

# inbound **logistics**® **LATAM**

REVISTA LÍDER EN SOLUCIONES DE LOGÍSTICA  
NÚMERO 164, VOL. 16  
[www.il-latam.com](http://www.il-latam.com)

## **FUTURO DE LOS ALMACENES EN LA INDUSTRIA 5.0.: DEMATIC: SOLUCIONES EN AUTOMATIZACIÓN**

Arturo Flores. Vicepresidente de Operaciones Américas - Dematic

» REUNIÓN NASCO 2022, KANSAS CITY

» MISIÓN COMERCIAL DE PROPANAMA EN GUADALAJARA



## 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.

**Un futuro en el que quepan  
todas tus ambiciones y las soluciones  
más eficientes de operación.**

**Un futuro que se construye hoy.**

[kampusindustrial.com](http://kampusindustrial.com)



# CONTENIDO



**6** **EXPERTCOMMENT**  
3PL's en México

**10** **SOUTHAMERICALOGISTICS**  
América Latina con “sentimientos logísticos encontrados”

**14** **LOGISTICALHAPPINESS**  
Desafíos de los 3PL de servicios refrigerados

**18** **Futuro de los almacenes en la Industria 5.0.: DEMATIC: Soluciones en automatización**

**26** **Nearshoring, una oportunidad de mercado para el desarrollo inmobiliario industrial: Kampus Desarrollos**

**30** **Promologistics, compañía enfocada en el conocimiento, crecimiento y experiencia del sector logístico**

**36** **Misión Comercial en Guadalajara de PROPANAMA y CCIAP: ¿Por qué Panamá es un buen destino de inversión?**

**40** **Los bloques de construcción del cumplimiento omnicanal**

**48** **No es un juego de niños**

**54** **Optimizando el almacenaje en América Latina**

**58** **NASCO 2022 continental reunión en Kansas City**

**62** **FORUM**  
C12 Collab Day: la nueva experiencia de capacitación y colaboración en México

**64** **Next Issue**





# DESCUBRE MÁS HOTELES CITY CERCA DE TU NEGOCIO



SI TU NEGOCIO ES  
DE LOGÍSTICA  
EN HOTELES CITY  
ENCONTRARÁS  
MÁS DE 100 HOTELES  
EN 42 DESTINOS CON  
TARIFA CONVENIO



Si tienes tarifa convenio, reserva a través de City Access.  
Si aún no tienes convenio, escanea el código QR  
y déjanos tus datos para ofrecerte más beneficios.



HOTELES CITY.

CITY CENTRO. CITY EXPRESS  
Suites.

CITY  
EXPRESS  
PLUS.

cityexpress  
hoteles

cityexpress  
junior

CityPremios.  
Rewards by Hoteles City

☎ 55 5249 8080 [cityexpress.com](https://cityexpress.com)

©2022 Hoteles City. Todos los derechos reservados.

# [ EDITORIAL ]



## ADAPTACIÓN TECH FOR A CHANGE AUTOMATIZACIÓN

*El mundo evoluciona y la tecnología avanza en supply chain.*

La tecnología está en constante evolución para hacer que los CeDis sean más eficientes. Las mejores soluciones para cada centro de distribución están determinadas por los tipos de productos que se manejan. Mientras que la automatización de actividades manuales, aunque no es una idea nueva, es fundamental para que los procesos sean más eficientes y efectivos.

Esta automatización también puede ayudar a atraer candidatos para trabajos en centros de distribución y almacenes, ya que la fuerza impulsora detrás del interés, no solo es a reducción en los costos laborales, aunque eso sigue siendo clave, sino la falta de mano de obra.

Cabe destacar que el retorno de la inversión no proviene de reemplazar la mano de obra por equipos, sino de la capacidad de cumplir con los acuerdos de nivel de servicio. Además, la inflación también está impulsando el interés en la automatización.

Una forma de reducir la inflación, es volverse más eficiente con sus operaciones existentes.

Dicho esto, en Inbound Logistics LATAM trabajamos una edición impresa + digital para recorrer los pasos de transformación y adaptación a este mundo cambiante e irreversible.

**Guillermo Almazo**  
Publisher

Editado bimestralmente por: Negocios Editoriales Especializados SA de CV, Número 164 Año 16. Revista de los meses de octubre-noviembre 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 Donald 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. 164, Vol.16

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

Publisher	<b>Guillermo Almazo</b> publisher@il-latam.com
Editor	<b>Mónica Herrera</b> editor@il-latam.com
Director de Ventas	<b>Carlos Caicedo</b> manager@il-latam.com
Miami Office	<b>Gordon Harper</b> south@inboundlogistics.com
Director de Diseño	<b>Vincent Velasco</b> production@il-latam.com
Director Ejecutivo	<b>Víctor Almazo</b>
Contabilidad	<b>Erika Luna</b>
Fotógrafos	<b>Federico de Jesus</b>
Traducción	<b>Lorena Peralta</b>



Publisher	<b>Keith Biondo</b>
Editor	<b>Felecia J. Stratton</b>
Creative Director	<b>Sean Doyle</b>
Publication Manager	<b>Sonia Casiano</b>

### OFICINAS

México: +52 555514 7914

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

Síganos en Facebook  
Twitter y LinkedIn



# vesta

*Elevating Standards*



*Crecemos siempre pensando en atender las necesidades de las mejores empresas multinacionales en ubicaciones estratégicas para la manufactura ligera, logística y e-commerce, con edificios y parques industriales modernos, sustentables y con estándares de clase mundial.*

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



## EXPERTCOMMENT

Por: Arturo Frías  
CEO - GLOBAL LOGISTICS CONSULTING  
arturofrias@cadenalogistica.com

### 3PL's en México

La aparición del 3PL en México realmente ocurre en los años 80 cuando empresas como Procter and Gamble o General Motors deciden traer el concepto.

**A**lgunas empresas de operación logística se referieren a su presencia en el país a más de 60 años, es cierto y no, ya que en esos entonces esas empresas transnacionales solo ofertaban el freight forwarding y no la integración de los servicios base o básicos para ya definirlo como operadores logísticos, pero: ¿Qué es un 3pl?

Un 3PL es una empresa que se dedica a ofertar y dar servicios de procesos logísticos desde almacenamiento, transporte, inventarios, compra de stock de seguridad, planeación de la demanda, revisar las diversas temperaturas de los productos, control y proveeduría de sistemas diversos como: WMS,TMS,SCMS entre otros.

La asignación que algunas empresas de etiquetar sus servicios en 4pl o 5pl es de acuerdo al nivel de valores agregados en cuestión, sin embargo,

un 3pl es desde el simple almacén o transporte, dando paso a los clientes a generar esa toma de decisiones en virtud de mayor productividad, costo o servicio.

La aparición del 3pl en México realmente ocurre en los 80's cuando empresas como Procter and Gamble o General Motors deciden traer el concepto utilizando a socios de esta proveeduría en otras naciones o como sus aliados en otros países.

La evolución ha sido lenta en un principio, difícil de entender el valor agregado del 3pl cuando en nuestra idiosincrasia queremos tener control absoluto de todos los procesos y operaciones y así, tenemos un solo camión que seguramente esta parado la mitad del tiempo con todos los costos que genera pero por control, no lo otorgamos a una empresa de transporte o 3pl para que nos haga el



## MOVIDOS POR LA EFICIENCIA

TSOLCO.COM

### TMS

Optimiza tu transporte. Mejora la planeación de embarques y el rendimiento de operadores y unidades, con control en tiempo real.

### WMS

Mejora la visibilidad y exactitud de tu inventario, la productividad de tu equipo de trabajo y reduce costos.

### YMS

Logra completa visibilidad de tus activos, reduce tus costos operativos y gestiona la operación del patio en tiempo real.

### FORWARDING PLATFORM

Gestión de inicio a fin de la operación del comercio internacional, desde la cotización hasta la facturación.

### DOM

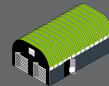
Gestión de órdenes e-commerce para lograr el cumplimiento eficaz, rentable y satisfactorio ante el cliente.



Consultoría y sourcing



Gestión de transporte



Gestión de almacenes



Gestión de patios



Sistema integral para reexpedidores



Gestión de órdenes e-commerce



Voice picking



Entrega directa en tienda



Visibilidad en la cadena



Hardware especializado para supply chain

## EXPERTCOMMENT

servicio, pero además nos cobre solo el tiempo de uso del recurso; principio aplicable a toda la oferta del 3pl.

Por ejemplo en esta evolución, en 1962 aparece la primer asociación como NACPDM por sus siglas enfocadas a la distribución física, para los 80's emigra a CLM Council of Logistics Management, ya con un enfoque logístico y en la actualidad CSCMP, con un enfoque a cadena de suministros que no es más que la conexión entre empresas logísticas, proveedores, fabricantes y distribuidores.

Nosotros en México creamos en 1993 la primer asociación de ejecutivos de logística y a partir de allí, el término se empezó a acuñar un poco más difundido por los mismos socios, me tocó ser presidente de la misma por 8 años, allí a los 5 años empezamos el primer piso de exhibición: Expologística donde se presentaron algunos 3pl's.

Ha sido largo el camino a la evolución pero sobretodo al entendimiento del concepto de la oferta de servicios y de todo el gran valor que provoca en el negocio un 3pl acertado.

En otros países el nivel de utilización del 3pl llega al 80% o más, depende del proceso o servicio. En México, no hay mediciones pero por estimación y referencias de algunos estudios asumimos no pasar del 35%, nos queda mucho camino por recorrer.

### ASPECTOS IMPORTANTES EN LA EVALUACIÓN DE UN 3PL

Los 7 parametros que usamos en el gabinete [www.cadenalogistica.com](http://www.cadenalogistica.com) entendiendo que tenemos primero que definir lo que vamos a buscar que nos provean. Como recomendación, nunca hagan lo contrario de ir a buscar un 3pl y luego definir lo que requieren, es siempre al revés. Estos son los parámetros:

- Servicios
- Cobertura
- Escalabilidad



- Flexibilidad
- Tecnología
- Costos
- Referencias

Hoy en día lo principal de un 3pl sigue siendo la famosa teoría de las tres dimensiones:

- FLEXIBILIDAD
- SERVICIO
- COSTO

Es decir, tenemos que generar que nos de alguna de estas tres dimensiones mejor de lo que actualmente operamos, por ejemplo *flexibilidad* puede ser, capacidades en tiempos de pico de venta como almacenaje o unidades. *Servicio*, si tengo un nivel de 92% de entregas a tiempo mejorarlo con el 3pl que tiene más volumen, carga, frecuencias y sinergia deberá ser muy simple y sencillo y finalmente *costo*, si mi costo logístico es 100, pero si con sus aplicaciones de costos compartidos y recursos te diera un 80, entonces esto haría sentido.

