en Facebook  
Twitter y LinkedIn



La Exposición de Logística, Comercio Exterior y Carga de México

# Contamos contigo

Para intercambiar las mejores prácticas, experiencias e innovaciones logísticas de la mejor forma: cara a cara.



## DESCUBRE:

- Más de 350 proveedores de productos, servicios y tecnología de logística, comercio exterior y carga
- Capacítate en nuestras más de 45 conferencias gratuitas Logistics Talks
- Networking con tus colegas de la industria
- ¡NUEVO! Pabellón de Comercio Exterior y Carga – un espacio creado en conjunto con ANIERM integrado por: proveduría, conferencias y mesas de asesoramiento

Regístrate en la web y asiste sin costo

[expo.thelogisticsworld.com](http://expo.thelogisticsworld.com) • [evento@tlwexpo.com](mailto:evento@tlwexpo.com)

 (+52) 55 8920 2537  (+52) 55 2723 2470

¿Te interesa participar con un stand?

### Contacto

Alejandro Cantarelli • Director Comercial  
Celular (+52) 55 3731 4040 • [acantarelli@b2blatam.com](mailto:acantarelli@b2blatam.com)



## CULTURESPREAD

Por Isela Carmona\*

### Hablemos de la agenda 2030

La Agenda 2030 es el resultado del proceso de consultas más amplio y participativo de la historia de las Naciones Unidas y representa el consenso emergente multilateral entre gobiernos y actores diversos.

**E**n 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobó la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, que establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas que la suscribieron y es la guía de referencia para el trabajo de la comunidad internacional hasta el año 2030.

La Agenda 2030 es el resultado del proceso de consultas más amplio y participativo de la historia de las Naciones Unidas y representa el consenso emergente multilateral entre gobiernos y actores diversos, como la sociedad civil, el sector privado y la academia. Asimismo, las bases normativas de esta agenda multilateral parten desde la carta de las Naciones Unidas de 1945 hasta las más de 40 referencias de conferencias y convenciones de la ONU aprobadas a la fecha.

La Agenda 2030 representa entonces un consenso multilateral entre gobiernos y actores diversos, capaz de tornar compatibles las políticas a favor de 17 objetivos generales que resumen los compromisos que reconocen a las personas, la paz, la prosperidad, al planeta y las alianzas como los principales rectores compartidos y universales, **en los que se debe basar una nueva batería de estrategias y políticas globales, regionales y nacionales, cuyo objetivo prioritario es caminar conjuntamente hacia una sociedad más igualitaria.**

La idea central de esta agenda es aplicar principios sustentados en teorías económicas variadas, pero sobre todo en el fallo de esas teorías, que en el fondo son lo que dejan un sentimiento de fracaso y preocupación de un futuro sostenible, estable, de crecimiento y expansión permanente para futuras generaciones. Específica-

# **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Producido en colaboración con TROLLBACK = COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010

mente, el objetivo no. 9 busca acelerar la alineación hacia una industrialización inclusiva y sostenible, junto con la innovación e infraestructura que pueden dar rienda suelta a las fuerzas económicas, dinámicas y competitivas que generan el empleo y los ingresos. Estas desempeñan un papel clave a la hora de introducir y promover nuevas tecnologías, facilitar el comercio internacional y permitir el uso eficiente de los recursos, lo cual, en concordancia con la denominada “Cuarta Revolución Industrial”.

Sin embargo, todavía queda un largo camino que recorrer para que el mundo pueda aprovechar al máximo el potencial de este objetivo y sus efectos multiplicadores de desarrollo sostenible:

- La infraestructura básica, como las carreteras, las tecnologías de la información y la comunicación, el saneamiento, la energía eléctrica y el agua, sigue siendo escasa en muchos países en desarrollo
- El 16% de la población mundial no tiene acceso a redes de banda ancha móvil.
- Para muchos países africanos, sobre todo en los países con menores ingresos, las limitaciones en materia de infraestructura afectan la productividad de las empresas en alrededor del 40 por ciento.
- La proporción mundial del valor agregado manufacturero en el PIB aumentó 15,2% hasta 2005, impulsado por el rápido crecimiento de la industrialización en Asia. Manteniendo una tendencia a la baja desde 2011.
- El efecto de multiplicación del trabajo de la industrialización tiene un impacto positivo en la sociedad. Cada trabajo en la industria crea 2,2 empleos en otros sectores.





## *la Agenda 2030 presenta una oportunidad histórica para los países de América Latina y el Caribe, ya que incluye temas altamente prioritarios para la región.*

- Las pequeñas y medianas empresas que se dedican al procesamiento industrial y la producción manufactura son las más críticas en las primeras etapas de la industrialización y, por lo general, son los mayores creadores de empleos. Constituyen más del 90% de las empresas de todo el mundo y representan entre el 50 y el 60% del empleo.
- Los países menos adelantados tienen un inmenso potencial de industrialización en alimentos y bebidas (agroindustria) y textiles y prendas de vestir, con buenas perspectivas de generación de empleo sostenido y mayor productividad.
- Los países de ingresos medianos pueden beneficiarse al ingresar a

las industrias de metales básicos y de fabricación, que ofrecen una gama de productos que enfrentan una demanda internacional en rápido crecimiento.

- En los países en desarrollo, apenas el 30% de la producción agrícola se somete a procesos industriales. En los países de altos ingresos, el 98% se procesa. Esto sugiere que hay grandes oportunidades para los países en desarrollo en materia de agnegocios.

A partir de esta “agenda” es que el mundo actual está alineado y/o haciendo esfuerzos, desarrollando agendas y orientando resultados en términos políticos y de algunos organismos referidos a la sociedad civil y cúpulas empresariales, al menos en

teoría, como por ejemplo el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), organismos internacionales como la OCDE, FMI, bancos centrales y organismos de financiamiento internacional, incluyendo bancos comerciales y fondos de inversión. No es casualidad el cambio que se gesta en el orbe, no sólo en corrientes o modelos políticos, sino en comercio y en clima social.

Regionalmente, de acuerdo a la CEPAL la Agenda 2030 presenta una oportunidad histórica para los países de América Latina y el Caribe, ya que incluye temas altamente prioritarios para la región, como **la erradicación de la pobreza extrema, la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, un crecimiento económico inclusivo con trabajo decente para todos, ciudades sostenibles y cambio climático**. La Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Alicia Bárcena, quien participó precisamente en 2015 de forma paralela en la reunión anual del Foro Económico Mundial (WEF

en inglés) en Davos, Suiza, que reúne a 2.500 líderes mundiales y cuyo tema de ese año fue precisamente la “Cuarta Revolución Industrial”, indicó que **se necesita un nuevo estilo de desarrollo sostenible que permita retomar la senda de crecimiento económico** fomentando nuevas coaliciones entre los sectores público y privado y la ciudadanía, para potenciar la innovación y la inclusión social. Se pueden conjugar inversiones en las infraestructuras energética y digital, fomentando la innovación tecnológica y ambiental para mejorar los índices de productividad y el acceso. En ese momento ya existía una evidente preocupación por la desaceleración no sólo en el PIB manufacturero, sino en la formación bruta de capital fijo y déficits fiscales en crecimiento, componentes impactantes de la economía micro y macro: **“La caída de la inversión preocupa no solo porque exacerba los efectos del ciclo económico sino también porque limita las posibilidades de crecimiento futuro y la capacidad de nuestros países de avanzar en la diversificación productiva y en los necesarios aumentos de productividad”**, indicó.

Las agendas políticas actuales en los cambios de estafetas de ideologías en Latinoamérica están totalmente alineados no sólo a la Agenda 2030 de la ONU, más específicamente a los criterios macroeconómicos de expansión vía inversión en infraestructura detonante de crecimiento exponencial y que justamente como boumerang atina a dar en el blanco de absolutamente todos los 17 objetivos de la Agenda 2030, no es casual, de que otra forma un modelo como el neoliberal en franca agonía en el mundo, incluido China, podría sobrevivir sino es renovándose, recordemos como he mencionado antes, muchos países de la región tienen el enorme activo de contar con gran proporción de población joven con potencial in-



novador, materias primas, territorio y climas privilegiados por lo que es fundamental invertir hoy, con mirada de largo plazo, usando a nuestro favor las agendas impuestas por las autoridades arriba, y con ello invertir en el mejoramiento de los sistemas educativos y de formación técnica, en términos de habilidades y destrezas para ser parte activa de la revolución digital y tecnológica, así como de la economía basada en conocimiento. Para ello, los gobiernos deben establecer alianzas innovadoras con el sector privado, centros académicos y la sociedad civil pero sobre todo usar al Sistema Financiero a nuestro favor como fuente de financiamiento detonante de riqueza y no de deuda.

Vale la pena recordar, sino es que la Agenda 2030 ya los retoma, los principios del magno economista Adam Smith, y su obra atemporal “La Riqueza de las Naciones”:

*Lo producido del suelo (tierra) mantiene en todo tiempo aproximadamente aquel número de habitantes que es capaz de sostener. Los ricos únicamente seleccionan del montón lo que es más precioso y agradable. Ellos consumen un poco más que los pobres, y a pesar de su egoísmo*

*natural y su rapacidad, de que busquen sólo su propia conveniencia, de que pretendan como último fin que el trabajo de sus miles de empleados complazca su propia vanidad e insaciabilidad de deseos, ellos comparten con los pobres lo producido de todas sus mejoras. Son llevados por una “mano invisible” a realizar una distribución según las necesidades de la vida, similar a la que sería realizada si la tierra se repartiera en porciones iguales entre todos los habitantes, y así, sin intentarlo, trabajan por el interés de la sociedad, y facilitan los medios para la multiplicación de las especies. Cuando la Providencia dividió la tierra entre los pocos nobles, no olvidó ni abandonó a aquellos que aparentemente habían quedado fuera de la repartición. Estos últimos también disfrutaban de todo lo producido. En lo que constituye la verdadera felicidad de la vida humana, ellos no están de ninguna manera por debajo de aquellos que parecen superiores...* ■

\* Isela Carmona Cardoso es Licenciada en Administración con especialidad en Finanzas Internacionales, Sistema Financiero y Planeación Estratégica. Analista de economía, geopolítica y finanzas, se puede contactar vía LinkedIn.



# LOGISTICAL HAPPINESS

Por: Logixtic\*

## Felicidad en modo Multimodal & Intermodal ¿Qué puede salir mal?

Las ventajas del transporte intermodal por carretera es su flexibilidad en tiempo y su capacidad de adaptarse al área de distribución y recogida de mercancías.

**L**a prospectiva es observada como ciencia o como disciplina del conocimiento; la compone un conjunto de análisis y estudios realizados con algún tipo de rigor con el fin de explorar o predecir el futuro en una determinada materia.

Costo, velocidad, certeza y sostenibilidad en la entrega para procesos importadores o exportadores, siempre se evalúan por lo menos estos cuatro aspectos de manera simultánea para determinar la mejor conveniencia de los procesos operativos en el movimiento de mercancías y a veces los trámites fronterizos y la documentación asociada nos dejan unas pocas formas de operación.

Dentro de la cadena de suministros, en un primer ejemplo para el caso exportador, uno de los aspectos más importantes es decidir qué tipo de transporte se usará. Si bien cada uno tiene sus características, ventajas y beneficios, es importante compren-

der en qué consiste cada uno: transporte internacional vs. multimodal, ¿cuál conviene más?

### ¿QUÉ ES EL TRANSPORTE INTERMODAL?

Por definición, es un modelo de transporte internacional. Combina diversos medios de transporte como el terrestre, marítimo o ferroviario y se caracteriza por permitir transportar toda una mercancía en un contenedor, al cual, se le conoce como Unidades de Transporte Intermodal (UTI) de esta manera; una UTI comprende contenedores, cajas móviles, semirremolques. Por lo tanto, en el transporte intermodal la mercancía no se mueve por bultos (o por separado) sino por unidades de carga, esta es su principal característica.

Un ejemplo del sistema de transporte intermodal se puede encontrar en servicios de paquetería, los cuales usan barcos para cubrir tramos marítimos y completan el servicio de



transporte con un vehículo terrestre. Las ventajas del transporte intermodal varían según los tipos de transporte intermodal a utilizar, los cuales son terrestre, ferroviario y marítimo y tiene que ver con la evaluación permanente de costo, velocidad y certeza ya enunciada.

### **VENTAJAS DEL TRANSPORTE INTERMODAL**

Las ventajas del transporte intermodal por carretera es su flexibilidad en tiempo y su capacidad de adaptarse al área de distribución y recogida de mercancías. (factor tiempo)

Las ventajas del transporte intermodal ferroviario es que es una de las modalidades de transporte más económicas y con la capacidad para grandes cargas y volumen. Además, está atenido a horarios fijos que aseguran una entrega de mercancías en tiempo y forma. (factor certeza)

Las ventajas del transporte intermodal marítimo es que también goza de costos accesibles para los exportadores, permite grandes volúmenes de carga y hace posible la conexión entre diferentes países que otros medios de transporte no son capaces. (factor costo)

En el mundo de la felicidad, podemos tener todo, pero no simultáneamente.

### **¿QUÉ ES EL TRANSPORTE MULTIMODAL?**

El transporte multimodal emplea más de un vehículo para transportar

una carga desde su origen hasta su destino. En este tipo de transporte la mercancía va en paquetes de diferentes tamaños según el contenido de la carga, la cual, tiene que ser trasladada de un medio de transporte a otro.

Entre las características del transporte multimodal se puede encontrar:

- El tamaño de la carga no es unificado, es ideal para muestras sin valor comercial o nuevos negocios internacionales, y obviamente es el mundo feliz de la paquetería internacional.
- Podría pensar que el transporte intermodal y multimodal son muy parecidos, pero, el transporte multimodal, si bien ocupa diferentes medios de transporte, estos se contemplan en un solo conocimiento de embarque. (este asunto de la documentación es muy importante)
- Puede realizarse utilizando un solo contrato por ruta (esto es clave)
- No existe una distancia límite
- Emplearse para destinos nacionales e internacionales

### **VENTAJAS DEL TRANSPORTE MULTIMODAL**

- Simplificación de los documentos requeridos
- El Forwarder Bill of Lading (FBL) o Conocimiento de Embarque Multimodal tiene preferencia de ingreso y paso en las aduanas
- Reducción en los plazos del transporte

- Reducción en los tiempos de carga y descarga
- Nota: A pesar de estas ventajas, el transporte multimodal puede llegar a tener ciertas complicaciones como mayores requerimientos de seguridad y limitaciones legales. Esto dependerá directamente del tipo de mercancía a transportar.