Por otra parte y con respecto al tiempo de implementación tengan mucho cuidado, hay que llevar en paralelo el take cover, ya que hay operaciones tan complejas que exigen al menos 3 meses de acompañamiento y lo más importante del 3pl, tienen que trabajar de la mano con el cliente, es como un matrimonio.

En cuanto a las especialidades del operador logístico, hay algunos especializados por región o por unidades de negocio o verticales, por ejemplo, algunos dedicados al e-commerce, a temas de temperaturas: seco, frio y congelado, por cierto, en el siguiente link pueden

ver información acerca del congreso de Cadena de Frío que organizamos: [www.congresocadenafria.com](http://www.congresocadenafria.com)

Si continuamos hablando del tema de cadena de frío, es muy delicado el manejo de tres temperaturas ya que no estamos acostumbrados a tanto control en tiempo real y trazabilidad, sin embargo, la tendencia es muy marcada hacia lo que viviremos en corto, por ejemplo en Europa muchos países manejan al menos 70% en cadena fría, lo que requiere como frutas, verduras, food service, farma, etcétera y sin embargo la misma canasta de productos en México, no llega ni al 15% en cadena fría, por lo tanto, existe un área de oportunidad en mermas altísima y el operador logístico va a ser el elemento clave en este desarrollo, al igual que en la última milla.

También se habla en estos últimos años de escasez en transporte: unidades, choferes, gerentes, capital humano, espacio en almacenes, el efecto nearshoring y última milla, por lo tanto y para ir concluyendo, el papel del **3PL OPERADOR LOGISTICO** es **MAS RELEVANTE**.

Una de las cosas más impactantes que podremos hacer como logísticos será acercarse a un operador logístico y trabajar en conjunto de forma integrada.

Estamos viviendo la época de crecimiento, evolución y madurez del operador logístico, los invito a tomar ventaja de ese impacto por demás directo en el estado de resultados de las empresas. ■



**LIDERAZGO E INNOVACIÓN EN SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO  
CON PRESENCIA EN CENTRO Y SUDAMERICA**



**RACK AUTOSOPORTADO ACABADO EN  
PINTURA EPÓXICA POLIÉSTER HORNEADA**



**RACK SELECTIVO SENCILLO Y  
DOBLE DEEP ACABADO EN PINTURA  
EPÓXICA POLIÉSTER HORNEADA**

**RACK DINAMICO ACABADO  
EN PINTURA EPÓXICA  
POLIÉSTER HORNEADA**



**RACK PUSH BACK ACABADO  
EN PINTURA EPÓXICA  
POLIÉSTER HORNEADA**



**RACK DRIVE IN ACABADO  
EN PINTURA EPÓXICA  
POLIÉSTER HORNEADA**

**EMPRESA ASOCIADA:**



**ECOPRO**

CLIMATIZACIÓN Y VENTILACIÓN  
EN ESPACIOS INDUSTRIALES

**INGENIERÍA APLICADA EN MANEJO DE MATERIALES S.A. DE C.V.**  
JUAN IGNACIO MATUTE N° 124, COL. ARCOS SUR, ZAPOPAN, JALISCO, MÉXICO. C.P. 45150  
TELS. (+52) 33 36162429 - 33 3616 9385 - 33 36162474

E-MAIL: [ventas@iammsa.com.mx](mailto:ventas@iammsa.com.mx)  
[www.iammsa.com.mx](http://www.iammsa.com.mx)



# SOUTHAMERICAN LOGISTICS

Por Ricardo Ernesto Partal Silva \*

## América Latina con “sentimientos logísticos encontrados”

Los costos del transporte para las grandes compañías ascienden a entre el 15 y el 18 por ciento de sus ventas.

**E**n esta presentación abordaré un tema trascendental que involucra directamente a toda la cadena de suministro Latinoamericana y caribeña: “La operación logística en todas sus formas”. Para ello me apoyaré en un excelente trabajo que publicó la empresa Solistica.com empresa integradora de soluciones logísticas 3PL de Latinoamérica con operaciones de clases mundial. Posee operaciones en siete países: Brasil, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala, México, Panamá. *A quién agradezco la gentileza de colaborar en aportar su artículo e imágenes, como base para esta publicación.*

El 1° de septiembre de este año, ya próximo a culminar; Solistica.com actualizó datos relevantes, que se extraen de congresos y prestigiosas instituciones.

Dice el artículo: “A pesar de los avances en la integración comercial de América Latina, sigue existiendo

un rezago en comparación con Asia y Europa que solo se superará con la colaboración de los sectores público y privado. Esta perspectiva fue abordada en abril de este año, por la Asociación Latinoamericana de Logística (ALALOG) en su primera asamblea anual con la participación de representantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú y Uruguay. ¡Qué mejor que esta referencia regional para graficar sobre el tema que nos ocupa!

José Antonio García, presidente de la Asociación de Operadores Logísticos en México expuso el panorama actual de la logística en su país: “a pesar de contar con 117 puertos marítimos y 27.000 kilómetros de vías ferroviarias, tenemos mucho por mejorar”. Agregó que el costo de la logística en México representa 14% del PBI, sostuvo que las carreteras y los puertos son inversiones privadas,

y que la única regulación existente es que las compañías extranjeras no pueden operar el transporte terrestre, por considerarse una actividad estratégica”.

Una situación similar fue manifestada por el resto de los países por lo que al final del evento se resumieron los siguientes puntos de desventajas competitivas del sector logístico en la región:

- La normativa en logística que rige en los países difiere totalmente y en algunos casos es inexistente, lo que impide un desarrollo estratégico y cooperativo en la región que frena el crecimiento de empresas transfronterizas.
- Solo en Argentina (100%), Brasil (98%), Perú (90%) y México (75%) se reconoce la presencia de operadores logísticos y de servicios de tercerización como un punto fuerte para el desarrollo de la economía de un país.
- La visión estratégica de los proyectos logísticos a nivel nacional pierde continuidad debido al cambiante entorno político e ideológico de los gobiernos actuales, entorpeciendo, o en algunos casos, suspendiendo su ejecución.
- La actividad logística en los diferentes países reporta elevados costos, concentrados en consumo de combustibles y peajes por uso de carreteras, y una ineficiente gestión y estandarización de los procesos portuarios.
- El sector se enfrenta ante el reto de crear o rehabilitar nuevos sistemas para el transporte (principalmente ferroviario), así como intercambiar información mediante canales digitales hacia el interior de los países y entre ellos.

### **PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD DE LA REGIÓN**

Los costos del transporte para las grandes compañías ascienden a entre el 15 y el 18 por ciento de sus ventas, pero el peso es aún más grande para las pequeñas y medianas empresas, para las cuales representa más del 42 por ciento de sus ingresos. Esto frena el comercio y hace perder productivi-



dad y competitividad a las empresas latinoamericanas.

Las causas de este rezago en la integración son muy obvias para los observadores del sector:

- Escasez de servicios logísticos de calidad que puedan formar y atender de manera eficiente a una cadena de suministros interregional.
- Infraestructura deficiente, o incluso inexistente, no solo en grandes puertos y aeropuertos, sino también en carreteras y vías férreas.
- Falta de implementación de lo más avanzado en tecnologías de la información y de comunicación.
- Engorrosa burocracia en trámites aduaneros que frenan el tránsito fluido de mercancías.
- Alto índice de inseguridad que obliga a hacer gastos adicionales para garantizar la protección e integridad de las cargas.

### **LOS TRATADOS COMERCIALES, ¿SON EL MOTOR DEL DESARROLLO LOGÍSTICO?**

México, Chile, Colombia y Brasil son los países latinoamericanos que más han invertido en soluciones logísticas obligados por los tratados de libre comercio establecidos con otras naciones.

Las inversiones gubernamentales en construcción de carreteras y renovación de puertos y aeropuertos, aunado al desarrollo de empresas logísticas que incorporan tecnología y mejores prácticas, ofrecen servicios

de operadores logísticos comparables a los de otras partes del mundo, han permitido la creación de cadenas de suministro eficientes. Una tarea pendiente, sin embargo, sigue siendo la modernización de los trámites de importación en varias naciones latinoamericanas, donde las mercancías deben pasar a depósitos fiscales antes de ingresar al territorio nacional, lo cual incrementa los costos y prolonga los tiempos de entrega.

### **PROVEEDORES LOGÍSTICOS Y GOBIERNOS, UNA COLABORACIÓN NECESARIA**

La participación gubernamental debe verse reflejada en el desarrollo de Políticas Públicas; de infraestructura; en la integración y homologación de los trámites de exportación e importación a fin de agilizar el paso de las mercancías por las aduanas.

Los proveedores logísticos no solo sirven como empresas de transporte de mercancías, sino que se comportan como socios estratégicos de los fabricantes y comercializadores, brindando otros servicios que aportan visibilidad y valor a la cadena de suministro. Mejorar los procesos logísticos con la educación y capacitación del personal en cada uno de los temas vinculantes a la logística. Es de mencionar como de gran importancia que, muchas universidades de la región, empresas logísticas e instituciones vinculadas; están ofreciendo programas académicos especializados en la creación, desarrollo e implementación de cadenas de suministro

# SOUTHAMERICAN LOGISTICS

eficientes, así como en el uso de las TI para digitalizar y optimizar los procesos.

## EL EJEMPLO DE CHILE Y LA ATRACCIÓN DE INVERSIÓN

En la región, Chile ha puesto el ejemplo en cuanto a desarrollo logístico. En segundo sitio después de Panamá, un centro neurálgico de la logística por la operación del canal transoceánico, el país del Cono Sur ha promovido una mejor infraestructura y trámites aduaneros ágiles.

En un estudio sobre la infraestructura en la región en 2016, el BID estimó las ganancias que tendría América Latina al mejorar su infraestructura:

- 20% más inversión directa extranjera (IDE) llegaría a la región.
- 12% adicional de IDE en los países enlazados por acuerdos comerciales de integración.
- Mayor atractivo si se mejorara el estado de derecho para garantizar el cumplimiento de contratos en menos tiempo.

Si bien estos datos fueron modificados por la pandemia provocada por el Covid-19, ambos países no mermaron en su Política Pública, todo lo contrario afianzaron sus sistemas aprovechando la virtualidad que obligó a llevar los procesos a mejor término; por lo que los encuentra en un momento altamente favorable para encarar la demanda mundial de abastecimiento.

## INTEGRACIÓN CON UN MODELO LOGÍSTICO

La Unión Europea se ha instituido en un ejemplo a seguir, ya que su integración comercial, que culminó con el libre tránsito de mercancías y personas a partir de 1993, ha resultado ser la principal razón para la reducción de costos logísticos y para el fortalecimiento de las exportaciones a todo el mundo.

América Latina, tomó conciencia de la importancia de una logística ágil y eficiente para mejorar la integración comercial entre las naciones



y la competitividad de las empresas. Pero, aun cuando se ha avanzado en los planes de integración, y algunas empresas logísticas ya han comprobado que, para su factibilidad y eficacia, es necesario aceitar el engranaje y acelerar su implementación.

Otro factor que ejerce presión en el aceleramiento del desarrollo de la logística como base para la integración son los acuerdos comerciales intra regionales e internacionales, los cuales urgen a que los países dejen atrás una visión local para adoptar una basada en el consenso y la colaboración. La participación de los sectores público y privado debe basarse en la convergencia de objetivos a fin de facilitar la ejecución de los planes para crear e implementar cadenas de suministro eficientes que impulsen la productividad y la competitividad. (Logística Justa; la denomina la Organización Mundial de Ciudades Plataformas Logísticas).

## INTERESES PARA UN AVANCE LOGÍSTICO EN LA REGIÓN

Las áreas en que deben centrarse los esfuerzos para lograr una mayor integración en América Latina son:

- Infraestructura, con la creación de redes de transporte Multimodal, plataformas y centros logísticos que integren servicios aduanales ágiles con sistemas de telecomunicaciones que faciliten el intercambio seguro de información a lo largo de la cadena de suministro.
- Servicios, que vayan más allá del transporte para incidir en la creación de valor para las empresas exportadoras e importadoras.
- Procesos, enfocándose en la automatización, la armonización y la simplificación a fin de dar visibilidad a las mercancías desde

su origen hasta su destino, facilitando su paso por instalaciones aduanales.

- Información, con la integración y homologación de sistemas para garantizar que puedan operar unos con otros y sea fácil verificar la validez de la documentación de las cargas.
- Gestión, mejorando los sistemas de supervisión de procesos y de trámites.
- Institucionalidad, fomentando el diálogo entre el sector público y privado y la coordinación de tareas conjuntas.
- Regulación, a fin de armonizar los reglamentos y mejorar la transparencia.
- Generación de Políticas Públicas en la materia.
- Trabajar en las disrupciones logísticas preventivas, como el PLO (Programa de Logística Preventiva) que lleva adelante la Organización Mundial de Ciudades Plataformas Logísticas.

Finalmente, todas las empresas necesitan optimizar sus cadenas de suministro de una u otra manera, y lo mismo sucede con los operadores logísticos, quienes deben mejorar sus procesos para poder ofrecer servicios cada vez más eficientes. En este contexto, es fundamental implementar tecnologías logísticas de última generación. ■

\* Ricardo Ernesto Partal Silva es Presidente de la Organización Mundial de Ciudades y Plataformas Logísticas (OMCPL), Secretario del Centro Profesional de Actividades Logísticas de Argentina (CEPAL), Director Ejecutivo y autor de Integración Empresarial por Corredores Bioceánicos. Se le puede localizar en los correos: ricardo.partal@omcpl.org y rutalogica@gmail.com

# 2023 | LOGISTICS WORKSHOPS

FEBRERO 24, 2023 CANCÚN

## SOLUCIONES CLAVES PARA TU EMPRESA:

- ✓ Almacenamiento e Inventarios
- ✓ Cadena de Suministro
- ✓ Abastecimiento y Compras
- ✓ Manufactura
- ✓ Transporte
- ✓ Logística de Última Milla

TALLERES  
CONFERENCIAS  
NETWORKING

## CONFERENCISTAS



**ING. RAÚL LÓPEZ**  
Director General  
IAMMSA



**JOSÉ M. SAMPERIO M. Sc.**  
Consultor Técnico  
USAPEEC LATAM



**ING. RICARDO MARTÍNEZ**  
Director General / CLUSTER  
INDUSTRIAL IDER



**ING. RAFAEL GUTIÉRREZ**  
Gerente de Proyectos  
y Nuevos Negocios  
IAMMSA / Grupo SISA

## EMPRESAS PARTICIPANTES



Registrate



PATROCINADOR OFICIAL



PATROCINADOR OFICIAL



MEDIA SPONSOR

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



# LOGISTICALHAPPINESS

Por: Logixtic\*

## Desafíos de los 3PL de servicios refrigerados

El almacenamiento en frío opera en un entorno con leyes estrictas sobre contaminación para el caso de EE.UU. y algunas aplicables para México y América Latina.

La clave de la última milla y las soluciones logísticas 3PL (Third Party Logistics), se consolidan cada vez más. En un artículo anterior desarrollamos las virtudes y ventajas de este modelo de operación logística desarrollado por terceras partes con los acuerdos de nivel servicio ANS, (los cuales son usados como los métodos contractualmente válidos). En esta ocasión abordaremos el tema de conservación, refrigeración y congelamiento, como parte de las especialidades.

Los almacenes refrigerados son principalmente de tres tipos:

**De uso público:** Estos almacenes funcionan como proveedores de servicios para garantizar el buen almacenamiento de productos alimenticios refrigerados para el público en general.

**Para uso privado:** Se utiliza para el almacenamiento de productos alimenticios, refrigerados, fríos, alimentos crudos como carne o ver-

duradas, e incluso medicamentos que salvan vidas, los cuales son de propiedad de una determinada empresa.

**Para obras de uso mixto combinado:** las dos aplicaciones mencionadas anteriormente en cumplimiento de la legislación aplicable (fiscal, administrativa, etcétera).

La logística de última milla es realizada sobre vehículos con cajas refrigeradas o de congelamiento, las cuales varían en sus presentaciones, formas y tamaños, pero generalmente su uso se asocia al tipo de producto y su control de temperatura para garantizar la cadena de frío: frutas, carnes, yogurt, hielo o helados manejan condiciones diferentes a nivel operativo por obvias razones del producto.

En este espacio abordaremos las cinco pruebas que consideramos más fuertes a nivel comercial para los prestadores de estos servicios de 3PL con cadena de frío, es solo una pequeña guía para saber elegir correctamente estos servicios especializados.





### **LOS CINCO 5 PRUEBAS PARA LA FELICIDAD REFRIGERADA DE UN 3PL**

Los llamados "almacenes de almacenamiento en frío" ofrecen control de temperatura para alimentos perecederos como carne, aves o incluso medicamentos farmacéuticos que requieren temperaturas controladas como las vacunas.

Las especialidades operativas del almacenamiento han evolucionado mucho utilizando flujos de trabajo de entrada y salida de paletas completas, pero dadas las condiciones de compra cambiantes, se ha incluido la versatilidad de incluir flujos de trabajo de comercio electrónico con mercancía suelta; esta condición hace más compleja la consolidación de pedidos, el reempaque y la distribución física.

El almacenamiento en frío opera en un entorno con leyes estrictas sobre contaminación para el caso de EE.UU. y algunas aplicables para México y América Latina. Estos almacenes están obligados por ley a tener la capacidad de rastrear el inventario desde su granja o proveedor de origen, de lo contrario, corren el riesgo de recibir costosas multas gubernamentales, la bancarrota o cierre. Los 3PL de almacenamiento en frío

llaman a esta capacidad "trazabilidad aguas arriba". El constante contagio de las variantes de Covid-19 ha agravado esta necesidad de trazabilidad y algunos minoristas como Walmart o Target requieren trazabilidad incluso para hacer negocios con un 3PL de almacenamiento en frío. En consecuencia, los almacenes frigoríficos deben tener trazabilidad de los productos en caso de retirada. Realizar esta logística inversa es muy compleja, requiere infraestructura adicional por la contaminación y es costosa.

#### **Prueba No. 1: Trazabilidad sobre un sistema de WMS.**

El uso de etiquetas tipo TAG sobre RFID para el control de la temperatura, son la tendencia para garantizar la integridad del producto y por supuesto para rastrearlo físicamente. Romper la cadena de frío en algunos productos farmacéuticos, como las vacunas, hace que el lote, el contenedor o el producto completo deban ser desechados necesariamente, ya que rompen la integridad de conservación. Por lo general, los almacenes de almacenamiento en frío usan el número de lote para rastrear el origen del inventario mediante el uso

de convenciones personalizadas de nomenclatura de lotes que indican el origen del inventario. El seguimiento de la fecha de vencimiento del inventario y la temperatura de un congelador de lote específico es muy importante para mantener el inventario fresco y descartar o devolver el inventario vencido. La herramienta necesaria para los 3PL Warehouse Manager; es un WMS que permita realizar un seguimiento automático de los números de lote y las fechas de caducidad y la integridad de la cadena de frío.

#### **Prueba No. 2: Tarifas diferenciadas.**

En esta industria, los sistemas de tarifas para manejo de mercancías refrigeradas incluyen la facturación basada en el peso de las paletas entrantes y salientes. Quienes prestan estos servicios fundamentan con toda lógica estas tarifas mediante el uso y eficiencia energética, en razón a los altos costos de servicios públicos y mantenimiento para los sistemas de refrigeración o congelamiento; esta realidad hace que la rentabilidad sea un desafío y aumenta la importancia de la facturación precisa y oportuna para garantizar un flujo



de efectivo constante. Como parte del proceso de administración de inventario y un componente crítico de los ingresos de un 3PL, muchos almacenes de almacenamiento en frío facturan a los clientes tarifas de almacenamiento recurrente en función del peso de su tarima. Por ejemplo, si una paleta pesa de 1 a 1000 kilos, habrá un cargo diferente en comparación con una paleta que pesa de 1000 a 1500 kilos. Los 3PL de almacenamiento en frío, han desarrollado tarifas fijas y variables en virtud del uso del espacio en las cámaras de refrigeración y esfuerzo que requiere el manejo por peso de las tarimas.

### **Prueba No. 3: Control de Peso.**

Medir el peso capturado a medida que se procesa la carne, el pollo, derivados; algunas frutas y verduras y otros tipos de inventario sensible a la absorción de humedad determina cambios en el peso del inventario. En consecuencia, los 3PL deben realizar un seguimiento del "peso capturado" de los envíos entrantes y salientes. El peso capturado es un término en la industria alimentaria que significa el "peso aproximado" para productos alimenticios que varían en tamaño. Los 3PL que suministran productos de almacenamiento en frío deberían considerar la adopción de un WMS que permita a los almacenes registrar el peso capturado.