### **EJEMPLO DE TRANSPORTE MULTIMODAL**

Las empresas de paquetería han crecido de manera importante con el confinamiento, a través de estos canales se puede apreciar el largo recorrido que puede llegar a tener un simple paquete para llegar a su destino: desde la carga a un vehículo terrestre el cual lo lleva a un barco o avión que lo transportará a otro país (o continente) para después volver a tomar camino en un transporte terrestre que lo llevará a su destino o consumidor final.

Si bien ambos conceptos presentan algunas similitudes, la principal diferencia está en el número de contratos de transporte utilizados y en las unidades de transporte.

Mientras que el transporte multimodal requiere de diferentes contratos de transporte, el transporte intermodal solo requiere de un acuerdo contractual. En consecuencia, en el transporte intermodal el usuario es el encargado de coordinar los diferentes medios para el traslado de la mercancía y en el transporte multimodal una única empresa se encarga de todo el proceso logístico.



## EL FACTORAJE

Es una modalidad de financiación de estos modelos de transporte orientados al comercio exterior:

Se define como un mecanismo de financiamiento a corto plazo mediante el cual una empresa comercial, industrial, de servicios o persona física con actividad empresarial, promueve la venta de sus cuentas por cobrar vigentes a una empresa de Factoraje; es una solución para la gestión de créditos comerciales de las empresas.

Estos modelos de absorción de riesgo en comercio internacional, proveen de mecanismos de financiación y liquidez, mediante tasas de interés asociadas a contratos de importación o exportación.

Como nada es gratis, el costo y la reciprocidad de estos modelos de Factoraje o Factoring internacional se celebra a través de un contrato entre la empresa de Factoring (Factor) y el proveedor conforme al cual:

El proveedor (supplier) cede al Factor los derechos que surgen de sus contratos de compraventa internacionales celebrados con sus clientes en

cualquier lado de la cadena importadora o exportadora.

El Factor deberá realizar al menos dos de las siguientes funciones:

- Financiamiento al proveedor. (necesidad de liquidez)
- Administración del portafolio (es el control de las cuentas por cobrar).
- Cobranza de las cuentas por cobrar. (Gestión de cobro)
- Cobertura contra el riesgo de no pago de los compradores. (aseguramiento)

## ¿QUIÉNES PERTENECEN AL MUNDO DEL FACTORAJE INTERNACIONAL?

En términos de negocios internacionales, los bancos y agencias financieras autorizadas y reguladas por el estado proveen el capital y aseguramiento para estas líneas de comercio, los actores principales son:

**El Exportador:** Proveedor de un bien o servicio.

**El Importador:** Comprador de un bien o servicio.

**Export Factor:** Provee al menos dos de los servicios de Factoraje al

Exportador; Financiamiento, Administración del portafolio (control de las cuentas por cobrar), Cobranza de las cuentas por cobrar y/o cobertura contra el riesgo de no pago de los compradores.

**Import Factor:** Califica el riesgo del importador y realiza gestiones de cobro de la cuenta por cobrar.

**Agencias o empresas de transporte multimodal o intermodal:** Son los Proveedores de servicios en la cadena de suministros internacional.

## ¿CUÁL ES EL COSTO HOY EN MÉXICO?

Tasa de interés: Libor + 3.5 (menos del 4% anual)

Comisión de Factoraje: Entre 0.55% y 0.80% por factura, en función del resultado de la evaluación del comprador

Comisión por transferencia de recursos de cobranza: USD 35 + IVA

## NUEVOS AMIGOS, LA BÚSQUEDA

En 2022 ya se inician actividades de comercio internacional post-confinamiento y decenas de empresas están

buscando instalarse en México, la crisis de abasto de semiconductores dejó entrever la vulnerabilidad de las cadenas de suministro y ahora la tendencia es reubicarse cerca de los centros de consumo. Este proceso tiene un nombre técnico, nearshoring.

El nearshoring es la estrategia de externalización por la que una empresa transfiere parte de su producción a terceros que, a pesar de ubicarse en otros países, están localizados en destinos cercanos y con una zona horaria semejante.

El apetito por instalarse en México es algo evidente, ya que es un impacto directo sobre 650 millones de personas en América del Norte; nada despreciable para cualquier industria global y esta observación se refleja en el desarrollo de parques industriales en el norte de la república y el Bajío. Es tan importante esta ventaja que, hace evaluación para cualquier analista en compensar problemas severos como la inseguridad o la mala calidad del abasto eléctrico, intercambiados por cercanía o localización.

La excelente posición geográfica de México se complementa con un tratado vigente de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, ya se están moviendo sectores que definirán el futuro de la economía mundial: electromovilidad; inteligencia artificial; robótica y aeroespacial, entre otras.

¿Qué puede salir mal? Es un novedoso concepto de literatura escrita y un canal de YouTube; que ha sido incluido para explicar la biomédica, tratando de explicar como sobrevivimos en un mundo que intenta matarnos; muy recomendado para estas épocas y tendencias, como todo lo novedoso tarda en adaptarse y para los fines de este artículo refleja varios momentos.

Desde el momento en que nacemos, nuestro organismo se enfrenta a todo tipo de obstáculos: mutaciones genéticas, sustancias tóxicas, ataques de virus y bacterias y tooooda una lotería de enfermedades.”



La exposición al riesgo, la crisis, las guerras e invasiones, las dificultades, los ataques, los virus biológicos e informáticos, las pandemias siempre han estado presentes en la historia humana, así que estos asuntos no son noticia, ya que hacen parte de nuestro mundo cotidiano.

En primer lugar, Estados Unidos ya tomó la decisión de desencajarse de China porque el Dragón se ha convertido en el principal retador del modelo económico de consumo del estilo de vida americano; paulatinamente empezamos a vivir un cambio de modelo de la globalización de la década de los 90. Será ahora menos libre comercio y más proteccionismo pero reubicado geográficamente. La elección del lugar donde se localizarán los procesos clave de una industria debe considerar los costos, pero también el riesgo político. Este es el factor político.

En segundo lugar, la cercanía del territorio estadounidense ayuda mucho, pero comienza a pesar más en la ecuación de decisiones ser aliados confiables en un escenario internacional polarizado. Para el ejemplo de chips o semiconductores, ¿cómo es que dejaron que 80% de la producción mundial se encuentre en Taiwán y Corea del Sur? Son dos países muy cercanos a la órbita china. Esta es la cercanía.

En tercer lugar, se supone que el Tratado de Libre Comercio y la relación económica está hecha a prueba de balas y groserías. Estamos conscientes que la geografía es inalterable y en México por muchos años tendremos 2,000 kilómetros de frontera compartida. Estos son los lazos que nos unen.

Finalmente, se tienen los ingredientes necesarios para ser feliz. La posición geográfica está dada, las relaciones económicas que NO son inmutables nos mantienen despiertos y en actividad; se tiene la capacidad del ADN empresarial para adaptarse al cambio, la anhelada reactivación se acerca, la felicidad en modo multimodal es nuestro transporte y todavía existe quien haga factoraje para financiar operaciones de comercio internacional. ¿Qué puede salir mal? ■

\* “Logixtic” es el nombre del equipo estratégico para la gestión de felicidad de Grupo Rayuela MX, operador logístico especializado en cadena fría, el cual integra el conocimiento colaborativo y la tecnología sobre sistemas de información, enfocados en la cadena de suministros y operaciones especializadas de logística. Logixtic es un término que fusiona a la palabra “logística” el vocablo “lx” que significa mago en maya. A este equipo se le puede contactar por medio de: Gerencia@gruporayuelamx.com



## EXPERTCOMMENT

Por: Jonathan Porta  
Regional VP Sales LATAM  
Coupa

# Ante la inflación, las empresas también deben saber en qué y cómo gastar

Cuando la inflación se presenta, es fácil detectar cómo la cantidad de capital que teníamos ya no alcanza para comprar lo mismo que antes.

**L**a inflación la sufrimos todos. Desde hace meses, grandes y pequeñas empresas, al mismo tiempo que la economía doméstica, padecen la subida de precios provocada en gran parte por el efecto de la contingencia sanitaria (acentuado actualmente en China y el sudeste asiático), el lento regreso de trabajadores a la actividad productiva, además del conflicto bélico en parte de Europa.

Ante este panorama, gobiernos en todo el planeta han promovido programas económicos que buscan desacelerar los efectos de este fenómeno. Aunque han resultado útiles a corto plazo, lo cierto es que no han sido suficientes para contener la inestabilidad de los mercados y el desaceleramiento de las cadenas de suministro. Y ese es un tema que preocupa a todos.

Precisamente, las empresas tampoco tienen certeza al respecto. Si

consideramos que la mayor parte de ellas padecieron durante dos años una disminución abrupta en sus procesos productivos, la actual inflación vino a complicar aún más su regreso a la normalidad. El problema para las unidades económicas está en que no saben cuándo y cómo este fenómeno terminará, lo que complica decisiones de compras, inversiones, contrataciones o solicitudes de crédito. Por eso es relevante que sepan en qué y cómo gastar.

### **EL RIESGO DE UN INEFICIENTE CONTROL DE GASTO**

Cuando la inflación se presenta, es fácil detectar cómo la cantidad de capital que teníamos ya no alcanza para comprar lo mismo que antes. Esto, por supuesto, nos afecta a todos (sobre todo a las organizaciones y personas que cuentan con menos dinero y acceso a los servicios financieros).

La volatilidad del mercado impac-



ta directamente a las compañías, más a aquellas que no tienen un control (real y efectivo) en su presupuesto. Y es que cuando existe una desorganización en el manejo de sus ingresos y egresos, es común que se presenten dos situaciones:

La primera tiene que ver con incrementar sus gastos/compras, al tiempo que, derivado de los atrasos en las cadenas de suministro, sus proveedores no tienen recursos o insumos para atender su demanda. Esto conlleva a no tener capacidad de atender pedidos, generar desorden en su almacén y provocar una mala experiencia en el servicio y atención a sus clientes.

La segunda ocurre cuando una compañía que no tiene claridad en sus ingresos hace compras, invierte o solicita créditos sin conocer su capacidad de liquidez, lo que lleva a que genere un hueco cada vez mayor, en sus finanzas. Lo grave aquí es provocar un endeudamiento que comprometa su capacidad de operación y genere atrasos en áreas clave.

Esta es apenas una muestra del panorama al que se enfrentan las empresas hoy en día. Podríamos hablar de otros gastos, como por ejemplo: viáticos, gestión de compras, nuevas contrataciones, adquisición de equipo, etcétera.

Por ello, es importante generar amplios ahorros de costos, acelerar la transformación digital y abordar los silos organizacionales para lograr

mejores resultados de manera colectiva. Además, es urgente obtener una mayor visibilidad y control sobre el gasto y la liquidez, para mitigar riesgos de terceros y aumentar la agilidad para adaptarse a las incidencias del mercado.

### LA TECNOLOGÍA ES LA SOLUCIÓN

No se trata sólo de lo que gastan, por supuesto; también importa dónde. Para explicarlo mejor, aquí un dato interesante: durante la pandemia, de acuerdo con una encuesta internacional que desarrollamos en la compañía, casi el 75% de las empresas enfrentó problemas en la cadena de suministro, lo que provocó que muchas de ellas sean vulnerables a cambios repentinos en la forma en que operan.

Es poco probable que esto sea una solución rápida, pero las empresas deben encontrar formas de hacer que sus cadenas de suministro estén mucho más centradas en el cliente para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad, al mismo tiempo que continúan reduciendo los costos y riesgos operativos generales en los eslabones. Por ello, Coupa Business Spend Management (BSM) podría ser la solución.

Esta es un área de proceso crítica que aprovecha el valor de los datos compartidos en los procesos comerciales. Así, todos los tipos de gastos y procesos, desde compra de materiales,

viajes y gastos, mano de obra, tesorería, financiamiento de la cadena de suministro, entre otros, se unen en una sola plataforma con un único modelo de información para todos los clientes y proveedores.

Esta herramienta brinda a las organizaciones la capacidad de identificar su exceso de gasto y reinvertirlo. Pero hay más. A través de ella, la información sobre proveedores y otros terceros se comparte entre las áreas de compras, cuentas por pagar, tesorería, asuntos legales, recursos humanos, tecnologías de la información (TI) y usuarios finales.

Incluso para las empresas que la han implementado, los beneficios son evidentes:

- 10-15% de reducción de abastecimiento en gastos directos e indirectos.
- 20-25% de reducción en los costos operativos.
- >15% de reducción en gastos de venta, generales y administrativos.

Entonces, en el contexto actual, adoptar esta tecnología resulta una solución muy útil y práctica para enfrentar la volatilidad derivada de la inflación. Porque, contar con un control claro y preciso del manejo de presupuesto, le brinda a las organizaciones la capacidad de decidir en qué y dónde colocar su dinero, además de prever y proyectar cuáles serán sus planes a futuro. ■



## EXPERTCOMMENT

Por: Rafael Vásquez  
Regional Vice President Value Services  
Coupa

# Estrategia “Cero Covid” en China detiene (también) a las cadenas de suministro y el crecimiento en Latam

De acuerdo con el Banco Mundial (BM), la inflación en todo el planeta continuará al alza hasta 2024

**L**a inflación la sufrimos todos. Desde hace meses, grandes y pequeñas empresas, al mismo tiempo que la economía doméstica, padecen la subida de precios provocada en gran parte por el efecto de la contingencia sanitaria (acentuado actualmente en China y el sudeste asiático), el lento regreso de trabajadores a la actividad productiva, además del conflicto bélico en parte de Europa.

China vive confinada; esto a partir de que sus autoridades fortalecieron, aún más, la estrategia sanitaria para contrarrestar el aumento de contagios registrado en su territorio durante las últimas semanas. Conocida como política “Cero Covid”, se basa en una serie de disposiciones que establecen el encierro forzoso de gran parte de la población, además de otras medidas restrictivas.