**Prueba No. 4: Oferta de servicio.** En este mercado feroz y competitivo no hay tiempo de congelarse, estos prestadores de servicios refrigerados y congelados y sus empresas están obligadas a buscar constantemente factores para diferenciarse en relación con: flota de vehículos adaptados a las necesidades del cliente, ahorro de energía, La velocidad del servicio, 24/7 o non stop, ajustes por el efecto látigo en virtud a las fluctuaciones de la demanda y nuevos volúmenes, configuración de Kits, combos, formación de pedidos de varios productos y de varios proveedores, rutas complementarias o compartidas, los asuntos de seguridad de las carreteras, los horarios y rutas de circulación; en esta industria siempre existe la certeza de enfrentar algún desafío o distintos eventos, al final del día; de eso se trata este negocio.

**Prueba No. 5: Realidad comercial.** Disponibilidad, rentabilidad, eficiencia, costo razonable, justo a tiempo son las frases del cliente del 3PL, la curiosa condición es que... ¡El cliente lo quiere todo al mismo tiempo.!

Las razones de estas peticiones se fundamentan en el desarrollo del concepto de 3PL que significa Third Party Logistics y se refiere a la externalización de todo o en partes de la

operación logística de una empresa. Un operador o proveedor de servicios en esta categoría hace las veces de un intermediario entre el dueño del proceso y los clientes finales. Lo que dice la frase es que el enfoque está en el servicio al cliente final.

Los clientes pedirán ser confiables al 3PL de maneras inimaginables, todo se trata de saber elegir por el servicio;!!.

*Si tuviera que elegir entre la luz de la mañana y la luz de su mirada Cuando se mete aquí en mi alma. Si tuviera que elegir de mil amores los que quiera. O tenerla a ella solita Mientras dure la existencia.*

**Fuente:** Fragmento de la canción de Ricardo Montaner. Si tuviera que elegir. DRA.

\* "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 "ix" que significa mago en Maya. A este equipo se le puede contactar por medio de: [gerencia@gruporayuelamx.com](mailto:gerencia@gruporayuelamx.com)

# C12

## SAVE THE DATE

LA PRIMERA COMUNIDAD COLABORATIVA  
EN LOGÍSTICA Y MOVILIDAD

### NUESTRAS COMUNIDADES



LOGISTICS



MOBILITY

### ACTIVIDADES

Educación | Networking | Negocios | Experiencias

### EVENTOS

# C12

Sede en Hotel Xcaret Arte  
**5-7 DE JUNIO  
2023**

# C12 COLLAB DAY

CDMX, LEÓN, MTY

CONTACTO VENTAS

55 2906 8655

rsantaella@c12community.com

44 2382 4014

buyers@c12community.com



¡Únete y Colabora  
Con Nosotros!

Partner Educativo



Aliados Estratégicos



Medios Oficiales





# **FUTURO DE LOS ALMACENES EN LA INDUSTRIA 5.0.:**

## **DEMATIC: SOLUCIONES EN AUTOMATIZACIÓN**



Por: Redacción Inbound Logistics LATAM

**S**i nos preguntamos, como funciona un centro de distribución o un almacén de una manera más rápida y eficiente, debemos por fuerza, entender que estos espacios tienen vida propia a partir de sistemas que lo automatizan. Allí está la respuesta.

No obstante, y a pesar de que la automatización de los almacenes ha venido evolucionando rápido en los últimos años, hay que preguntarnos ¿En qué consiste y cómo ha transformado a la industria?

#### ■ ENTENDER LA INDUSTRIA 5.0

Este concepto surgió en Europa y desde hace unos años, se está convirtiendo en un eje para el desarrollo económico de las naciones. “Hablar de industria 5.0 implica una interacción total de las máquinas con el humano. Es decir, a medida que las tecnologías se vuelven más inteligentes y están más conectadas, la Industria 5.0 tiene como objetivo fusionar las capacidades de inteligencia artificial con la inteligencia humana y el ingenio en las operaciones colaborativas”, afirma Arturo Flores, Vicepresidente de Operaciones para Américas.

A pesar de que históricamente hay décadas de diferencia entre las diferentes revoluciones industriales, actualmente el número de instituciones, empresas y gobiernos que están trabajando en torno a la industria 5.0 ha ido exponencialmente al alza. ¿La razón? La evolución tan rápida que existe en el desarrollo tecnológico para los diferentes sectores económicos.

La industria 5.0 busca optimizar el desarrollo de tecnologías que ofrezcan una interacción armónica con el ser humano, opuesto a reemplazarlos. Si bien los robots son mucho más consistentes que los humanos y mejores en trabajos de precisión y repetición, son inflexibles e incapaces a la adaptabilidad y el pensamiento crítico que nos definen como humanos. “También, la industria 5.0 reconoce que el hombre y la tecnología deben de estar interconectados para, primero, satisfacer el incremento constante de los diferentes mercados en la complejidad de las operaciones (por ejemplo: manufactura, ensamble, distribución) y, segundo, cumplir con la capacidad de rápida escalabilidad de las empresas, que a raíz del COVID-19 hemos visto que ha sido un reto crucial para diversos sectores” aclara Arturo Flores, directivo de Dematic.

En países menos desarrollados, la migración hacia la Industria 5.0 será lenta y habrá un momento dónde la adopción de las tecnologías 4.0 y 5.0 serán simultáneas. En la mayoría de los países en vías de desarrollo, apenas se está realizando la transición de trabajos manuales hacia la automatización. La parte clave para el rápido desarrollo es buscar que empresarios, gobierno y clientes, vean los beneficios y trabajen de manera conjunta para realizar la migración lo más rápido y eficientemente posible.



## DEMATIC en números

- Sede global en Atlanta, Georgia.
- Tiene centros de ingeniería en más de **35** países, incluyendo uno en México.
- Instalaciones de fabricación en América del Norte, Europa, China y Australia, siendo una de las más grandes la planta de manufactura ubicada en el Parque Industrial Finsa Guadalupe en Monterrey, Nuevo León.
- Más de **11,000** empleados en todo el mundo.
- **900** empleados en México.
- Más de **8,000** sistemas instalados de todos los tamaños y niveles de complejidad para todo tipo de industrias, incluyendo algunas de las marcas líderes globales.
- Más de **200** años de operación a nivel mundial y **8** años de iniciar operaciones en México.

Por lo tanto podemos comprobar eso con la industria 4.0 a pesar de la resistencia inicial del ser humano hacia la transición a la automatización, una vez que se utiliza la tecnología para hacer que un proceso sea más eficiente, no tiene sentido volver a la antigua forma de hacer las cosas y más cuando los mercados se vuelven más competitivos.

### ■ MÉXICO Y AMÉRICA LATINA: ¿MADUROS EN AUTOMATIZACIÓN?

Los estragos provocados por la pandemia, particularmente con las medidas de confinamiento que ocasionaron el paro de producción de muchas empresas, principalmente aquellas consideradas no esenciales, provocaron que las compañías pusieran en la mesa el valor de la tecnología en las nuevas formas de operar, que sin lugar a duda llegaron para quedarse.

Directivos de Dematic, con los cuales tuvimos oportunidad de dialogar, nos comentan que si bien México, ya se encontraba en una transición para hacer de la tecnología una herramienta complementaria en sus procesos productivos, la pandemia permitió que se incrementará significativamente la inversión en este tipo de tecnologías.

Un estudio de DuckersFrontier y Microsoft señala que México se encuentra listo para la adopción de esta tecnología en la economía, la sociedad y el mercado laboral, con posibilidades de incrementar el Producto Interno Bruto (PIB) a niveles que van de 4.6% a 6.4% para 2030, por ello, es vital adoptar una mentalidad encaminada a maximizar la adopción de esta tecnología para la automatización de tareas.

“En este sentido el uso de nuevas tecnologías puede ser un multiplicador de fuerza que ayude a generar soluciones para algunos de los desafíos más grandes que enfrenta nuestro mundo en la actualidad”, argumenta Arturo Flores, VP de Operaciones, Américas de Dematic.

### ■ INDUSTRIAS QUE HAN LOGRADO UNA TRANSICIÓN A UN MODELO 5.0

Se han ubicado dos segmentos que han mostrado una evolución más acelerada en la implementación de soluciones tecnológicas y que van desarrollándose para ingresar al modelo 5.0.

En primer lugar, la industria del comercio electrónico, la cual enfrentó un crecimiento acelerado a partir de la pandemia.

De acuerdo con el Estudio de Ventas Online 2022 de la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), en 2021 el valor de las ventas minoristas (Retail) fue de 401,300 millones de pesos, con lo que este canal representó el 11.3% de las ventas minoristas totales en el país. Y en total el e-commerce tuvo un crecimiento del 27% respecto al año anterior. Este incremento representó para las empresas del sector, adecuar su operación para atender los picos de demanda con mano de obra limitada y es justo en ese momento, cuando se hechó mano de la automatización para dar celeridad a los procesos y cumplir con los tiempos de entrega para el consumidor final.

La segunda industria es la de manufactura, que ya venía presentando interés en la transformación digital y fue la automatización que les ayudó a enfrentar la escasez de mano de obra, derivado de la pandemia.

Por lo tanto, el uso de la tecnología 5.0 ha permitido no sólo una conexión más rápida, sino un aumento en la

productividad, mejor visibilidad de los procesos y eficientar los procesos de comunicación.

De acuerdo con el informe Perspectivas Económicas realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 2020 se tuvo una caída del PIB de 9.2% a nivel global y se espera que la recuperación económica se vea impulsada por las exportaciones, principalmente por aquellas empresas manufactureras que se encuentran integradas a la cadena de valor y que están echando mano de las nuevas tecnologías.

A continuación, la entrevista que hicimos al VP de Operaciones para Américas de DEMATIC, Arturo Flores:



Arturo Flores. Vicepresidente de Operaciones Américas - Dematic

**INBOUND LOGISTICS LATAM (ILL): ARTURO, EMPECEMOS CON LO BÁSICO Y LA PREGUNTA ES: ¿POR QUÉ LA AUTOMATIZACIÓN DE ALMACENES APUNTA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA 5.0, ES DECIR, ¿CÓMO LA AUTOMATIZACIÓN COADYUVA A MIGRAR A UN MODELO DE INDUSTRIA 5.0?**

**ARTURO FLORES (AF):** Aunque es una realidad que México vive una divergencia importante en el uso de tecnologías y aunque hay empresas que ya inician pruebas para migrar a la industria 5.0, algunas otras se encuentran en 4.0 pero otras más están muy retrasadas, lo cierto es que para las compañías implementar soluciones tecnológicas es una necesidad para afrontar los desafíos de la actualidad.

Y es que si bien, la automatización ha estado presente en nuestras vidas desde el mismo origen de la humanidad, pocas veces somos conscientes de su presencia, como por ejemplo, con la creación de la rueda.

En este sentido, la automatización es parte esencial de cualquier transformación industrial, pues su objetivo esencial es el de optimizar procesos y hacer más eficiente la operación de cualquier industria.

La industria 5.0 viene a darnos la posibilidad de empoderar y ubicar en el centro de los procesos económicos y de producción al ser humano. En el ámbito de las soluciones de automatización los robots colaborativos y el uso de software inteligente, se harán cada vez más presentes, sobre todo

aquellos que permitan la integración humano-tecnología siendo el primero el agente dominante del proceso y del modelo productivo.

**ILL: ¿CÓMO LLEVA A CABO DEMATIC EL PROCESO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA LA CONVERGENCIA ENTRE MÁQUINAS Y HOMBRE DE MANERA COLABORATIVA?**

**AF:** Si nos ponemos a pensar cómo estamos ahora y cómo estábamos hace 40 años, sin duda, vivimos una realidad que antes sería incluso fantástica o que sólo podía ser plasmada en la ciencia ficción.

Actualmente los límites entre el hombre y la tecnología se han vuelto más difusos, incluso al hablar de conceptos como Metaverso sabemos que podremos migrar, vivir y convivir en un entorno totalmente digital.

En Dematic, al diseñar o estructurar programas de automatización especializados para Centro de Distribución (CEDIS), nos centramos en la optimización de los recursos sin perder del centro al ser humano.

En primer lugar, establecemos la creación de soluciones personalizadas en las que se incluye un abanico de productos que pueden ser adaptados a las necesidades individuales de cada industria o cada empresa. Esto se logra mediante una evaluación integral de la operación, se detectan las áreas de oportunidad y se plantean soluciones

específicas para cada una de ellas.

Se trabaja en el empoderamiento humano, al delegar tareas mecánicas, peligrosas, rutinarias o que requieran un esfuerzo físico mayor a las soluciones automatizadas. Así los seres humanos se enfocarán en aportar su inteligencia y experiencia en tareas que abonen al desarrollo del negocio.

En tercer lugar, buscamos que al colaborar humanos y soluciones automatizadas se agilice la cadena de producción, reduciendo errores y optimizando procesos.

Por último, y no menos relevante, desde hace casi 5 años, en Dematic hemos concretado sinergias más estrechas con nuestros clientes que buscan que sus inversiones en sistemas de automatización estén mayormente alineadas con la reducción de emisiones de carbono, tendencia a nivel global que en diversas regiones se ha vuelto parte de sus marcos regulatorios.

Ahora bien, de manera interna, nuestra planta de Monterrey es un vivo ejemplo de la transición hacia un modelo de industria 5.0. Nuestra estrategia operativa y de crecimiento se centra en el ser humano, en nuestros colaboradores, desde esta perspectiva es factible trazar una ruta de acción que permita la eficiencia operativa de nuestras instalaciones logrando vincular a las personas con las máquinas para lograr un cumplimiento satisfactorio. Este modelo

nos ha permitido posicionar esta instalación como una de las más importantes y productivas a nivel mundial al ser un eslabón clave en la manufactura de sistemas intralógicos a nivel mundial. De hecho, se trabaja actualmente en un proceso de expansión para duplicar su tamaño.

### **ILL: ¿POR QUÉ ES TAN RELEVANTE LA AUTOMATIZACIÓN DE ALMACENES Y CUÁLES SON LAS TENDENCIAS PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS?**

**AF:** Los cambios iniciados por la Industria 5.0 son imparables e irreversibles. Las tendencias definen que los procesos en los Centros de Automatización se cimentarán en la capacidad de soluciones cada vez más personalizadas, eficientes y predictivas en alianza con especialistas más capacitados que puedan generar una producción más segura y sostenible.

Las empresas que no migren a este modelo no tardarán en ser más obsoletas y en el peor de los casos, desaparecer. Es importante que el ajuste de cada empresa se realice de la mano de expertos, como Dematic, que permitan una conversión digital para seguir siendo competitivas.

### **ILL: ¿QUÉ SOLUCIONES ESTÁ GENERANDO DEMATIC PARA DESARROLLAR LA INDUSTRIA 5.0 ¿EN QUÉ SOLUCIONES O APLICACIONES DIGITALES ESTÁ CENTRADO EL DESARROLLO DE INDUSTRIA 5.0, DENTRO DE DEMATIC?**

**AF:** En Dematic creemos que una solución inteligente es la que se ha aplicado correctamente y proporciona los resultados logísticos y la rentabilidad que los clientes necesitan. Si bien muchas soluciones Dematic pueden basarse en tecnologías y procesos estándar, otras pueden implicar la aplicación de nuevos equipos, sistemas y procesos empresariales innovadores.

Dematic reconoce que la innovación es un importante motor competitivo, por lo que nos esforzamos continuamente para ofrecer soluciones que conduzcan a una ventaja competitiva.

También reconocemos que la nueva tecnología no es la única forma de innovación. Dematic a menudo ayuda a los clientes a innovar combinando ideas, desarrollando e implementando procesos nuevos e inteligentes.

Desde el desarrollo de los sistemas automatizados de almacenamiento y recuperación (AS / RS por sus siglas en inglés) hasta los pioneros en sistemas de transporte de acumulación y clasificación de alta velocidad, Dematic ha estado constantemente a la vanguardia de la innovación en sistemas de logística y manejo de materiales.

### **ILL: ¿CÓMO SE LLEVA A CABO EL PROCESO DE AUTOMATIZACIÓN Y CÓMO HA EVOLUCIONADO EN EL CASO DE LA INDUSTRIA 5.0?**

**AF:** En Dematic creemos en un enfoque de colaboración para desarrollar una solución que satisfaga necesidades precisas. Con nuestro conocimiento y experiencia en la industria y nuestra cartera de soluciones de clase mundial, trabajamos estrechamente con los clientes para comprender a fondo su negocio, su estrategia y sus limitaciones para crear el sistema ideal.

## **Soluciones DEMATIC de última generación**

- **Conveyor.** Los sistemas de transportadores de DEMATIC manejan palés, carros, cartones, paquetes, bolsas, bandejas, contenedores y muchos otros tipos de embalajes y materiales. Estos sistemas resistentes son ideales para operaciones de fabricación o distribución.
- **Sortation-Solutions.** Sistemas de clasificación utilizados por distribuidores minoristas líderes de paquetes, fletes, logística de terceros, catálogo, hardware y otros que requieren un manejo de producto rápido, preciso y rentable.
- **Cross-belt sorter system.** Una solución de clasificación de alta velocidad y precisión para operaciones de distribución y almacenamiento.
- **DMS (Dematic Multi-Shuttle).** Es un sistema AS / RS "shuttle" de próxima generación para el almacenamiento y la recuperación automatizados de cajas, piezas pequeñas u otros productos almacenados, incluida la manipulación de bandejas, contenedores o bultos individuales.
- **GTP (Goods to person).** Las soluciones para el picking mercadería a persona entregan los elementos directamente a las estaciones de picking, eliminando el tiempo sin valor agregado necesario para que los operadores busquen los elementos.
- **ASRS.** Se trata de soluciones prediseñadas con las más modernas tecnologías de control. Todos los sistemas están diseñados para un funcionamiento fiable y silencioso.
- **Software.** La cartera del software Dematic iQ adopta un enfoque holístico en toda la operación para el cumplimiento de los pedidos y la gestión del ciclo de vida de las instalaciones. Ofrece adaptabilidad inteligente, confiabilidad, eficacia y velocidad, al reducir los tiempos del ciclo y realizar envíos de manera más rápida sin afectar la precisión de los pedidos ni la agilidad operativa.
- **Pick to voice.** Las aplicaciones de Pick-to-voice o Put-to-voice utilizan un software de reconocimiento de voz sofisticado para optimizar la eficiencia y precisión a través de sistemas de visualización móvil y por voz.
- **Auto Store.** Es un sistema de almacenaje y preparación de pedidos Goods-to-Person ultra-compacto que permite incrementar la eficiencia del picking de unidades con la máxima flexibilidad y escalabilidad.
- **FMCF (Flexible Mixed Case Fulfillment).** Los sistemas de paletizado y despaletizado automático de DEMATIC responden a la necesidad de enviar un gran volumen de cajas de distintos tamaños y formas para entregar directamente en la tienda.





El diseño, la fabricación, la instalación y la puesta en servicio de un sistema logístico automatizado requieren un equipo de profesionales con muchos años de experiencia y conocimientos en la industria.

**ILL: ARTURO, HÁBLANOS DEL CENTRO DE INNOVACIÓN DEMATIC ¿QUÉ ES EL CENTRO DE INNOVACIÓN DEMATIC?**

**AF:** Dematic tiene un impresionante historial como innovador. En una industria donde los grandes avances a menudo están separados por décadas, Dematic ha liderado el camino cuando se trata de diseñar e implementar nuevas estrategias y soluciones revolucionarias para transformar la eficiencia de la logística de la cadena de suministro.

En Monterrey, NL., Dematic ha instalado el Centro de Innovación e Ingeniería más grande de Norteamérica, bajo el programa de Ingenieros Comisionados, en el cual ha forjado un equipo de profesionales que se encargan del estudio, diseño, aplicación y optimización de soluciones relacionadas con las operaciones logísticas de las empresas buscando la satisfacción de los clientes, la reducción de los cos-

tos, la optimización de los procesos y la maximización de ganancias.

El programa de Ingenieros Comisionados inició de manera paralela a la llegada de la compañía a México hace casi 8 años, el equipo estaba integrado por menos de 10 ingenieros, sin embargo, su ímpetu, creatividad y manera de pensar "fuera de la caja" los convirtió en una referencia en la compañía a nivel mundial. Esto ha logrado que actualmente el programa tenga más de 150 ingenieros mexicanos. La compañía tiene muy claro que los mexicanos tienen un potencial excepcional y está apostando por ellos, para que desarrollen una carrera en una compañía multicultural, en la que hoy pueden atender un proyecto en México, pero mañana puede que estén en Egipto o en Estados Unidos.

**ILL: ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS O HACIA DÓNDE VAN LAS SOLUCIONES DE AUTOMATIZACIÓN DE DEMATIC?**

**AF:** Hoy, Dematic sigue llegando a nuevas fronteras. El revolucionario y fabricado en Monterrey, Dematic Multishuttle 2 para el almacenamiento en búfer y la secuenciación es un ejemplo

sobresaliente. Los nuevos diseños en el ensamblaje de pedidos de alta velocidad para productos de caja mixta y la clasificación de transportadores de alta velocidad demuestran nuestros últimos avances tecnológicos.

Y en el futuro, Dematic continuará introduciendo nuevos conceptos y soluciones para ofrecer resultados sobresalientes para los clientes.