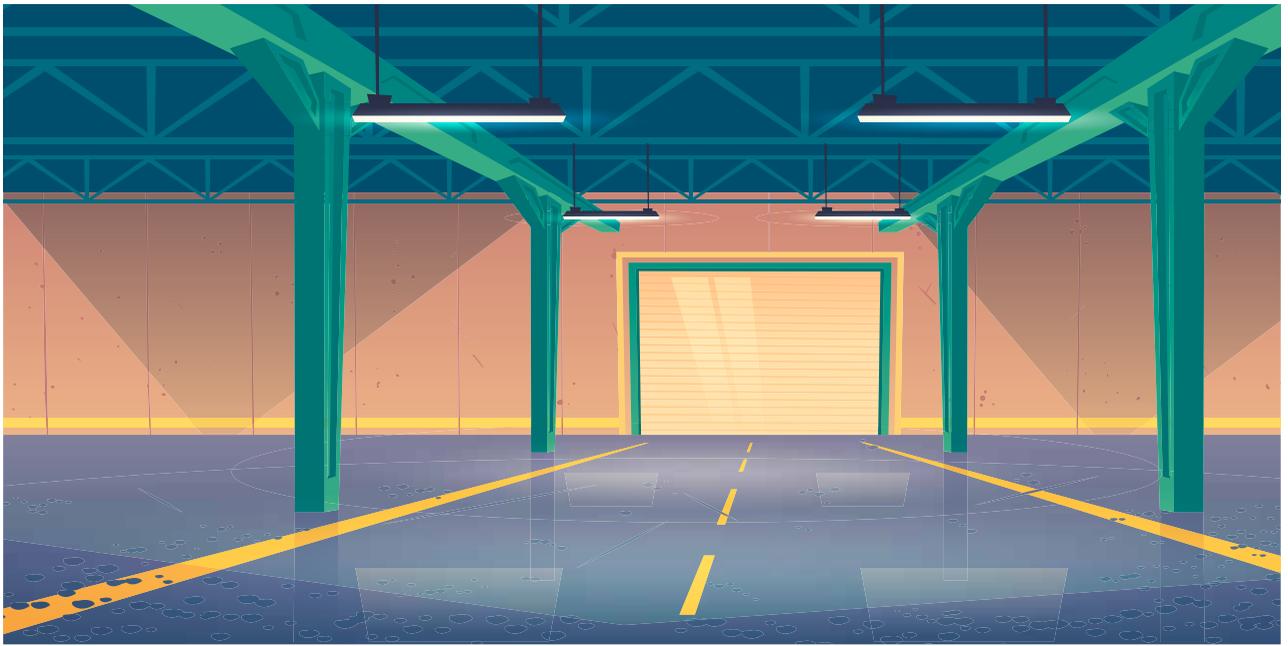
Aunque de entrada se reconoce el enorme esfuerzo de esa nación por

contener el avance del virus, el otro lado de la moneda refleja cómo la mayor parte de la actividad económica de China también está en cuarentena. Y esas, por supuesto, no son buenas noticias para nadie, mucho menos para las cadenas de suministro y el desarrollo de otros sectores productivos en el mundo.

### AMENAZA PARA LAS CADENAS

Apenas hace unas semanas se dio a conocer que, durante el primer trimestre de este año, China alcanzó un crecimiento de 4.8% en comparación con el mismo periodo del año anterior; sin embargo, los efectos del Covid y la guerra en Ucrania también han diezmado sus números, ya que expertos analistas habían pronosticado que durante enero, febrero y marzo, el incremento rondaría el 4.3 por ciento.

Pero lo más alarmante de esta situación es el freno en el que se encuentran las supply chains en prácticamente



todo el mundo. En Shanghái, por ejemplo, que cuenta con uno de los puertos más grandes e importantes a nivel internacional, los bloqueos sanitarios del gobierno chino han dificultado la operación de este punto y el desarrollo comercial de empresas tan importantes como Apple y Tesla. Y eso es sólo “la punta del iceberg”.

Según previsiones, el crecimiento de las exportaciones de China podría llegar a contraerse a su ritmo más débil desde junio de 2020; por si esto no fuera poco, los efectos de la inflación en los precios de alimentos están haciendo mella en los habitantes de esa zona, confinados también en sus hogares e imposibilitados a regresar a la actividad productiva (lo que supone atrasos en varios eslabones); ese es el panorama que se vive en ese territorio asiático. ¿Y esto cómo afectará al desarrollo de Latinoamérica?

### IMPACTO EN TODO EL MUNDO

De acuerdo con el Banco Mundial (BM), la inflación en todo el planeta continuará al alza hasta 2024; de hecho, el mismo organismo dio a conocer que alrededor de la mitad de las economías más prósperas a nivel internacional presentan índices inflacionarios mayores a 5%. Todo derivado, como ya lo hemos comentado, del conflicto armado en Ucrania y las restricciones sanitarias en China.

En Latinoamérica la situación es también preocupante, según el

Fondo Monetario Internacional (FMI), cerca del 40% de los países en esta región implementaron nuevas medidas para paliar los efectos de la inflación, a través de carga fiscal y planes de cooperación en conjunto con la iniciativa privada (IP). Para este mismo organismo, el encarecimiento de precios y la disminución de la capacidad de adquirirlos podría llegar a 10% este año.

Entonces, ¿qué pueden hacer las empresas para afrontar los efectos de la pandemia?

### PARTICIPACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS

Cada vez más organizaciones perciben la necesidad de considerar el factor inflación en sus operaciones, al mismo tiempo que preparan a sus supply chains frente a lo impredecible, haciéndolas más resistentes, ágiles y adaptables. Por ello, las empresas buscan nuevas tecnologías y procesos para desarrollar la resiliencia y la versatilidad necesarias para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

Como resultado, muchas compañías analizan nuevas posibilidades en el diseño de sus supply chains, esto a través de herramientas que usan datos sólidos y gemelos digitales que identifican riesgos y posibilitan prepararse para futuras interrupciones. Todo en un ambiente seguro y virtual antes de llevarlo a la práctica.

Estas tecnologías de vanguardia representan una importante ventaja

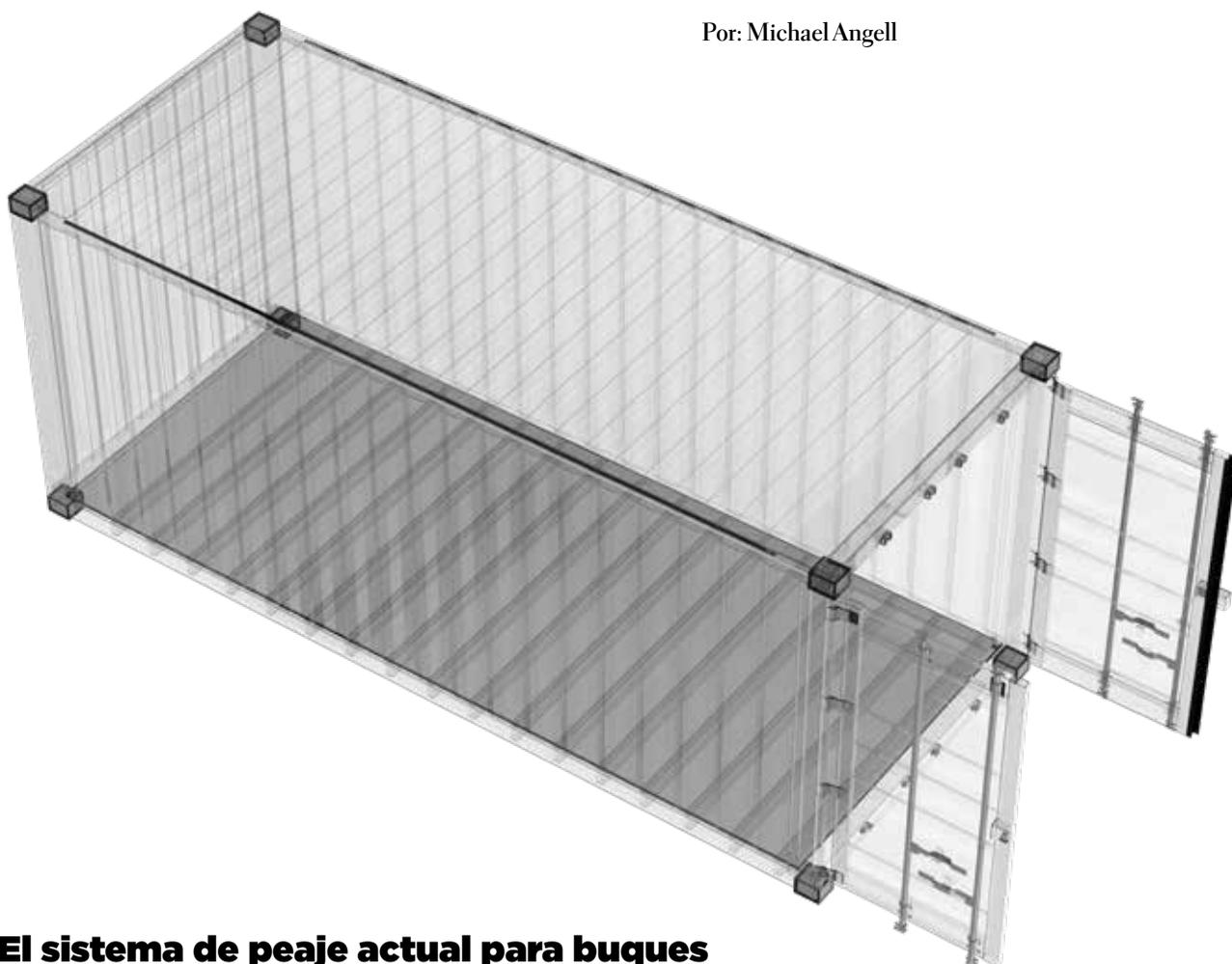
competitiva para las organizaciones, ya que pueden identificar brechas en la fase de conformación de sus cadenas y garantizar su funcionamiento. También, las plataformas basadas en la nube pueden respaldar y mejorar la financiación de las supply chains, asegurando que las compañías realicen pagos oportunos a sus proveedores, no sólo para conservar su lealtad, sino también, para asegurar posibles líneas de crédito.

Finalmente, la inteligencia artificial (IA) ofrece nuevas oportunidades y permite a las empresas prepararse para una amplia gama de escenarios, en lugar de limitarse a una sola posibilidad. Con ella, las organizaciones pueden pasar de antiguos modelos de diseño y operación, a otros que priorizan la detección de posibilidades de riesgo y sus soluciones.

En suma, las empresas que desarrollamos tecnología para este rubro somos conscientes del enorme reto que se nos presenta; por ello, desde una perspectiva apegada a la innovación y al compromiso hacia nuestro mercado, nuestra visión se enfoca en ofrecer soluciones que faciliten la digitalización y modernización de las cadenas de suministro en todo el mundo; mientras que, para el caso de Latinoamérica y sus organizaciones, nuestra propuesta está en ayudarlas a reducir –en la medida de lo posible– el impacto inflacionario en sus supply chains. ■

# CANAL DE PANAMÁ BUSCA IMPLEMENTAR PEAJE POR CONTENEDORES VACÍOS

Por: Michael Angell



**El sistema de peaje actual para buques portacontenedores, en vigor desde 2017, evalúa un peaje basado en una combinación de la capacidad del buque y la cantidad real de contenedores cargados que transporta.**

**E**n el último Informe de Tendencias, “El Futuro del Trabajo en Logística”, DHL examina cómo cambiará el concepto de trabajo (roles, responsabilidades, sistemas, horarios, herramientas y entornos de los trabajadores de logística) durante la próxima década.

La Autoridad del Canal de Panamá está proponiendo un nuevo plan de peaje para los buques portacontenedores que, por primera vez, cobraría una tarifa por los contenedores vacíos que se devuelven a Asia. El plan también aumentaría los peajes para otros tipos de barcos que transportan contenedores cargados y vacíos.

La PCA emitió una propuesta que reduciría a menos de 60 el sistema actual de 430 peajes diferentes según el tipo de barco y carga. La propuesta también eliminaría gradualmente un programa de incentivos que la autoridad ha implementado para atraer barcos a utilizar las esclusas post-Panamax de Panamá que se abrieron en 2016.

Aparte de las mejoras importantes, como la apertura de las esclusas más amplias, los cambios de peaje se implementaron de manera ad-hoc.

El subadministrador del Canal de Panamá, Ilya Espino de Marotta, comentó que las nuevas tarifas, que duraran hasta 2025, permiten a los transportistas marítimos hacer planes a largo plazo para usar el canal. El plan de peaje actual es “un sistema muy complejo. El objetivo es hacerlo simple y transparente”.

Marotta también anotó que los peajes ayudarían a financiar un proyecto de \$2 mil millones que la autoridad ha planeado para embalses adicionales que suministrarían agua dulce al canal, que ha estado lidiando con restricciones de tránsito debido a los bajos niveles de agua.

En 2020, la autoridad implementó un recargo a las embarcaciones relacionado con los niveles de agua del canal, que muchos creen que se han visto afectados por el cambio climático.

El sistema de peaje actual para buques portacontenedores, en vigor



desde 2017, evalúa un peaje basado en una combinación de la capacidad del buque y la cantidad real de contenedores cargados que transporta.

Según el sistema propuesto, a los buques portacontenedores se les cobraría un peaje fijo que oscilaría entre \$60,000 y \$300,000 según el tamaño, y luego se aplicarían tarifas adicionales según la cantidad de contenedores que transporten. Esas tarifas por contenedor aumentarían entre 2023 y 2025.

#### **Cambios en el programa de incentivos**

El nuevo sistema de peaje incluye tarifas cuando los portacontenedores transportan contenedores vacíos, que anteriormente no se cobraban a efectos de peaje. Si bien se eliminó la tarifa para los contenedores cargados que realizan el viaje de regreso a Asia, la autoridad dijo que la nueva tarifa “reconoce el valor de reposicionamiento de los contenedores vacíos”.

- El peaje de contenedores vacíos, que comenzaría en \$5 por TEU en 2023, aumentará a \$8 por TEU en 2025.
- Los contenedores cargados están sujetos a tarifas de \$30 a \$40 por

TEU, que aumentarán a \$10 por TEU para 2025.

- Los contenedores transportados en buques que no son portacontenedores, que están sujetos a tarifas de \$60 a \$110 por TEU, también verían aumentar sus tarifas en \$10 por TEU de 2023 a 2025.

También se reestructurará un programa de incentivos que ofrecía a los transportistas marítimos peajes reducidos por TEU por usar el nuevo juego de esclusas, detalló la Autoridad del Canal de Panamá.

El incentivo anterior utilizó seis niveles de volumen diferentes para brindar descuentos a los buques portacontenedores que utilizan las nuevas esclusas.

Según el sistema propuesto, los transportistas marítimos que transporten más de 1,5 millones de TEU al año obtendrían un descuento del 5% sobre sus totales, aunque ese descuento se eliminaría gradualmente para 2025.

Los cambios de peaje propuestos, que fueron aprobados por la junta directiva del canal, ahora serán revisados por los armadores. Si se aprueban, entrarán en vigor en enero de 2023. ■

# Retail en América Latina y tendencias del sector



**Los cambios que ha experimentado el consumidor en los últimos años han sido acelerados: desde preferencias hasta devoluciones, buscando la mejor experiencia**

Por: Claudia Montoya – Diego León  
Analistas Investigación de Mercados  
Newmark México

**E**l sector de *retail* post pandemia se está enfrentando a cambios que lo sitúan en un entorno complejo, por una parte, está el espacio físico que busca ofrecer más y mejores experiencias a los consumidores y por otro, los nuevos hábitos de compra y la optimización en los procesos logísticos.

De acuerdo con un análisis realizado por Claudia Montoya y Diego León, analistas de la división de Investigación de mercados de Newmark, en la actualidad, con las medidas de contingencia reducidas al mínimo o eliminadas en su totalidad en la mayoría de países latinoamericanos, es conveniente realizar una revisión del estatus actual del sector retail y las tendencias que se avecinan al corto plazo.

“En 2021 se observó un incremento con respecto al año previo, pero el mercado todavía no se encuentra a niveles previos a la pandemia, por lo que no se puede hablar de una recuperación completa. También fue un año lleno de innovación digital

y diversificación de canales que pusieron al mercado del retail en un nuevo juego, superando desafíos al transformarse, al mismo tiempo que las necesidades del consumidor se veían afectadas” indicó Claudia Montoya en el análisis.

Derivado de la coyuntura sanitaria, que obligó a algunas personas a utilizar por primera vez los beneficios del comercio electrónico, el porcentaje de su crecimiento indica que llegó para quedarse y actualmente se observa una intensificación de compra de servicios en el canal digital, tanto de manera semanal como mensual.

De acuerdo con datos del primer trimestre del año, el comercio electrónico creció, aproximadamente cinco veces más, impulsado por compras relacionadas con el cuidado personal y lácteos. Definitivamente, este crecimiento ha afectado las ventas presenciales, pues durante los tres primeros meses del presente año, las ventas en los canales tradicionales cayeron del 36% al 34 por ciento.

Blacksip, empresa experta en servicios de comercio electrónico, apunta que el 60.9% de las personas en el mundo están conectadas a internet, pero el porcentaje de adopción, índice que demuestra la penetración del comercio electrónico por país, es muy diferente y las naciones que mejor adopción tienen son:

Para América Latina, los países que encabezan el porcentaje de adopción son: Argentina con un 83%; México y Brasil con 74% y Colombia con el 69 por ciento. Para estas naciones existe una clara oportunidad en la transformación digital, para lo cual será importante la bancarización de toda la población.



Entre las razones que inclinan la balanza a favor del comercio electrónico se encuentra: la facilidad de compra, el ahorro de tiempo y el poder hacer cualquier compra sin necesidad de trasladarse. Si bien el comercio electrónico va en aumento, es importante considerar diferentes estrategias omnicanal y generación de contenido especializado para cada canal.

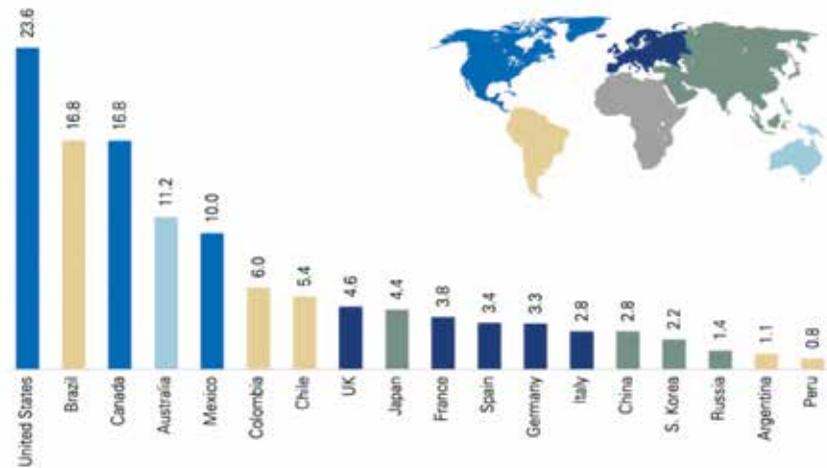
En la publicación anual “Global Powers of Retailing Top 250” realizada por Deloitte, la cual clasifica a los 250 retailers más importantes a nivel mundial, identificaron a 11 que pertenecen a América Latina. De acuerdo

con el reporte, estas empresas, compuestas por compañías provenientes de México, Brasil y Chile, registraron el segundo crecimiento anual más alto en el planeta con 5.2% en el año fiscal FY2020.

El listado, encabezado por la mexicana FEMSA, da cuenta que, para la mayoría de empresas con un crecimiento positivo, como la brasileña Maria Luiza, resultó fundamental adoptar al comercio electrónico y canales digitales con agilidad para incrementar sus transacciones, incluso en meses con importantes restricciones de movilidad.

Posición por ingresos	Nombre	País de origen	Ingresos (US\$ M)	Crecimiento anual
81	<b>FEMSA</b>	Mexico	13,058	-3.7%
86	<b>Cencosud</b>	Chile	12,402	8.3%
112	<b>Falabella</b>	Chile	9,888	4.7%
128	<b>Coppel</b>	Mexico	8,660	1.5%
151	<b>Soriana</b>	Mexico	7,305	0.8%
163	<b>Chedraui</b>	Mexico	6,765	13.3%
195	<b>M. Luiza</b>	Brazil	5,614	46.2%
196	<b>Via Varejo</b>	Brazil	5,606	12.7%
220	<b>Liverpool</b>	Mexico	4,695	-20.7%
247	<b>Lojas Am.</b>	Brazil	4,130	14.1%
249	<b>Raia Drogasil</b>	Brazil	4,108	15.1%

Fuente: Global Powers of Retailing 2022, Deloitte



Source: Statista, Global Retail Company and ISTAT



## En América Latina el comercio electrónico llegó para quedarse

Al realizar una comparativa entre países de diferentes regiones, se puede observar que el espacio destinado al comercio minorista por persona, difiere considerablemente. A la cabeza se encuentra Estados Unidos con 23.6 pies cuadrados per cápita, lejos de países como Brasil y Canadá que se acercan más a los 17. Australia, con 11.2, que se encuentra en un rango muy similar al de México, con 10 pies por habitante. Otros países latinos que se observan son: Colombia y Chile con 6.0 y 5.4 pies, respectivamente; mientras que Argentina y Perú solo registran una cifra de 1.1 y 0.8.

Esto demuestra que en América Latina, el comercio físico presenta una gran heterogeneidad. Mientras en países como Argentina y Perú aún se encuentra en una etapa joven y su expansión permitirá llegar a más personas en geografías y sectores. En Brasil y México el sector se encuentra

más consolidado y puede enfocarse en mejorar la experiencia que ofrece a sus clientes y las nuevas tendencias que se avecinan.

Entre las tendencias, además del aumento del comercio electrónico en la región, está el reto de la devolución de mercancías.

“Se ha observado que, como consecuencia de la adopción de diferentes innovaciones tecnológicas, se ha podido brindar un mejor servicio al cliente previo, durante y post compra, lo que ha disminuido las devoluciones de mercancías”, apuntó Diego León en el análisis del sector retail.

Los cambios que ha experimentado el consumidor en los últimos años han sido acelerados: desde la forma, preferencias, métodos de pago, entrega y hasta cómo realiza devoluciones. Por ello, la inteligencia artificial (IA) se vuelve parte inseparable del retail. Si bien algunas de las compañías más

grandes del sector (como Amazon, Ebay, Walmart, Macys o Sephora) han comenzado su implementación, estas son 10 de las tendencias más importantes en donde se verá aplicada la IA:

- Pagos automáticos: para procesos de compra más ágiles.
  - Búsquedas visuales: para que los clientes puedan encontrar productos similares al contar con una foto.
  - Predicciones de demanda: sugerencias de productos basados en la duración o consumo de una compra previa.
  - Rastreadores de precios: a través de los cuales se puede encontrar los mejores momentos para realizar una compra y aprender más sobre las preferencias de compra de los clientes.
  - Recomendaciones de producto optimizadas: utilizando data de búsquedas realizadas, carros de compra abandonados o newsletters.
  - Vestidores virtuales: para facilitar el proceso de selección de prendas de ropa.
  - Nuevos servicios de entrega: como drones que puedan atender la demanda creciente del comercio electrónico.
  - Asistentes robóticos: que conozcan la localización y características de cualquier objeto en venta.
  - Análisis de rostro y productos personalizados: para que se puedan ofrecer productos y soluciones a la medida de las características físicas del cliente.
  - Seguimiento de estado de ánimo: para conocer más sobre los procesos de compra de los clientes y atender sus necesidades.
- “La inteligencia artificial y el retail, de la mano, están cambiando drásticamente la experiencia de compra tradicional que existió durante décadas en favor de sus clientes, para convertirse en un proceso placentero, adaptativo y responsivo de principio a fin”, indicaron Claudia Montoya y Diego León Laos, analistas de la división de Investigación de mercados de Newmark. ■



# La **AMPIP** apoya **LA GENERACIÓN DE EMPLEOS** en México

Los parques industriales de la AMPIP generan cerca de **3 millones de empleos directos**, en favor del **crecimiento económico del país**.

Como sector de alta productividad, trabajamos para contribuir a la **integración social y forjar entornos seguros de trabajo** que protejan los derechos de las y los trabajadores.

Para ello, en AMPIP promovemos las mejores prácticas que maximicen las capacidades técnicas de quienes los operan en condiciones de igualdad y sostenibilidad.

## #VISIÓN22-23



[informacion@ampip.org.mx](mailto:informacion@ampip.org.mx)

[www.ampip.org.mx](http://www.ampip.org.mx)



ASOCIACIÓN MEXICANA DE PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS, A.C.

---

# DHL AUMENTA PRODUCTIVIDAD MEDIANTE PROGRAMA PILOTO DE CLASIFICACIÓN ROBÓTICA EN ATLANTA

---



**D**HL eCommerce Solutions, una división de la empresa de logística líder en el mundo, anunció que ha llevado a cabo un año exitoso probando dos sistemas robóticos DoraSorter en su centro de distribución de Atlanta.

Los sistemas de clasificación robótica son uno de los proyectos que forman parte del plan de inversión de automatización de cinco años de 100 millones de dólares de la compañía.

“Con una tasa de error cercana a cero y paquetes clasificados en promedio en 3.6 segundos, nuestro brazo robótico piloto en DHL eCommerce Solutions ha aumentado nuestra eficiencia, velocidad y simplificado nuestros procesos. También ha permitido a nuestros empleados concentrarse en otras tareas no repetitivas y, para algunos, ha proporcionado nuevas habilidades para trabajar con brazos robóticos y automatización”, detalló Scott Ashbaugh, vicepresidente de operaciones de DHL eCommerce Solutions, Americas.

DHL eCommerce Solutions se ha asociado con Dorabot, con sede en Atlanta, un proveedor de soluciones robóticas impulsadas por IA para logística, comercio electrónico, cadena de suministro, bienes

de consumo y otras industrias.

DHL adoptó dos sistemas robóticos DoraSorter con configuraciones separadas: Sort-to-Bag y Sort-to-Gaylord. Cada una de estas configuraciones es capaz de clasificar más de 1,000 paquetes y envíos por hora con un peso de hasta 15 libras (6.8 kg) con una tasa de error cercana a cero. Los DoraSorters están equipados con cámaras 3D y de código de barras para escanear el paquete, informando al brazo robótico sobre la ubicación del paquete y qué bolsa o contenedor es el destino objetivo.

Utilizando la configuración Sort-to-Bag, el sistema de clasificación robótico recibe paquetes y paquetes del clasificador principal de la instalación y los distribuye a 80 destinos separados con códigos postales de última milla. Este sistema produce un aumento del 80% en la eficiencia laboral.

La solución Sort-to-Gaylord tiene un efector de extremo de cinta transportadora en forma de cajón patentado que permite clasificar una amplia variedad de paquetes y colocarlos en contenedores Gaylord.

Actualmente, el sistema en Atlanta clasifica hasta 20 contenedores Gaylord separados de 60 de alto con

una precisión de clasificación prácticamente perfecta.

De acuerdo con Ben Perlson, Líder de Robótica y Automatización de DHL Customer Solutions & Innovation, la implementación de Dorabot en DHL eCommerce Solutions es un ejemplo ganador de la colaboración efectiva entre la unidad de negocios y el Centro de Innovación de DHL.

“El equipo del Centro de Innovación respalda las operaciones al mantener una cartera de soluciones tecnológicas avanzadas y socios estratégicos para crear continuamente nuevo valor a través de la innovación y brindar mayores niveles de servicio para nuestros clientes”.

Por su parte, Spencer Deng, CEO de Dorabot, explicó que los DoraSorters son esencialmente como poseer herramientas eléctricas que permiten a DHL eCommerce Solutions mejorar el rendimiento hasta en un factor de cuatro y realizar tareas importantes con mayor eficiencia.