**ILL: ¿QUÉ OPORTUNIDADES EXISTEN EN MÉXICO PARA ALCANZAR UNA AUTOMATIZACIÓN HOMOGÉNEA?**

**AF:** Actualmente existe un temor o duda a lo desconocido, existen muchos mitos alrededor del uso de nuevas tecnologías como el que son supletorias de la mano de obra, que se vuelven obsoletas, que son muy caras. Sin embargo, cuando se piensa a largo plazo, en una inversión que tendrá beneficios como mayor eficiencia, procesos más precisos, mayor productividad, a la larga, todos estos mitos quedan mitigados.

Existen sectores, como el manufacturero que, aún apuesta por la mano de obra, sin embargo, la contingencia nos ha enseñado que debemos contar con herramientas que nos permitan

atender situaciones extraordinarias como fue la crisis sanitaria.

La migración hacia la Industria 5.0 es lenta, y habrá que vivirse un momento entre la Industria 4.0, la Industria 5.0 y la Industria que apenas está yendo a tecnologías del tipo 4.0. Por lo que habrá momentos donde vivirán 3 eras tecnológicas simultáneamente, lo importante es buscar que empresarios, gobierno, y clientes vean los beneficios para que la migración sea lo más rápido posible.

### **ILL: FINALMENTE ARTURO ¿SABEMOS QUE EN FECHAS RECIENTES ASUMISTE LA POSICIÓN DE VICEPRESIDENTE DE OPERACIONES DE DEMATIC PARA AMÉRICA, QUÉ RETOS ASUMIRÁS DESDE ESTA POSICIÓN?**

**AF:** Se trata de una oportunidad que me ofrece la empresa para hacerme cargo de los centros de fabricación de Nuevo León en México, Grand Rapids, MI, Salt Lake City, UT y un centro de distribución en Dallas, TX, en Estados Unidos. lo que me permitirá incrementar las capacidades en América y en nuevas regiones y mercados del continente.

Tengo muy clara la misión de convertir nuestros centros de fabricación en espacios seguros, sustentables y en los que las personas sientan el deseo de trabajar. Poner al ser humano en el centro de nuestra estrategia nos permite consolidar equipos fuertes, íntegros y comprometidos con el desarrollo de la compañía.

El modelo de negocio de Dematic requiere que todos los Centros de Fabricación operen de manera cronometrada, garantizado tiempos de entrega para la consolidación final de las soluciones que reciben nuestros clientes, por ello debemos buscar el cumplimiento de los más altos estándares tecnológicos y obtener una calidad total en los productos que salen de cada uno de ellos.

Para Dematic es fundamental lograr una estandarización de las manufactureras, igualando sistemas de clase mundial, y compartiendo y aprendiendo de las mejores prácticas. Todos somos parte del futuro de la logística, todos construimos la industria 5.0 ■

## **DEMATIC: Diseño e implementación de soluciones**

### **Consultoría y Análisis**

El equipo DEMATIC de consultores y analistas experimentados proporciona una visión profunda de las operaciones comerciales que analizan el rendimiento máximo, promedio y fuera de temporada. Los datos recopilados se utilizan para diseñar mejores estrategias de almacenamiento, almacenamiento en búfer, secuenciación, selección y clasificación. Los servicios de consultoría de DEMATIC abarcan desde el diseño completo del sistema hasta las auditorías operativas para la optimización continua del sistema.

### **Simulación**

La simulación por computadora es una herramienta clave en el diseño e ingeniería de sistemas complejos de manejo de materiales. Es particularmente útil para identificar posibles cuellos de botella y probar alternativas antes de hacer un compromiso final.

### **Ingeniería mecánica y estructural**

La fiabilidad y la calidad son características de los equipos de ingeniería mecánica y estructural. Los ingenieros de DEMATIC establecen los puntos de referencia de mejores prácticas para la industria de manejo de materiales a través de investigación y desarrollo, diseño y estimación, selección de equipos, estándares de fabricación e implementación de sistemas.

### **Ingeniería de controles**

El equipo de ingeniería de controles es una fortaleza clave. Los controles sofisticados y confiables son vitales para medir, monitorear y controlar la automatización del sistema. Un ejemplo típico es el seguimiento, la fusión, la acumulación y la clasificación de cajas en transportadores. Otra es precisamente localizar, almacenar y recuperar palets en almacenes automatizados de gran altura.

### **Software y TI**

El software de DEMATIC y los ingenieros de TI desarrollan plataformas que pueden personalizarse para cumplir con requisitos específicos. El equipo de consultoría de DEMATIC proporciona experiencia en logística, análisis de datos, tecnología, software, TI, redes y diseño de soluciones para ayudar a los clientes a alcanzar sus objetivos estratégicos y operativos.

### **Gestión de la construcción**

La sincronización de un sistema de manejo de materiales con sus instalaciones es fundamental para el rendimiento continuo del sistema. El equipo de administración de construcción de DEMATIC tiene la experiencia para integrar las instalaciones de la cadena de suministro y la construcción de edificios para maximizar la eficiencia y minimizar el costo.

### **Gestión de proyectos**

DEMATIC se enorgullece de proporcionar una excelente gestión de proyectos que hace que la implementación sea una experiencia fluida y satisfactoria. Los gestores de proyectos de DEMATIC proporcionan un punto de contacto clave. Su función es facilitar la comunicación con los clientes para garantizar que el proyecto se entregue a tiempo y dentro del presupuesto. Los gerentes de proyectos de DEMATIC asignan recursos, desarrollan y mantienen el plan y el cronograma general del proyecto, documentan los problemas y riesgos, y aseguran que se cumplan la seguridad, la calidad, los códigos, las ordenanzas y los estándares en el lugar de trabajo.

### **Planificación operacional y soporte**

DEMATIC trabaja en estrecha colaboración con sus clientes para desarrollar soluciones prácticas que satisfagan sus necesidades comerciales. Establecen una comprensión colectiva de la solución óptima con una gestión de proyectos e integración eficaz y colaborativa. El objetivo es reunir todos los subsistemas necesarios e integrarlos en una solución perfecta

# DEMATIC

Las soluciones automatizadas de **DEMATIC** para el almacenamiento y manejo de materiales tienen un sólido retorno de la inversión con la reducción de requerimientos operativos y optimización de su cadena de suministro, logrando:

- Reducir el espacio requerido, tiempos de **cumplimiento**, costos de mano de obra, errores y transacciones.
- Optimizar el flujo de material e información, procesos y **gestión** de inventario.
- Aumento de **productividad**, rendimiento y precisión, así como de ergonomía y seguridad.



# NEARSHORING,

una oportunidad de mercado para el desarrollo inmobiliario industrial:



Por Mónica Herrera  
Editora Inbound Logistics LATAM

Hechos como la expansión del Covid-19 en China, el inicio de la pandemia mundial y las medidas sanitarias tomadas por gobiernos en 2020, dieron paso a cambios y tendencias positivas para el sector logístico, industrial y de manufactura en México.

Si bien, ciertos segmentos inmobiliarios se vieron afectados y con variaciones negativas que aún no terminan de recuperarse, el sector inmobiliario industrial mostró resultados bastante positivos, gracias a la llegada de diversas compañías internacionales que buscan relocalizar sus cadenas productivas en México, tendencia mejor conocida como “Nearshoring” y a la expansión de empresas ya existentes en nuestro país, bajo ese mismo fenómeno.

De acuerdo con la consultora británica Deloitte, México figura como un territorio sumamente atractivo gracias a la cercanía que tiene con uno de los principales mercados a nivel mundial: Estados Unidos y Canadá socios estratégicos del T-MEC, por lo que la demanda de espacios industriales continúa en aumento.

Lo que se confirma con el último reporte de la consultora Datoz, al señalar que el sector perfila cerrar el 2022 como un año de consolidación, ya que durante los primeros nueve meses se absorbieron 4.37 millones de metros cuadrados, cifra cercana a la registrada en todo el 2021.

Cabe destacar que al cierre del tercer trimestre del año, en los 21 mercados más dinámicos del país se inició la construcción de 4 millones de m2 de espacios industriales especulativos, Build-To-Suit (BTS) y propios, la cifra más alta desde que Datoz tiene registro.





Bajo esta premisa, expertos en la materia aseguran que el potencial del segmento inmobiliario industrial se detonará en los próximos años y posteriormente continuará con ese dinamismo de manera gradual en línea con un crecimiento constante.

Bruno Martínez, CEO de Kampus Desarrollos, destaca en entrevista para Inbound Logistics Latam, que el Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos (T-MEC), sumado a la guerra comercial entre este último y China, así como la pandemia, le ha permitido al país ganar terreno y observar mayores oportunidades de crecimiento en este ámbito.

“Con la emergencia sanitaria, las grandes empresas se dieron cuenta de que China no puede ser la fábrica del mundo. A partir de ahí, se comenzó a observar un crecimiento en dos etapas diferentes: una prepandemia en la que se hubo un aumento en la parte logística; y una segunda, durante la emergencia, en la que ya existió un fuerte posicionamiento. Es justo en esta segunda fase en la que se comenzó

a ver una importante demanda por grandes espacios industriales”.

Sin embargo, dicha situación se ha convertido en un reto para los desarrolladores nacionales de parques industriales como Kampus Desarrollos en la Zona Metropolitana de Guadalajara, (ZMG) Jalisco, debido a que la demanda ha sobrepasado la oferta.

### **Kampus Desarrollos hace frente a la demanda**

Recientemente, la Asociación de Parques Industriales del Estado de Jalisco (APIEJ) reportó, que hasta el tercer trimestre del año, se registró una absorción de 290,000 metros cuadrados, lo que representa una cifra de vacancia mínima.

Ante esta situación y consciente de la oportunidad que representa hoy en día, Kampus Desarrollos trabaja siguiendo una estrategia muy clara, a la que su CEO ha denominado “*Espec-To-Suit*”.

“Normalmente, el desarrollo industrial, sobre todo el de manufactura, va muy de la mano con el desarrollo

BTS. Hoy en día, las empresas solicitan espacios con ciertas características y es imposible desarrollar un edificio desde cero en poco tiempo, por lo que hemos decidido que nuestro desarrollo Kampus Industrial Santa Rosa, sea un edificio muy estandarizado de manera especulativa”.

Ubicado en el Corredor Industrial de El Salto, en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos, Kampus Industrial Santa Rosa es un proyecto especulativo de 40 mil metros cuadrados, en su primera fase, el más grande en su tipo que ha desarrollado en el estado.

Kampus Industrial Santa Rosa goza de cercanía con el nuevo macrolibramiento, que conecta al Puerto de Manzanillo con la ZMG sin entrar a ella y permite una rápida movilidad, además cuenta con salida hacia la carretera de Chapala-Guadalajara y se encuentra a pocos minutos del Aeropuerto Internacional de Guadalajara.