En junio de 2021, la división hermana de DHL eCommerce Solutions, DHL Express, anunció la implementación de su primer sistema de clasificación robótico impulsado por IA Dorabot en uno de sus centros de servicio con sede en Miami, FL. ■

Invita

Logistics  
LATAM



Los negocios portuarios en América Latina, tienen fecha y lugar

Santos, Brasil

28 al 30 NOV 2022

# XXX CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUERTOS



Viva la Experiencia  
#AAPALatino



- ✓ Conferencias
- ✓ Networking
- ✓ Feria comercial

**AAPA**  
ASSOCIATION OF PORTS AUTHORITY  
LOS PUERTOS CREAN RIQUEZA  
OS PORTOS CRIAM RIQUEZA

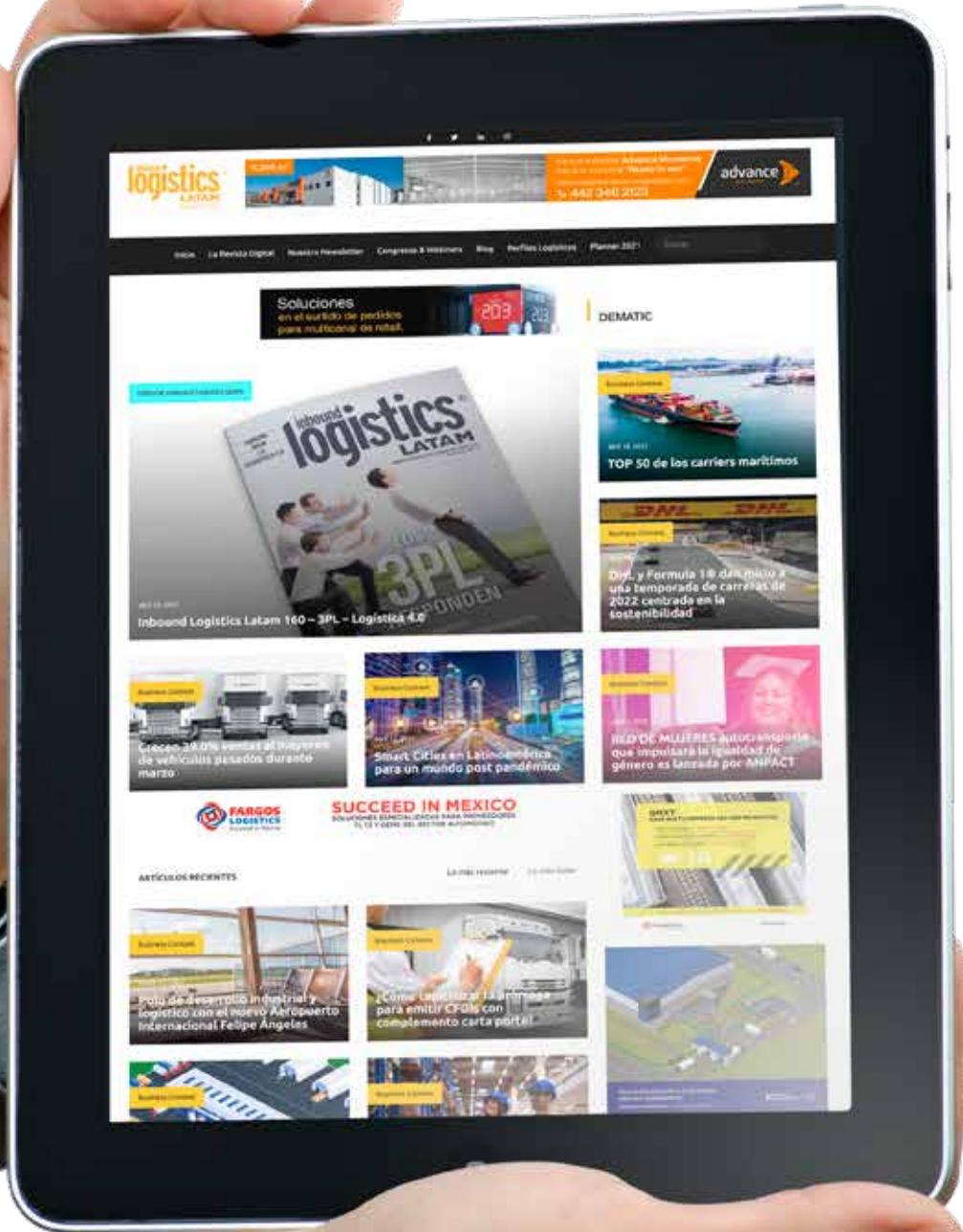
Convocon

**SANTOS**  
PORT AUTHORITY

www.aapalatin.com  
info@aapalatin.com

Produce

**PR PORTS**  
MARKETING & EVENTS



# ¡SEGUIMOS MEJORANDO...

...Ahora, nuestra página WEB se actualiza!

## www.il-latam.com

- Más contenido editorial por consultar
- Diseño moderno y fácil navegación
- Blogs de nuestros columnistas
- Espacios comerciales con mayor exposición
- Presencia publicitaria del anunciante en las versiones digitales
- Conexión a redes sociales para generar un mayor netshare
- Descarga de contenidos y ediciones completas de la revista
- Historial editorial disponible desde 2011

Además, seguimos generando:

- Efectividad en sus campañas publicitarias vía Internet
- Un promedio de 18 mil 203 visitas mensuales
- 710 visitas diarias
- 463 visitantes únicos
- Más de 250 mil clicks mensuales en nuestros contenidos
- 23,688 usuarios registrados en todo LATAM que reciben nuestro e.mailing
- Un promedio de navegación de 3 minutos y 20 segundos



- 1) Banner Superior  
970 x 90 pixeles
- 2) Banner Central  
728 x 90 pixeles
- 3) Banner Lateral Doble  
300 x 250 pixeles
- 4) Banner Lateral Rectángulo  
300 x 100 pixeles

**Máxima efectividad de su campaña en Internet**  
Informes para planear su campaña en nuestros espacios digitales:

#### PUBLICIDAD

Lic. Carlos A. Caicedo Zapata  
manager@il-latam.com

#### CONTENIDO

Mónica Herrera  
editor@il-latam.com

México +52 (55) 5514 7914

**¡SI ESTÁS TE VERÁN!**



# **ESTADÍSTICA INTERMODAL: REPORTE ESTADÍSTICO DEL SISTEMA DE TRANSPORTE INTERMODAL EN MÉXICO 1Q 2022**



# EL SISTEMA DE TRANSPORTE INTERMODAL DE MÉXICO MOVILIZÓ 205,111 CONTENEDORES DURANTE EL PRIMER CUARTO DEL AÑO 2022, LO QUE IMPLICÓ UNA BAJA DEL 10% COMPARADO CON 2021

## ¿Cómo fue el año 2021 para el mercado intermodal?

El transporte intermodal comenzó el año con fuerza, con volúmenes tanto internacionales como nacionales en niveles elevados. La demanda era alta, parecía que, aunque podíamos prever algunos problemas de congestión y fluidez, la capacidad general de las redes ferroviarias parecía mejoraría en comparación con 2020.

A medida que la producción de Asia resurgía de los mínimos del cierre de la pandemia, una ola de mercancías importadas comenzó a llegar a México. Es fundamental tener en cuenta que las redes ferroviarias congestionadas tienen un impacto negativo en los conductores de transporte de mercancías, que operan los camiones que recogen y entregan los contenedores en las estaciones ferroviarias intermodales y en los puertos.

El sistema de transporte intermodal tiene un gran potencial de crecimiento para los próximos años. En parte porque, en vez de competir, en él se complementan los modos de transporte y se aprovechan las ventajas competitivas de cada uno.

## ¿Qué esperar en el mercado intermodal en 2022?

De cara a 2022, esperamos que los inventarios minoristas se estabilicen a medida que el gasto de los consumidores disminuya tras la temporada de vacaciones de Diciembre. Los resultados concretos siguen siendo poco claros, un clima normativo más complejo en materia de consumo, junto con un enfriamiento de la congestión portuaria y ferroviaria, se espera permitirá a la industria intermodal empezar a reparar parte del daño a la reputación sufrido en 2021.

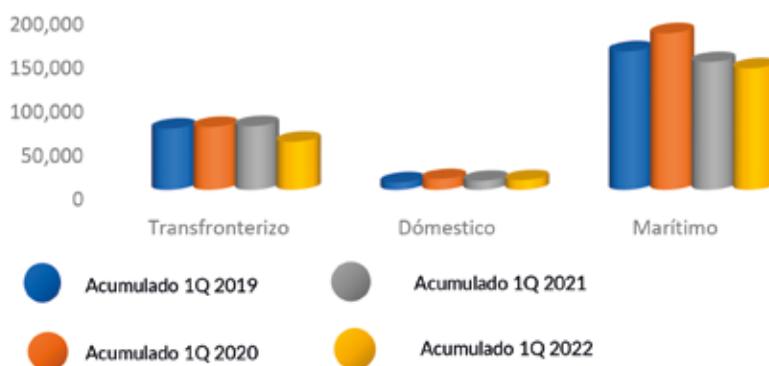
## EL INTERMODAL EN NÚMEROS - TOTAL

### Movimiento histórico de contenedores intermodales 2019-2022

Intermodal	Equipo	Acumulado 1Q 2019	Acumulado 1Q 2020	Acumulado 1Q 2021	Acumulado 1Q 2022	Crecimiento % 21 vs. 22
Transfronterizo	Úlenos	69,967	71,757	72,726	54,914	-24%
Doméstico	Úlenos	8,447	12,330	10,260	11,140	9%
Marítimo	Úlenos y vacíos	158,371	178,887	146,111	139,057	-5%
		236,785	262,974	229,097	205,111	-10%

De acuerdo con un informe estadístico de la AMTI, el sistema de transporte Intermodal de México movilizó 205,111 contenedores durante el primer cuarto del año 2022, lo que implicó una baja del 10% en comparación con el mismo período del año anterior, que representa una baja afectada por la escasez de contenedores cross-border y contenedores marítimos.

### Movimiento histórico de contenedores intermodales 2019-2021 1Q

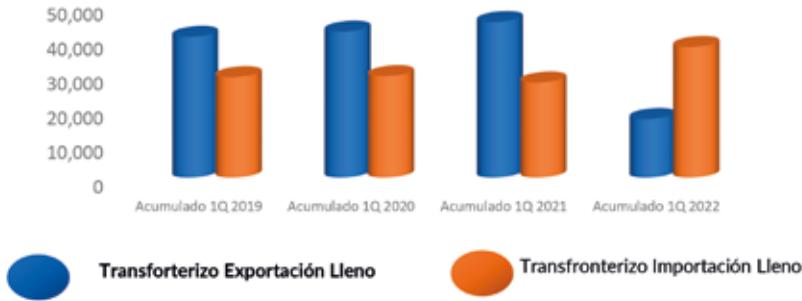


## MERCADO TRANSFRONTERIZO

### Movimiento histórico de contenedores Cross Border

Intermodal	Tipo	Equipo	Acumulado 1Q 2019	Acumulado 1Q 2020	Acumulado 1Q 2021	Acumulado 1Q 2022	Crecimiento % 21' vs. 22'
Transfronterizo	Exportación	Lleno	40,823	42,332	45,148	16,992	-62%
Transfronterizo	Importación	Lleno	29,144	29,425	27,578	37,922	38%
		Total	69,967	71,757	72,726	54,914	-24%

Intermodal Cross Border 2019-2022



**EL ESTRÉS POR PANDEMIA EN LOS MERCADOS MUNDIALES DE TRANSPORTE MARÍTIMO SE ESPERA QUE CONTINÚE ESTE AÑO**

## MERCADO DOMÉSTICO

### Movimiento histórico de contenedores domésticos

El movimiento de carga en contenedores es la expresión más significativa del desarrollo de los sistemas integrados o intermodales de transporte de mercancías entre regiones, países o continentes. La necesidad apremiante de integrar los modos de transporte, para responder a los imperativos de la producción global, ha sido el reto para todos los que enfrentamos la cadena de suministro en la logística.

La progresiva reactivación del sector manufacturero y en especial, del sector automotriz, ha provocado un desbalance de equipo, entre las plantas de México y Estados Unidos, lo cual ha propiciado una caída de manera paulatina, así el comportamiento del Intermodal Cross-Border.

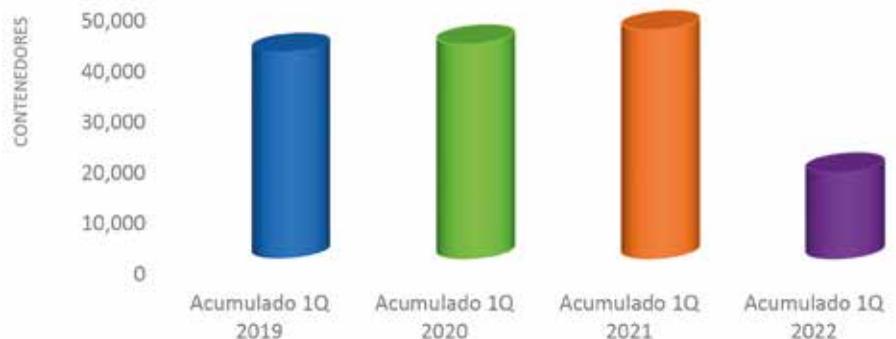
Muchos retos que enfrentar para continuar con el desarrollo del movimiento transfronterizo, tanto en la cadena operativa en la parte aduanal, el desbalance de equipo y los rezagos de la pandemia.

El mercado de contenedores doméstico, representa un crecimiento en comparación al año anterior, durante el 1Q, representado por un 19% arriba. La razón de este aumento, se debe a la integración de contenedores de flotas propias, como inversión del mismo ferrocarril.

Cabe mencionar, que es el único segmento en los modos de transporte intermodal, que ha tenido un crecimiento en este período.

**EL MOVIMIENTO POR FERROCARRIL HA VISTO SU MAYOR AFECTACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN POR LOS PUERTOS DE VERACRUZ Y LÁZARO CÁRDENAS, SE ESPERA LOGRAR UN REPUNTE EN EL TRANCURSO DEL AÑO**

Intermodal	Tipo	Equipo	Acumulado 1Q 2019	Acumulado 1Q 2020	Acumulado 1Q 2021	Acumulado 1Q 2022	Crecimiento % 21' vs. 22'
Doméstico	Doméstico	Lleno	8,447	12,330	10,260	11,140	9%
		Total	8,447	12,330	10,260	11,140	9%



## MERCADO MARÍTIMO

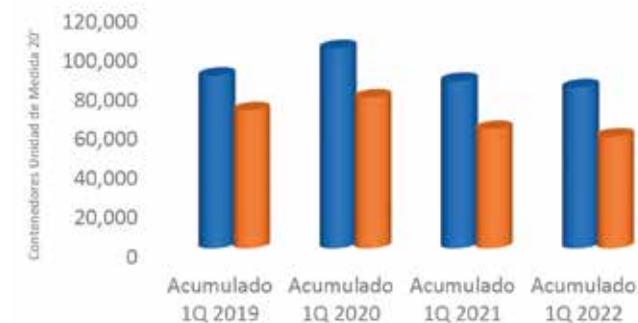
### Movimiento histórico de contenedores marítimos

Tipo	Mercado	Equipo	Acumulado 1Q 2019	Acumulado 1Q 2020	Acumulado 1Q 2021	Acumulado 1Q 2022	Crecimiento % 21' vs. 22'
Marítimo	Importación	Llenos y vacíos	88,004	101,993	85,339	82,083	-4%
Marítimo	Exportación	Llenos y vacíos	70,367	76,894	60,772	56,974	-6%
		Total	158,371	178,887	146,111	139,057	-5%

Las perturbaciones de la oferta han mermado la fortaleza de la recuperación del comercio mundial de mercancías, pero esto podría empezar a cambiar, ya que las presiones de la cadena de suministro dan muestras de moderación, según los datos que se representan.

Los primeros meses del año, indican impulso del comercio a comienzos de 2022, tras la fuerte recuperación del volumen del comercio registrada el año pasado. Se espera que comience a recuperar también en el transcurso del año, incluso si sigue por debajo de la tendencia en el corto plazo.

Además de las actuales perturbaciones del mercado asiático, se muestra debilidad en los registros, se explica en parte por la introducción de restricciones sanitarias para luchar contra la variante Ómicron de la COVID-19, que algunos países ya están eliminando debido a que las repercusiones sanitarias de la nueva ola han



sido finalmente relativamente ligeras.

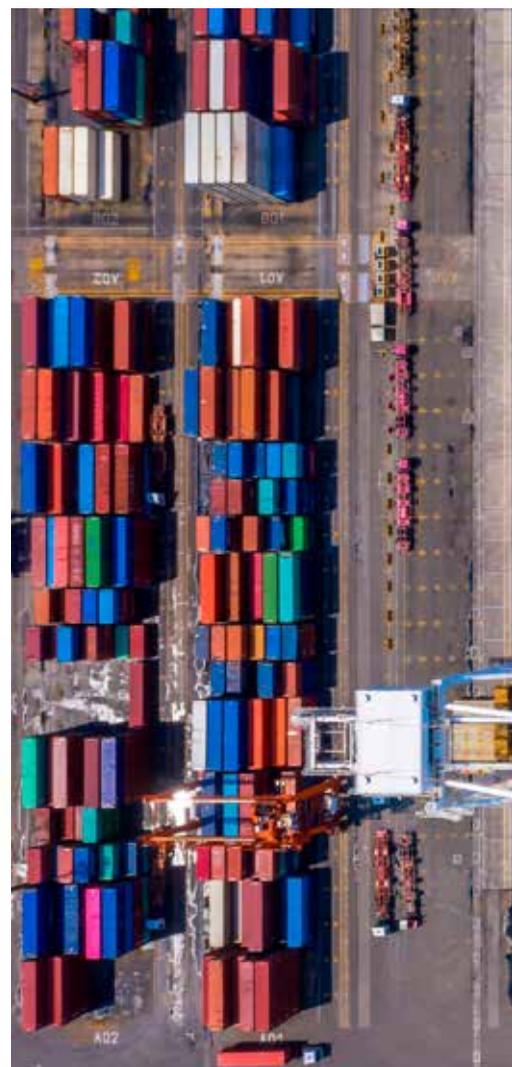
La flexibilización de estas medidas podría impulsar el comercio en los próximos meses, si bien las futuras variantes de la COVID-19 siguen presentando riesgos para la actividad económica y el comercio.

Transporte marítimo: actualidad y perspectivas para 2022: El estrés por pandemia en los mercados mundiales de transporte marítimo se espera que continúe este año. Los fletes oceánicos seguirán siendo altos hasta 2023, cuando aumentaría la capacidad de transporte.

## COMPORTAMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO

### Movimiento histórico de contenedores 1Q

Las gestiones portuarias afectarán al comercio marítimo hasta el 2022. Según cifras que proporcionamos como estadística del movimiento ferroviarios vs. el mercado de contenedores en México, la carga contenerizada en importación y exportación de contenedores llenos y vacíos en nuestro país, cayó -5%, en 2022 contra 2021 y no se han alcanzado niveles de 2019. La principal afectación se muestra en los puertos que tocan en la costa del pacífico.



## COMPORTAMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO

### Movimiento histórico de contenedores 1Q

Historico 1Q			
Participación de mercado por región			
Corredor	2019		Market Share %
	Teus Ffcc	Mov de Puertos TEUS	
Impo cont Costa del Pacífico	65,919	366,302	18%
Expo cont Costa del Pacífico	51,768	373,943	14%
Impo cont Golfo de Méx	22,085	243,553	9%
Expo cont Golfo de Méx	18,599	229,335	8%
Participación de mercado por región			
Corredor	2020		Market Share %
	Teus Ffcc	Mov de Puertos TEUS	
Impo cont Costa del Pacífico	65,919	366,302	18%
Expo cont Costa del Pacífico	51,768	373,943	14%
Impo cont Golfo de Méx	22,085	243,553	9%
Expo cont Golfo de Méx	18,599	229,335	8%
Participación de mercado por región			
Corredor	2021		Market Share %
	Teus Ffcc	Mov de Puertos TEUS	
Impo cont Costa del Pacífico	69,289	388,607	18%
Expo cont Costa del Pacífico	52,246	383,862	14%
Impo cont Golfo de Méx	16,050	221,067	7%
Expo cont Golfo de Méx	8,526	221,752	4%
Participación de mercado por región			
Corredor	2022		Market Share %
	Teus Ffcc	Mov de Puertos TEUS	
Impo cont Costa del Pacífico	68,695	440,168	16%
Expo cont Costa del Pacífico	49,951	423,489	12%
Impo cont Golfo de Méx	13,388	227,623	6%
Expo cont Golfo de Méx	7,023	234,061	3%

Si bien, los puertos con movimientos comerciales han mostrado un crecimiento con respecto al 1Q del año 2022 vs 2021, no así para el movimiento por ferrocarril, que ha visto su mayor afectación en la participación por los Puertos de Veracruz y Lázaro Cárdenas. Se espera lograr un repunte en el transcurso del año. ■

Fuente: Elaborado por AMTI con datos de las ASIPONAS.



# AMTI

ASOCIACIÓN MEXICANA DEL  
TRANSPORTE INTERMODAL A.C.



# XXIII CONGRESO INTERMODAL 2022



ASOCIACIÓN MEXICANA DE TRANSPORTE INTERMODAL  
PUERTOS · LOGÍSTICA · FERROCARRILES · TRANSPORTISTAS · NAV  
MARKETING INTERMODAL



Octubre 19 al 22  
HOTEL AZUL GRAND

IXTAPA - ZIHUATANEJO  
GUERRERO MÉXICO



@AMTIMexico

[www.CongresoIntermodal.mx](http://www.CongresoIntermodal.mx)

# EL INCREMENTO EN LA INFLACIÓN Y EL TRANSPORTE MARÍTIMO

**Por lo menos 80% del comercio mundial se realiza a través del transporte marítimo, lo cual implica, un intercambio de todo tipo de bienes entre los distintos países en barcos**

Por: Juan Carlos Merodio López  
Miembro Titular Comité Marítimo Internacional  
Senior-Partner M&L Estudio Legal  
j.merodio@ml-estudiolegal.com.mx

**H**emos estado preocupados por los niveles que registra la inflación en nuestro país en años pasados y la que, se estima, llegue a presentarse a finales de 2022. Es tal la preocupación, que se comienza hablar hasta de un posible control de precios.

Muchas son las explicaciones que han ofrecido diversos analistas especializados en la materia, pero muy poco se ha estudiado en torno al efecto tan importante que producen los costos del transporte marítimo internacional y su actual situación, como uno de las principales causas de este aumento en la inflación del país y en muchos otros.

Se estima que por lo menos 80% del comercio mundial se realiza a través del transporte marítimo, lo cual implica, un intercambio de todo tipo de bienes entre los distintos países en barcos, cuyos costos de operación han sido seriamente afectados y repercute en los fletes marítimos y, por lo tanto, en el precio final de los productos a los consumidores.

En los últimos años, los fletes que pagan importadores y exportadores para el transporte de los contenedores alrededor de los distintos puertos, han sufrido un incremento como pocas veces, o quizá nunca antes se había visto. Pongamos un ejemplo, un contenedor cuyo costo de transporte entre puertos asiáticos y puertos

mexicanos era hasta antes de la pandemia de un promedio de USD 4,000, hoy el mismo contenedor, para ser transportado en la misma ruta, tiene un costo que por lo menos, supera el doble de esa la cantidad.

En efecto, la pandemia por Covid-19 provocó una disrupción en los esquemas logísticos y en las cadenas de producción y distribución de los distintos bienes, influido fundamentalmente, por la interrupción en el sistema de ida y vuelta de los contenedores en el tráfico mundial.

A lo que se suman muchos otros costos que se presentaron de manera imprevista y que tenían que ver con el cierre de distintos puertos a nivel mundial por razón de medidas de



## La pandemia por Covid-19 provocó una disrupción en los esquemas logísticos y en las cadenas de producción y distribución de los distintos bienes

prevención higiénica, cuarentena, aumento en salarios de tripulación y hospitalizaciones, además de repatriación a país de origen, e inclusive, el cierre de puertos y terminales por razón de prevención y demás consecuencias que ya son del todo conocidas.

Otro tema que no debemos pasar por alto es el notable aumento en los precios del petróleo y derivados, que a su vez ha repercutido en un sustancial incremento en los combustibles y diésel que utilizan los barcos para su navegación.

Este es un importante costo a considerar en la operación y navegación marítima que también ha sufrido un elevado impacto. Agregue finalmente, el conflicto que se vive en relación con la situación bélica en Ucrania, lo que ha llevado a que diversas navieras de carácter interna-

cional hayan decidido suspender el servicio que normalmente prestaban en los puertos que se ven afectados con motivo de esta zona de riesgo.

Todo lo anterior, además repercute en el alza de las primas de los distintos tipos de seguro marítimo, que también se ve reflejado en el aumento de los fletes.

Esto es sólo un pequeño esbozo de la razones que han llevado a la gran elevación de los costos del transporte marítimo a nivel mundial, y que por lo tanto los fletes que en dicha modalidad del transporte se hayan visto incrementado en forma dramática, siendo esta una de las principales razones que ha generado que el precio final de las mercancías que llega a los consumidores se haya también fuertemente encarecido.

Desde luego, no incluimos aquí a los productos que son producidos en

el territorio nacional y que no requieren de un transporte marítimo internacional, como podría ser el caso del limón, cuyas causas para el aumento de su precio son otras, pero si consideramos a todos aquellos productos que nuestro país importa, ya sea en su forma final de comercialización o como parte de un proceso de maquila o integración para la producción de la mercancía final.

El futuro todavía no se presenta muy alentador, y por el contrario las grandes empresas de análisis marítimo señalan que aún tendremos años de una situación muy difícil en lo que a los costos y fletes del transporte marítimo internacional se refiere, y que desde luego, al no contar México con una flota mercante de importancia quedará a expensas de lo que ocurra con los grandes consorcios navieros del mundo. ■



# CHOCOLATES, EL REGALO MÁS SOLICITADO PARA EL DÍA DE LAS MADRES EN MÉXICO

Por: Comunicación Thermo King

**MÉXICO OCUPA EL  
DECIMOTERCER LUGAR A NIVEL  
MUNDIAL EN PRODUCCIÓN DE  
CHOCOLATE, CON 26 MIL 363  
TONELADAS AL AÑO**

**E**n México se celebra el Día de la Madre, la festividad más importante para los mexicanos después de Navidad, desde 1922, y su propósito es generar un espacio de reflexión para valorar la labor de aquellas mujeres que representan el pilar que sostiene nuestra sociedad.

El 10 de mayo, más de 35 millones de madres festejan en México uno de los días más emblemáticos y, sin duda alguna, las flores, globos y chocolates son algunos de los regalos más comunes que se utilizan para conmemorar este día tan especial.

Los chocolates son uno de los regalos más solicitados y en el mercado existe una inmensa variedad. Es realmente impresionante cómo esta industria se da vuelo con la creación de fascinantes productos elaborados a base de este “Manjar de Dioses”, como lo llamaron nuestros antepasados.

México ocupa el decimotercer lugar a nivel mundial en producción de chocolate, con 26 mil 363 toneladas al año, según el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). Mientras que el consumo per cápita de chocolate en México es de apenas 750 gramos al año.

En fechas como el 10 de mayo, la demanda de chocolates aumenta; no solo de producción mexicana, sino también de los traídos de los países con un gran reconocimiento por el sabor de sus chocolates como Suiza, Bélgica o Italia.

Pero, ¿cómo se transporta el chocolate?, ¿cómo es que pueden viajar miles de kilómetros desde Suiza o Ecuador para llegar hasta la bolsa de regalo de mamá y estar intactos para que no solo sea un deleite para el paladar, sino también para la vista?

Para transportar el chocolate de una zona a otra, es necesario hacerlo mediante un transporte adecuado de alimentos adaptado a cadena de frío, con una circulación de aire relativamente seca o, en todo caso, cubrirla hasta que haya alcanzado la temperatura necesaria para mantener su consistencia, sabor y olor. En el caso de los chocolates rellenos, cuando estos se encuentran almacenados bajo condiciones calientes, se producirán altos niveles de humedad, resultando en la difusión del almíbar desde el centro del producto hacia la superficie, ocasionando por ende, la migración del azúcar, causando que el sabor y texturas puedan deteriorarse.

La temperatura ideal de conservación para los chocolates es de 15°C a 18°C, y para lograr esto, el transporte y distribución de los chocolates debe contar con una correcta logística para que no exista merma o desperdicio, y peor aún, una mala experiencia en el consumidor, la cual impacta al retail que lo ofrece y la marca que lo crea. Es por ello que la cadena de frío en perecederos es de suma importancia para que la carga pueda llegar hasta nuestras manos.

Se le llama cadena de frío al proceso y logística aplicada durante la distribución, transporte, manipulación, conservación y almacenamiento don-



de se cuidan las condiciones óptimas de luz y temperatura, en este caso de los chocolates, para el consumo en México.

De acuerdo con Thermo King, marca líder a nivel mundial de transportes con sistemas de temperatura controlada y con experiencia de más de 70 años en la industria de distribución de perecederos, para que todo este proceso sea exitoso, es necesario cuidar algunos aspectos:

Contar con la temperatura adecuada en el momento de la carga al transporte refrigerado para chocolates, para su correcta conservación.

Mantener en perfecto estado la cámara de refrigeración del vehículo, con la finalidad de proteger a los chocolates del calor que pudiese existir en el exterior.

Tener un método adecuado de descarga en el punto de llegada, especialmente con referencia a la duración y frecuencia de las aperturas de puertas de la cámara de refrigeración y procurar que la descarga se realice en el menor tiempo posible.

Conservar adecuadamente la caja isotérmica y el sistema de refrigeración; en este punto es importante contar con unidades refrigeradas de transporte con tecnología de última generación como las bobinas con condensador de microcanal en lugar de las tradicionales bobinas de tubo y aleta.