Asimismo, Bruno Martínez, explica que la compañía también se encuentra trabajando en otro proyecto denomina-



do Kampus Industrial Santa Catalina, ubicado en Zapopan y con el que sumarán a su oferta, 3.5 millones de pies cuadrados de área rentable. “A eso le estamos apostando en Kampus Desarrollos y ese es el objetivo que tenemos para atender la demanda actual”.

### **Desarrollador industrial institucional: un objetivo cada vez más cerca**

Para el CEO de Kampus Desarrollos, uno de los principales y más importantes objetivos a corto plazo, es convertirse en el desarrollador industrial institucional que represente a Jalisco. Además de finalizar la renta de los edificios dos y tres del parque industrial Santa Rosa, mismos que se prevé, sean entregados en marzo y junio de 2023, respectivamente.

De igual forma, comenta que una vez cumplido lo anterior, la empresa buscará expandir su modelo de desarrollo de parques industriales hacia otras partes de la República Mexicana. Siempre, siguiendo los pilares y filosofía que rigen a Kampus Desarrollos: seguridad, operación armónica y eficiente, sustentabilidad ambiental e inclusión social.

“Queremos convertirnos en los parques más seguros de México con una serie de infraestructura y protoco-

los que les permitan a nuestros clientes e inquilinos estar tranquilos de que su operación va a seguir adelante. Así como generar espacios que sean eficientes y sustentables”.

Motivo por el cual la compañía se ha comprometido a que todos sus proyectos logren obtener la certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design).

Con respecto al tercer y último pilar, Kampus Desarrollos busca que todos y cada uno de sus proyectos

otorguen un valor agregado a la región y a sus habitantes, por lo que desde el inicio de Kampus Santa Rosa, trabajó en conjunto con las autoridades municipales y estatales para donar una porción del terreno y utilizarlo en beneficio de los ciudadanos.

“Esto es lo que ofrecemos en Kampus Desarrollos, espacios industriales clase A de primer nivel con los mayores estándares de construcción y administración”, finalizó Bruno Martínez, CEO de Kampus Desarrollos. ■



# PROMOLOGISTICS,

COMPAÑÍA ENFOCADA  
EN EL CONOCIMIENTO,  
CRECIMIENTO Y EXPERIENCIA  
DEL SECTOR LOGÍSTICO



Por: Mónica Herrera  
Editora Inbound Logistics LATAM





Felipe Ordóñez, director general adjunto de Promologistics

## Promologistics y AOLM, una asociación de valor

Felipe Ordóñez, director general adjunto de Promologistics destacó en entrevista para Inbound Logistics que esta incorporación representan un parteaguas en el crecimiento de la empresa, misma que tras 17 años de experiencia tomó la decisión de participar de una forma más activa en la industria.

“Durante estas casi dos décadas, nuestro principal objetivo fue crecer como empresa y mantener los niveles de servicios que hoy en día tenemos. Por lo que una vez cumplida esa meta y después de un proceso de evaluación, decidimos que era momento de aprender y compartir experiencias y mejores prácticas con los demás participantes del sector”.

Como asociado, Promologistics busca cumplir con tres principales objetivos: El primero de ellos, es lograr una participación más activa y de sinergia con las demás empresas incorporadas a la AOLM.

El segundo, es aportar la experiencia que los 17 años de trabajo les ha otorgado. “Como sector ayuda que todos podamos compartir las cosas que nos han funcionado, los topes y las buenas oportunidades que hemos tenido”, mencionó.

Como tercer objetivo a cumplir, Felipe Ordóñez destacó que buscan aprovechar al máximo los recursos que brinda la asociación, tales como los foros y herramientas que, en conjunto, coadyuven a madurar el proceso de crecimiento de Promologistics.

A nivel mundial, la logística representa un factor clave para el dinamismo económico en cualquier nación, por lo que contar con una infraestructura adecuada es vital para garantizar el crecimiento de las economías.

México, por ejemplo, cuenta con una infraestructura bastante robusta, la cual, a través de sus 117 puertos marítimos, 370,000 kilómetros de carretera, 76 aeropuertos, 66 vías ferroviarias y 49 aduanas, garantizan y promueven el transporte y distribución de las mercancías a nivel nacional e internacional.

De acuerdo con el Banco Mundial, en 2018, México ocupó el lugar número 47, dentro del ranking de desempeño logístico conformado por 155 países.

Sin embargo, a lo largo de los últimos años y principalmente durante la pandemia por Covid-19, el territorio mexicano reforzó su papel como hub logístico, resultado de sus redes viales y de transporte, el tamaño de su economía y desde luego los productos que se fabrican y exportan.

Así como por su ubicación geográfica, ya que funge como vecino próximo de Estados Unidos y puerta de entrada al centro y sur del continente americano, además de tener acceso a los océanos Pacífico y Atlántico.

Hechos que por décadas ha beneficiado a todos y cada uno de los

participantes del sector, entre los que destacan empresas 4PL o *Fourth Party Logistics* (también conocido como LLP o Lead Logistics Provider), quienes diseñan y optimizan al máximo la eficiencia de la cadena de suministro gracias a su experiencia y capacidad tecnológica como operador logístico.

Ejemplo de ello es Promologistics, una compañía experta en el diseño y ejecución de soluciones personalizadas para la cadena de suministro; quien, en meses recientes, se incorporó a la Asociación de Operadores Logísticos de México (AOLM).





Como asociado a la AOLM, Promologistics busca cumplir con tres principales objetivos: participación más activa; aportar la experiencia y aprovechar al máximo los recursos.

### Proceso de crecimiento, inversiones y aprendizaje

Si bien el 2020 representó un gran reto, resultado de la pandemia y las medidas de confinamiento, Promologistics recuerda este año y el 2021, como un proceso de oportunidades en el que tuvieron que adelantar inversiones para hacer frente a la demanda.

“Durante la época fuerte de la pandemia, una parte de nuestro negocio se disparó, todo lo relacionado con el comercio electrónico, razón por la que, de alguna forma, nos vimos obligados a adelantar las inversiones destinadas a tecnología. Los años anteriores, estábamos enfocados solo a la parte de procesos y

habíamos dejado un poco de lado la tecnología”, explicó.

Por lo que, aunado al cambio en el comportamiento del consumidor y el aumento del e-commerce, la compañía vio la oportunidad perfecta para adecuar sus operaciones a “la nueva normalidad” y operar con mayor agilidad y rapidez. Lo anterior, sin dejar de lado el comercio tradicional, el cual se encuentra en camino a retomar su actividad y cifras prepandemia.

“Después de esos años complicados, la parte de comercio tradicional ya volvió a reactivarse; sin embargo, hay que tomar en cuenta que el comportamiento del consumidor no será como antes, ese factor ya evolucionó.



Así que adecuamos la operación con tiempos y expectativas de servicio mucho más ágiles, ese ha sido nuestro foco de atención en los últimos dos años”.

Asimismo, mencionó que en entre las inversiones más importantes realizadas, además de aquellas enfocadas al tema tecnológico, han sido en materia de capital humano. Principalmente, para aprovechar el esquema de trabajo híbrido, lo que ha ayudado a la integración de más personal capacitado, la creación de más productos y servicios, y por ende, de una mayor infraestructura.

“El recurso humano es una parte fundamental para el crecimiento de la empresa. Hoy en día contamos con una estructura tanto operativa como administrativa que nos permite operar con un gobierno corporativo claro y una independencia de que funciona. Desde mi punto de vista, los procesos y la tecnología, son consecuencia del valor que tiene el capital humano”.

### ¿Qué esperar para 2023?

El Director General adjunto de Promologistics expresó que uno de los mayores retos que tienen para el próximo año es enfrentar la preocupación e incertidumbre que se observa en el entorno económico, resultado de la inflación.

Por lo que han implementado acciones para controlar el aumento de costos y lograr un equilibrio con la rentabilidad. Esto con el objetivo de impactar lo menos posible en las cuentas de los clientes y permitir que sigan operando.

“Nuestro foco ha sido en la eficiencia y la productividad para poder trabajar en cada cuenta y encontrar esas áreas de oportunidad que nos permitan ayudarle a los clientes, al tiempo que nuestros, como empresa, afrontamos con mayor tranquilidad los meses venideros”.

Finalmente, explicó que pese a los buenos resultados que ha tenido el sector en los dos años anteriores, el problema más grande que enfrentan actualmente es la falta de espacios industriales. ■



promo**logistics**<sup>®</sup>

*Brindamos las mejores herramientas flexibles,  
ágiles y personalizadas para las soluciones  
logísticas que tu empresa necesita.*

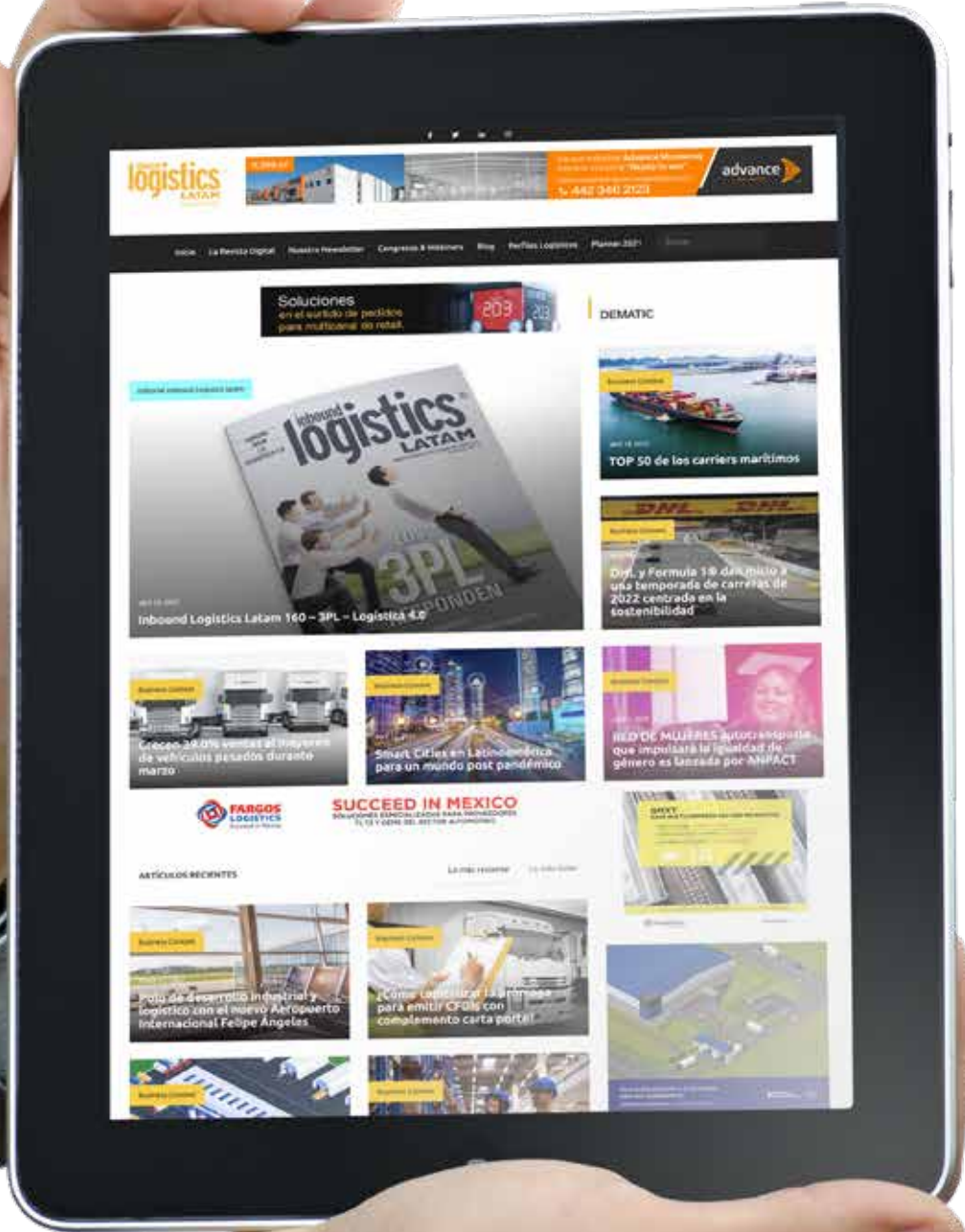
- Almacenaje
- Picking & Packing
- Preparación de producto
- Distribución
- Entrega (B2B y B2C)
- Logística Inversa