Contemplar sistemas de control de temperatura de transporte construidos para recorrer grandes distancias, no importando el tipo de transporte - ferrocarril, marino, camión o remolque -.

Hacer uso de soluciones comprobadas para el mantenimiento y control que la industria chocolatera en México exige para la correcta entrega de perecederos.

Hoy la industria del transporte refrigerado brinda diversas soluciones en donde la tecnología está jugando un rol fundamental para lograr que sus usuarios consigan sus objetivos de entrega de sus productos en las condiciones requeridas y en el tiempo justo para cumplir con la demanda nacional. ■



# *Proof of Delivery: ¿por qué es importante tener pruebas de entregas electrónicas?*



*Proof delivery se traduce a la forma en la que una empresa comprueba que un envío fue entregado correctamente y en el tiempo estimado de arribo prometido.*



*Tener una herramienta de logística, aumenta significativamente el control del cliente y de la empresa sobre la cadena de entrega.*

**E**n actividades logísticas, es usual que un cliente realice reclamos por diversos motivos, como por ejemplo recibir un pedido con desperfectos o bien, un paquete equivocado; para estos casos, es importante contar con un proof delivery que se adecúe a tu negocio, y de esa forma respaldar las actividades y documentos durante todo el proceso de entrega.

Proof delivery se traduce a la forma en la que una empresa comprueba que un envío fue entregado correctamente y en el tiempo estimado de arribo prometido. De esta manera también se logra identificar si existe algún inconveniente en el despacho de productos.

Permite mejorar el servicio de envío de las empresas, resguarda la información de entrega de tus productos a tus clientes, y de esa forma, consigue un **proceso transparente** entre la compañía y los usuarios.

#### *¿PRUEBAS DE ENTREGA TRADICIONALES O ELECTRÓNICAS?*

Si bien se cree que hay una enorme diferencia entre los recibos físicos o digitales, hay que reconocer que el principal diferencial es la digitalización del certificado, y la forma en que este llegará a mano de los usuarios.

Tener una herramienta de logís-

tica, aumenta significativamente el control del cliente y de la empresa sobre la cadena de entrega, ya que permite conocer cada mínimo detalle de los envíos, como por ejemplo el estado de entrega de manera completa o parcial, o si existe algún retraso durante el proceso.

Para ambas partes participantes, se ofrece un control omnipresente, esto aumenta la conformidad de los clientes, a través de: imágenes de remito o firma, herramientas de seguimiento alerta, detalles del producto, cobro y formas de pago e informes de rendición.

#### *¿POR QUÉ ES IMPORTANTE DIGITALIZAR LOS PROCESOS DE ENTREGA?*

El Proof of Delivery aplicado en un entorno digital trae diferentes beneficios para tu negocio:

- **Importación y organización:** Ingresar datos e información útil en el sistema, identifica el pedido, número de seguimiento, descripción de artículo, sitio de entrega, nombre de emisor y receptor.
- **Pedidos sincronizados:** con los datos importados, los sistemas de logística pueden adecuar el orden de las entregas para que se reflejen en aplicaciones que potencien al conductor.

- **Firmas electrónicas:** Digitalizar entregas con firmas y fotografías con paquetería en buen estado asegura la optimización de la entrega o en caso de sufrir accidentes, informa las incidencias.
- **Traspaso de la información:** Con las entregas finalizadas las plataformas generan de forma automatizada notificaciones de entrega que confirman el estado de esta como exitosa, intermedia o retrasada.

#### *¿CÓMO PUEDO IMPLEMENTAR PRUEBAS DE ENTREGAS ELECTRÓNICAS EN MI NEGOCIO?*

Para aumentar la seguridad en el proceso de entrega de los paquetes, se puede agregar en el tramo final de la última milla el Proof of Delivery Dear Customer, para así implementar funcionalidades que van desde firmas digitales, envío de fotografías, hasta códigos generados por el software que el cliente debe entregar al transportista para mantener la cadena de seguridad.

Contar con una herramienta que facilita el trabajo de conductores, aumenta la confianza de los clientes y mejora el control de las empresas al analizar los resultados de las actividades logísticas. ■

## CCIAP y COEL firman acuerdo de cooperación



**L**a Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP) y el Consejo Empresarial Logístico (COEL), firmaron un Acuerdo de Cooperación para organizar el 7° Foro Mundial de Ciudades y Plataformas Logísticas con el tema “La Logística Verde y la Inteligencia Artificial en la Gestión de la Cadena de Suministro”, que se llevará a cabo del 18 al 20 de octubre próximo.

El presente acuerdo firmado por Jose Ramón Icaza Clément, presidente de la CCIAP y Alberto López Tom, presidente de COEL estará vigente hasta el día 30 de noviembre del presente año.

Jose Ramón Icaza, presidente de la CCIAP, recordó que la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá, organiza eventos internacionales desde hace 40 años, respondiendo a las necesidades de un mercado cambiante y desarrollo comercial del país.

Dicha alianza busca posicionar a Panamá como la plataforma logística más importante en la región, por su privilegiada posición geográfica y el conglomerado desarrollado en torno a este, a fin de que la industria mantenga el crecimiento, dinamismo e innovación que la han caracterizado, tanto para la competitividad del país, como su desarrollo económico y de los negocios.

En tanto, Alberto López Tom,

presidente de COEL, destacó la importancia de estas alianzas entre gremios del sector privado, y el apoyo por parte del gobierno, pues justamente la cooperación y trabajo en equipo garantizan el éxito de proyectos como este, que posicionarán a Panamá como la capital de la región en materia logística, con los consecuentes beneficios para el país.

La logística es uno de los pilares fundamentales de la economía panameña, por lo que se busca trabajar para que sea armónica no solo con el medio ambiente, sino con el entorno urbano con el que interactúa la infraestructura logística, con el objetivo de tener un sector eficiente, orientado hacia la sostenibilidad, amigable con el ambiente y los habitantes de las ciudades.

Por su parte, Carmen Gisela Vergara, administradora general de la Autoridad Nacional para la Atracción de Inversiones y Promoción de Exportaciones de Panamá (PROPANAMA), detalló que “Panamá es un destino natural para inversionistas extranjeros que busquen un sitio que conjugue una conectividad digital y logística de clase mundial, con un excelente clima de negocios y un ambiente de paz y democracia. Desde PROPANAMA, nos sentimos muy complacidos de colaborar nuevamente con la Cámara de Comercio y la Cámara Logística, como Aliados

Estratégicos, para dar a conocer al mundo todas las oportunidades que ofrece Panamá a potenciales inversionistas”.

### FORO MUNDIAL DE CIUDADES Y PLATAFORMAS LOGÍSTICAS

Orientado a la cultura sostenible, concentrará a representantes empresariales de todo el mundo, poniendo a Panamá a la altura de países logísticos a nivel global.

Además, la actividad se enfocará en fomentar el desarrollo de estrategias que fortalezcan la adopción del desarrollo de redes sostenibles y la utilización eficiente de la inteligencia artificial dentro de la cadena de suministro de las ciudades.

A su vez, promoverá la generación de nuevas inversiones inclusivas y la competitividad de los países, especialmente, para gestionar la logística en época postpandemia.

El evento se llevará a cabo, en el Hotel Sheraton Grand Panamá del 18 al 20 de octubre, en una jornada de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., periodo en el que se realizarán ciclos de conferencias magistrales y paneles de expertos, que contará con más de 40 especialistas de talla mundial de casi 10 países como, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, España, Estados Unidos, México y Panamá.

En tanto, el jueves 20 de octubre se llevarán a cabo actividades de networking y los workshops de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.

Cabe destacar que también habrá Mesas Redondas con temas tales como la Actualidad de las Cadenas de Suministro con panelistas de puertos nacionales e internacionales, Aeropuerto de Tocumen, IATA; Panamá Pacífico y Zona Libre Colón. ■



## Rally TrackSIM llega a Guadalajara

**S**umado a los esfuerzos en materia de seguridad vial por parte de la Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP), se dio inicio formalmente al proyecto TrackSIM en Guadalajara, la ceremonia protocolaria del proyecto se llevó a cabo en las Instalaciones de Grupo Modelo de la entidad.

El TrackSIM es un simulador virtual con tecnología de última generación instalado en un camión de carga para coadyuvar en la capacitación, evaluación y desarrollo de las habilidades de los operadores del transporte de carga y para promover las redes de aprendizaje sobre las acciones que los gobiernos o instituciones desarrollan en pro de la seguridad vial.

Para la ANTP esta iniciativa es innovadora, ya que genera espacios de diálogo para acercar al transporte de carga con el resto de los usuarios de la vialidad, construir agendas de trabajo que, lejos de prohibir o restringir, buscan ordenar y mejorar la convivencia en las vialidades.

Al TrackSIM, al igual que en San Luis Potosí y Monterrey, se unió la Guardia Nacional, quienes han apoyado diversas iniciativas de la ANTP en materia de seguridad vial. fundamental seguir capacitando y profesionalizando a los operadores del autotransporte, tanto del servicio público federal, como de flotas privadas.

Ernesto Rubio Avalos, Director General del Centro SCT Jalisco, señaló que la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT), se une a los esfuerzos de la industria privada y la sociedad civil para poder integrar los mecanismos necesarios para combatir el índice de accidentes en México.

Alma Chávez Guth, de Víctimas de la Violencia Vial, felicitó que la industria esté preocupada y ocupada por tener un transporte más capacitado y profesionalizado. Explicó que las empresas de transporte son de suma importancia en el país, que muchos ciudadanos no están conscientes de lo que hay detrás, para tener los insumos en nuestras casas, finalmente señaló que todos somos parte del problema, pero también parte de la solución.

“En Grupo Modelo hemos tenido grandes avances, pero sabemos que tenemos una oportunidad única para seguir sumando esfuerzos a favor de la seguridad vial. Para nosotros lo más importante son las personas y su seguridad, por eso trabajamos en innovación tecnológica para nuestra flotilla, prevención de consumo de alcohol al conducir y a través de alianzas para generar un mayor impacto con iniciativas como TrackSIM”, comentó Germán Leyva, Coordinador Nacional de Seguridad de Grupo Modelo.

Para la ANTP esta iniciativa es innovadora, ya que genera espacios de diálogo para acercar al transporte de carga con el resto de los usuarios de la vialidad.

Jonadab Martínez García, Director General de Seguridad Vial del Estado de Jalisco, mencionó la importancia de la entrada en vigor la Ley General de Movilidad y Seguridad Vial, dijo que las puertas de la dependencia que representa, están abiertas para sumar esfuerzos y continuar con las mejoras en seguridad vial.

Por último, Diego Monraz Villaseñor, Secretario de Transporte del Estado de Jalisco, agregó que el gobierno de Jalisco está comprometido con los temas de movilidad y seguridad vial.

Además, expresó que la mejor manera de seguir salvando vidas es invirtiendo en tecnología, capacitación y culturización en materia de seguridad vial. De igual forma, destacó los esfuerzos de las empresas generadoras de mercancías y usuarias del transporte de carga y dio por iniciados los trabajos del TrackSIM en la entidad.



## Red MujerEs Autotransporte, impulsará la igualdad de género: ANPACT

El objetivo principal es fomentar la inclusión y la igualdad para las mujeres.

**E**l pasado 23 de marzo tuvo lugar la cuarta edición del ciclo de webinars #CharlasdePuerto, durante la cual se presentaron los resultados de la encuesta del BID sobre Transformación Digital del Transporte Marítimo en América Latina y el Caribe, y también se abordó el estado de avance en la materia, los desafíos a los que se enfrenta la región y cómo sentar las bases para una propuesta de colaboración público-privada que permita afrontar el futuro de la mano de la tecnología.

La Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT) lanzó la plataforma MujerEs Autotransporte, un espacio diseñado para fomentar la participación de mujeres y hombres que buscan impulsar la igualdad de género en la cadena de valor del autotransporte.

Además de visibilizar el papel de la mujer en la industria automotriz

y del autotransporte en México, fortalecer la vinculación de las y los mexicanos a favor de la igualdad de género, y generar un espacio de diálogo constante en pro de este tema en la cadena de valor del autotransporte, así como realizar acciones a favor de una mayor igualdad de género en la industria productora de vehículos pesados y en la industria.

De acuerdo con Virginia Olalde, la participación de la mujer ha ido en aumento en la industria automotriz y del autotransporte. “En ANPACT creemos que aún queda mucho por hacer. Estamos convencidos de que el primer paso para hacerle frente y encontrar soluciones a estos retos, está en generar una ruta para conocerlos a profundidad, es crear un lugar común, que genere un espacio al diálogo, respetuoso, inteligente e informado”.

Motivo por el que se creó la plataforma, donde mujeres y hombres

tendrán un objetivo común, ser promotores de la igualdad de género en la industria del Autotransporte.

Por su parte, la Dra. Graciela Márquez Colín, subrayó que en la industria automotriz únicamente 4 de cada 10 personas ocupadas son mujeres, mientras que en la industria del autotransporte de carga sólo 1 de cada 10 personas ocupadas lo es.

“Dicha red representa un importante avance a favor del crecimiento de la participación de las mujeres en la industria del autotransporte.”

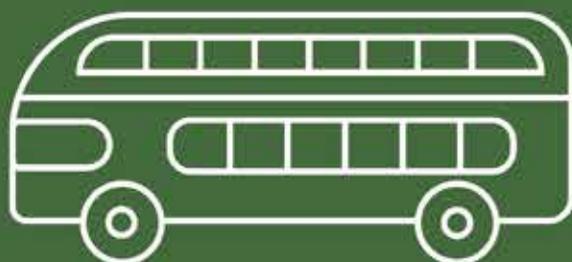
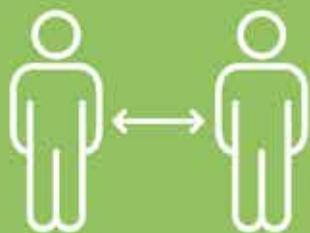
Miguel Elizalde dijo que fomentar la inclusión, el desarrollo económico y la igualdad para las mujeres en México y en el mundo, es uno de los principales objetivos de ANPACT. “Nuestro liderazgo a nivel global, viene con la responsabilidad de implementar acciones a favor de la igualdad de género, para que las futuras generaciones de mujeres encuentren mejores condiciones para su crecimiento y desarrollo profesional. Seguiremos impulsando el desarrollo de la mujer de manera decidida”. ■



2022  
**EXPOTRANSPORTE**  
ANPACT®

**CENTRO  
EXPOSITOR  
PUEBLA**

**5-6-7  
OCTUBRE  
2022**



**LA SALUD DE TODOS,  
ES PRIORIDAD DE  
EXPO TRANSPORTE  
ANPACT.**

REGÍSTRATE EN: **ExpoTransporte.com**

# EXPO TRANSPORTE ANPACT 2022

busca impulsar la reactivación de la industria nacional e internacional



Expo Transporte ANPACT 2022 busca ofrecer un escenario apto para la realización de transacciones económicas en toda la cadena de valor del autotransporte.

Por Monica Herrera

Después de dos cambios en la agenda, resultado de la pandemia por Covid-19, Expo Transporte ANPACT 2022, continua con el firme objetivo de impulsar la reactivación del mercado, mediante el encuentro de negocios más grande del continente.

El evento, que se llevará a cabo el próximo mes de octubre, en el Centro Expositor Puebla, espera contar con más de 46 mil asistentes durante los tres días; asimismo, se prevé la participación internacional de 30 países, de los cuales cerca de 15 serán representados como expositores.

De acuerdo con Alejandro Osorio, Director de Asuntos Públicos de Expo Transporte, con la edición 2022, se busca ofrecer un escenario apto para la realización de transacciones económicas en toda la cadena de valor del autotransporte.

“Expo Transporte será el escenario perfecto para realizar todas las operaciones de renovación de la flota de muchísimas empresas. Va a transformar la industria, será un punto de encuentro en que todos los clientes potenciales, formadores de mercado, autoridades de alto nivel, líderes empresariales y líderes de opinión van a estar ahí, bajo un mismo techo y con un solo propósito: Hacer crecer nuestra industria”.

Por otro lado, explicó que una de las razones que los llevó a cambiar la fecha

Una de las razones que los llevó a cambiar la fecha de la Expo, fueron las condiciones y medidas restrictivas sanitarias de otros países.

de la Expo, fueron las condiciones y medidas restrictivas sanitarias de otros países, lo que hubiera afectado su asistencia.

“Tenemos visitantes y participantes de todo el mundo: Estados Unidos, Canadá, Colombia, Chile, Brasil, entre otros. De Europa, tenemos a Reino Unido, España, Francia, Italia, Turquía y Alemania, por mencionar algunos”, declaró en entrevista para Inbound Logistics.

Cabe destacar que, hasta el mes de mayo, Expo Transporte ANPACT 2022 contaba con 300 expositores confirmados en un espacio de 70 mil metros cuadrados, lo que la convierte en la Expo más grande de México en su tipo.

Como resultado de la alta demanda, Osorio, explicó que se vieron en la necesidad de abrir un área adicional de exposición.

Finalmente, mencionó que quienes asistan a Expo Transporte ANPACT 2022, encontrarán importante avances tecnológicos en cuanto a la conectividad y comunicaciones de los vehículos para hacerlos más eficientes, seguros y que puedan brindar opciones de información a los centros de operación logística o de pasaje. ■

Movemos un mundo  
de intercambio comercial



 **AlmazoLine**  
CUSTOMS BROKER SERVICE

Soluciones integrales en logística de importación y exportación

[www.almazoline.com](http://www.almazoline.com)

## DHL Express México presenta la campaña ENVIAMANÍA y suma 11 años premiando la lealtad de sus clientes

*La compañía lanza, por onceavo año consecutivo, su promoción de verano que estará vigente durante los meses de junio, julio y agosto.*

Cada año, DHL Express México premia la lealtad y preferencia de sus clientes con una campaña para todas sus tiendas Retail. En 2022, por onceavo año consecutivo, la compañía lanza su ya tradicional promoción de verano que este año lleva por nombre: ENVIAMANÍA, manifestando así su compromiso con México al invertir en promociones para apoyar e incentivar la economía nacional y agradecer la predilección de sus clientes.

La campaña estará vigente durante los meses de junio, julio y agosto en las más de 720 tiendas de DHL Express de toda la República Mexicana. Podrán participar todos los clientes que realicen su primer envío y hasta tres envíos internacionales al mes, otorgándoles diferentes regalos acordes a la temática mensual. La promoción será válida al momento de realizar el pago del envío, ya sea en efectivo, tarjeta de crédito o débito.

La dinámica consiste en dar una tarjeta de lealtad al cliente a partir de su primer envío internacional, a la cual se le pondrá una estampa que acredite la realización del mismo, con obsequio de un artículo promocional. Esta tarjeta servirá como control y acreditación de la realización de hasta 3 envíos mensuales con los productos participantes. La Tarjeta DHLENNVIAMANÍA será renovada cada mes que dure la promoción para que los clientes sigan ganando premios.

Este año, DHL Express ofrecerá miles de productos para consentir a sus clientes con tres temáticas diferentes para cada mes que dure la promoción:

- **Junio:** DISFRUTA EL VERANO (artículos promocionales alusivos

a la temporada de calor y verano)

- **Julio:** BACK TO SCHOOL (artículos promocionales para el regreso a clases)
- **Agosto:** PREPÁRATE PARA EL FUTBOL (artículos promocionales referentes al futbol)

“Desde hace 11 años en DHL Express diseñamos estas campañas de lealtad en verano para agradecer la preferencia y el uso de nuestros servicios para cualquier persona que quiere mandar un paquete al extranjero. El objetivo es recompensar la fidelidad de usuarios que nos eligen como su aliado logístico en sus envíos internacionales; este año, con ENVIAMANÍA, contaremos con miles de artículos para consentir a nuestros clientes con temáticas diferenciadas cada mes que dure la promoción”, comentó Erika Quezada, VP de Retail de DHL Express México.

La campaña de verano: ENVIAMANÍA, estará respaldada en el producto Express Easy, un servicio de envíos de paquetería y documentos que ofrece soluciones simples y flexibles para personas físicas (envíos personales) y PyMES.

Este innovador servicio brinda una opción de envíos simplificada a más de 220 territorios, con tarifas estandarizadas sin importar a la ciudad específica a la que se dirige (América, Unión Europea y resto del mundo), que resultan mucho más económicas, pues el precio incluye el empaque y seguro de entrega.

Por una tarifa única según el destino y empaque seleccionado, es posible enviar a un costo menor todo lo que quepa en el peso permitido por empaque. Las opciones cubren envíos desde 0.5 a 25 kg. Express Easy está disponible en los más de 720 puntos de venta y en los locales de alianzas autorizados de DHL Express en todo el país.

“Nuestras exitosas campañas de retail realizadas por más de una década, respaldan nuestro compromiso



**Erika Quezada, VP de Retail de DHL Express México**

no sólo con el customer experience sino también con el país, apoyando a reactivar la economía nacional e impulsar el comercio internacional como aliado logístico para las pequeñas y medianas empresas, así como para el comercio B2C. Con Express Easy, las personas físicas y las PyMES tendrán una opción más sencilla y económica para exportar. Además de agradecer la preferencia de nuestros clientes, apuntamos a satisfacer sus necesidades por medio de procesos simples y flexibles”, mencionó Fernando Jiménez Riveroll, Director de Mercadotecnia y Relaciones Públicas de DHL.

Durante el 2021 la campaña Retail de DHL Express México tuvo excelentes resultados, incrementando los envíos internacionales en un 39% en comparación con el 2020. Las principales ciudades que más aprovecharon las dinámicas de la promoción fueron Chiapas (Costa), Mexicali, Tijuana (Norte y Sur), Coahuila (Frontera) y Ciudad Juárez, aumentando sus envíos en más del 100 % respecto al año anterior.

Para generar una experiencia más cercana con los clientes, la campaña contará con una importante presencia en las redes sociales de la compañía: Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, a través del hashtag #ENVIAMANÍA.

## SCANIA México presenta su primer camión 100% eléctrico

SCANIA, empresa global líder en el cambio hacia un sistema de transporte más sustentable, presentó su primer camión 100% eléctrico refrendando su compromiso corporativo y social hacia el combate al cambio climático. Con la presentación de este camión, SCANIA México logró reunir a empresarios de la industria del transporte pesado, así como a directivos globales de la firma, siendo este evento uno de los más importantes para este 2022.

“Los impactos positivos de SCANIA deben de venir desde el interior, nuestra filosofía y forma de hacer negocios, es y será el frente de nuestra organización, cada día sumamos esfuerzos por ofrecer productos que efectivamente reduzcan las emisiones contaminantes al medio ambiente. Nuestros compromisos adquiridos a lo largo del camino como nuestra adhesión a Pacto Global, Science Based Target Initiative, entre otros, buscan no sólo quedarse en el papel, sino de llevar a cabo verdaderamente acciones que nos ayuden a tener un mundo mejor”, comentó Andrés Leonard, Presidente de Operaciones Comerciales de América y Vicepresidente de Pacto Global Argentina.

El compromiso con el medio ambiente para la organización ha sido una de sus razones de ser y para SCANIA México desde 2018 continúa refrendándolo, siendo la primera sede de la firma en América Latina al adherirse a Pacto Global. El combate al cambio climático está en adoptar y desarrollar tecnologías sustentables, con ello se busca contribuir paulatinamente a lograr el equivalente a la reducción del 20 por ciento de las emisiones de carbono generadas por nuestros vehículos comercializados, tomando como base el 2015 hasta el 2025 a nivel global.

Por su parte, Alejandro Mondragón Cuevas, CEO y Presidente de SCANIA México, comentó que la presentación de este camión marcará precedentes en la historia del transporte en México, pues el objetivo es claro, “contribuir a disminuir las emisiones para tener un mejor presente y futuro, el planeta no tiene un plan b, el compromiso

es aquí y ahora, las empresas tenemos la responsabilidad de promover opciones de movilidad que sean más tecnológicas a fin de crear procesos más sostenibles con mejores soluciones de movilidad para nuestros clientes”, apuntó Mondragón.

Bajo esta premisa, el pasado 20 de abril, SCANIA presentó su primer camión eléctrico en México. Siendo éste el inicio de un gran camino, ya que la meta de la armadora es presentar cada año un vehículo de este tipo hasta llegar a tener camiones de larga distancia. La visión a largo plazo es que los vehículos fabricados y comercializados hacia el 2050 sean cero emisiones.

En esta primera fase de incubación en tierras mexicanas, “ya tenemos la demanda de más de cinco grupos transportistas en México que nos están pidiendo unidades eléctricas de buena capacidad de carga”, adelantó el CEO de SCANIA México.

SCANIA también tiene contemplado un plan financiero para que no se descapitalicen las

empresas que están interesadas en adquirir esta nueva tecnología. Esto incluye una solución de electrificación, un paquete de mantenimiento y planes de pago que acomode a los flujos de las compañías o socios comerciales.

En tanto, el director de Venta y Postventa de SCANIA Trucks México, Mauricio de Alba, comentó los detalles del camión, ambos con cabina P, cuentan con 2 configuraciones: inicialmente es un camión para distribución urbana en una versión 4x2 y 6x2 con disponibilidades de 5 baterías y una autonomía de 135 km; y de 9 baterías con 250 km de autonomía.

Ambos vehículos cuentan con una capacidad máxima de 250 kW de potencia. La capacidad de carga útil para los camiones de 4x2 es de 11.5 toneladas; sin embargo, para los de 6x2 su límite es de 18.5 toneladas. Aunque los camiones están programados para cargas generales de servicio urbano, también hay la posibilidad de configurarlos para aplicaciones como, recolección de residuos, grúas, mixers, caja seca o caja



refrigerada de uso urbano, entre otros.

De Alba reveló que SCANIA ofrecerá pólizas de mantenimiento “por un costo por kilómetro, se harán cargo de todas las reparaciones preventivas y correctivas, ofreciendo soluciones personalizadas para las necesidades de cada negocio”, apuntó.

El compromiso de la marca sueca con el medio ambiente está en todas sus acciones, no sólo es sus productos, por ello buscó contrarrestar la huella de carbono que pueda generar el evento para presentar este camión.

Para generar cero desperdicios de carbono neutral, SCANIA calculará con el GHG protocol el total de emisiones generadas directa e indirectamente, para después compensarlas con proyectos de captura de carbono. No sólo serán calculadas las emisiones asociadas al evento, también las generadas por el transporte de los asistentes, el staff y las del camión 100% eléctrico.

Además, se cuidó que la presentación fuera sustentable de manera integral para generar cero desperdicios. Los resultados de la cuantificación del evento serán dados a conocer en breve.

Este es el primer evento en el que SCANIA México mide su impacto ambiental y será importante la medición de los siguientes para compensar las emisiones generadas por sus acciones comerciales.

SCANIA es un referente en la electrificación del transporte. El día de hoy constató que es

posible la neutralización del carbono. Si quieres conocer más acerca de las acciones de la marca y a seguir el lanzamiento de este camión te compartimos la página web: [www.scaniamexico.com](http://www.scaniamexico.com)

## WAREHOUSING Y OPERADORES LOGÍSTICOS

Esta edición conecta a los socios de negocio por excelencia, dando a conocer el valor que ofrecen en materia de operaciones logísticas terceras.

Como complemento idóneo, conecta la demanda y la oferta en materia de almacenes y centros de distribución de última generación, tanto como la tecnología de punta para administrarlos.

¡Si proporciona servicios en cualquiera de estos rubros, aproveche la oportunidad de nuestra próxima edición para anunciarse!

**PUBLICIDAD**

Lic. Carlos A. Caicedo Zapata  
manager@il-latam.com  
México +52 555514-7914



**Pharr**  
International Bridge

# *Investing Big... ...For Faster Trade*

## *Pharr Bridge Expansion Project 4 Additional Lanes Preliminary Design Phase*



## *4 Additional Lanes to Expedite your Commercial Crossings!*

### *Additional Lanes*

- F.A.S.T. / Certified / Empties Lanes
- C-TPAT / OEA
- Gate-to-Gate (Mexico to U.S.)

### *Benefits & Advantages*

- Increased Truck Throughput and Capacity
- Reduced Border Wait Times
- Improved Safety and Security

*Your Essential Connection. Your Essential Business. Your Essential Bridge.*

For complete details on each project, please watch the video on our website and follow us on Facebook.

 @pharrbridge

(956) 402-4660

pharrbridge.com



*Más que un viaje de verano,*  
**UNA EXPERIENCIA DE VIDA**

Descubre un viaje único en el mundo.  
Paisajes, naturaleza, aventura y cultura a bordo de un tren espectacular.

Reserva en **chepe.mx**

 [chepeexplora@chepe.mx](mailto:chepeexplora@chepe.mx)

 800 122 4373