[www.promologistics.com.mx](http://www.promologistics.com.mx)

[contacto@promologistics.com.mx](mailto:contacto@promologistics.com.mx)





# ¡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!

# MISIÓN COMERCIAL EN GUADALAJARA DE PROPANAMA Y CCIAP: ¿POR QUÉ PANAMÁ ES UN BUEN DESTINO DE INVERSIÓN?

Por: Mónica Herrera  
Editora Inbound Logistics LATAM  
Enviada especial

Las relaciones comerciales entre México y Panamá se vieron fortalecidas en 2014 con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre ambas naciones, el cual entró en vigor en julio de 2015, con el objetivo de profundizar la integración económica, consolidar la seguridad jurídica en las transacciones internacionales con Panamá y abrir nuevos mercados a las exportaciones mexicanas.

De acuerdo con el Observatorio de Complejidad Económica (OEC), durante los últimos 25 años las exportaciones de México a Panamá han tenido un incremento a una tasa anualizada de 2,94%, desde \$252M en 1995 a \$520M en 2020. Siendo los

medicamentos envasados el principal producto exportado hacia Panamá y el aceite de coco hacia México, lo que representan \$115M y \$1,69M, respectivamente.

Por esa razón, PROPANAMA, la Embajada de Panamá en México y la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP), llevaron a cabo la Misión Comercial en Guadalajara, Jalisco, evento en el que se dieron cita empresarios mexicanos y panameños, quienes tuvieron como objetivo entablar y cerrar negocios entre ambas naciones.

Durante dos días, se realizaron paneles de networking enfocados a temas financieros, migratorios, fis-

cales y de inversión en Panamá, los cuales tuvieron como sede principal el Hotel Hilton Guadalajara.

Para dar inicio al primer día de actividades, el Embajador de Panamá en México, S.E. Alfredo Oranges, dio la bienvenida a empresarios, inversionistas y a la delegación panameña que lo acompañaba. En su discurso, enfatizó las ventajas que ofrece su país natal a quienes decidan hacer negocios.

“Por su posición geográfica, Panamá puede ofrecer una plataforma logística de primer orden en el continente. Somos una economía abierta, tenemos una posición y un canal que llegan a más de 1,960 puertos



del mundo. Esa es nuestra ventaja logística. Somos un país logístico con amplias opciones de inversión”, señaló el Embajador Oranges.

Por su parte, Stephanie Pragnell, Coordinadora de la Unidad de Inversiones de PROPANAMA, explicó las razones por las que Panamá puede ser una plataforma para el éxito de sus negocios. Destacó, además, la calidad de vida, servicios y seguridad que Panamá ofrece a todas aquellas personas que buscan hacer negocios en el país, tomando ventaja de los diversos tratados y acuerdos de libre comercio que se tienen con 59 países, mismos que a su vez, permiten crear lazos en Europa, Asia y Medio Oriente.

En el caso específico de la relación con México, Pragnell detalló que existen ciertos sectores que presentan una oportunidad de desarrollo para ambos países, tales como: la economía naranja, cinematografía, infraestructura, logística, distribución de productos y energía sustentable.

“Instalarse en Panamá es muy conveniente, ya que en el último año fue el país número 7 en vuelos internacionales globalmente, reflejando lo conveniente que es llegar a cualquier parte del mundo”, mencionó Pragnell.



**Stephanie Pragnell.**  
Coordinadora Unidad de Inversiones PROPANAMA



**S.E. Alfredo Oranges.**  
Embajador de Panamá en México.



**Asistentes al Foro Conectando con Panamá.**





Representantes del Gobierno panameño en el panel: Conectando con Panamá



Asistentes al foro



Empresarios panameños y mexicanos en el netwok que propició el evento



## PANAMÁ, EL LUGAR IDEAL PARA LA INVERSIÓN

Posterior a la participación de la Coordinadora de la Unidad de Inversiones de PROPANAMA, se dio inicio el panel de discusión sobre inversión, en el que participaron:

- Marcio Goti, Gerente Ejecutivo de Instituciones Financieras y Financiamiento de Proyectos, Banco Nacional.
- Marcela Galindo, Presidenta de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá.
- Kirla Araúz, Vicepresidenta de la Comisión de Migración, Colegio Nacional de Abogados.
- Diego Ortiz de Zevallos, Subadministrador de PROPANAMA.
- Ricardo Icaza, Director de Desarrollo Comercial y Residencial de Panamá Pacífico.
- Alma Tejada, Gerente de Negocios de la Ciudad del Saber.
- Armando Martín, miembro de la junta directiva de CAMEXPA y Presidente de UCABICIMEX.

Para comenzar la discusión, Kirla Araúz, mencionó que realizar inversiones en la Zona Libre de Colón tiene beneficios migratorios, ya que, al pasar dos años de estadía, la residencia de los inversionistas se vuelve permanente.

Continuando con el tema de la Zona Franca de Colón, Armando Martín explicó que la cantidad de empresas mexicanas que se contabilizan es bastante importante, puesto que el comercio global anual de las empresas mexicanas establecidas en esa zona es de alrededor de mil doscientos 200 millones de dólares, “un porcentaje muy elevado e importante a nivel mundial.”

Ante la pregunta del público sobre la confianza entre empresarios mexicanos y panameños, Marcela Galindo destacó el trabajo de la Cámara de Comercio, la cual se encarga de formar líneas de comunicación y networking entre las más de 1,500 empresas agremiadas, divididas en 15 sectores económicos.

“A la Cámara de Comercio se le saca provecho en la medida que uno se involucre en ella, participando en las juntas directivas. Ahí es donde comienza la relación. Además, tenemos un Centro de Estudios Económicos que está constantemente levantando información de Panamá y se les envía a los agremiados”, comentó Galindo.

Por su parte, Kirla Araúz ofreció una comparativa entre los principales regímenes especiales que Panamá brinda a los inversionistas:

“Tenemos una variedad de regímenes especiales que cubre la inversión: La Zona Libre de Colón, la Zona de Panamá Pacífico, las zonas francas, y tenemos el régimen SEM y el nuevo régimen EMMA que es para manufactura. Entre las características más destacadas está el ámbito a nivel migratorio, en el que los regímenes brindan facilidades a los ejecutivos e inversionistas extranjeros, tales como: disponibilidad de visas especiales para inversionistas y trabajadores; disponibilidad de visas para parientes inmediatos; representación del servicio nacional de migración en una ventanilla única. Adicionalmente, brinda un beneficio de importación libre de impuestos a sus pertenencias personales y domésticas, si su intención es migrar a Panamá.”

Asimismo, explicó que la Zona Libre de Colón, en su marco normativo, brinda las cuatro primeras características con excepción de la importación de las pertenencias de personas domésticas. En cuanto a SEM y EMMA, la vicepresidenta destacó que son para inversiones de alto potencial al brindar facilidades tanto para inversionistas, ejecutivos, trabajadores y disponibilidad de visas para parientes inmediatos.



Diego Ortiz de Zevallos, complementó con el tema de Inversionista Calificado, único trámite que ofrece residencia por inversión permanente automática, la cual se puede solicitar desde la embajada del país de residencia y se procesa en 30 días.

En otro orden de ideas, Alma Tejada mencionó las ventajas de establecer una compañía en la Fundación Ciudad del Saber, la cual es una entidad privada sin fines de lucro que administra 120 hectáreas ubicada a orillas del Canal de Panamá, dedicado a proyectos académicos, científicos, creativos y de desarrollo humano.

“Tenemos una legislación especial para todas las organizaciones, instituciones académicas y empresas que quieran instalarse en nuestro campus, además de un centro de innovación que apoya a emprendedores. En este momento tenemos alrededor de 40 emprendedores, 200 personas instaladas y un grupo importante de ONG’s, 16 programas académicos y 700 estudiantes internacionales”, mencionó Tejada.

Para el segundo día de paneles de discusión y networking el Embajador de Panamá en México, S.E. Alfredo Oranges, destacó los 118 años de relaciones comerciales entre México y Panamá, hecho que se refuerza con la aprobación del Tratado de Colaboración Estratégica (complemento del Tratado de Libre Comercio entre México y Panamá), aprobado en la Asamblea Legislativa panameña.

“Tenemos legiones de profesionales preparados en México, muchos de ellos, preparados en Guadalajara en varias carreras como medicina, arquitectura y diversas ingenierías. Siempre agradecemos todo lo que México nos pueda ofrecer en los campos de las nuevas tecnologías”, mencionó el Embajador.

En esta ocasión, la reunión estuvo enfocada a la atracción de inversiones mexicanas a Panamá y los beneficios migratorios y fiscales que representan para los inversionistas. Como invitado especial se contó con la presencia de Emilio Gutiérrez, presidente del Capítulo Jóvenes Empresarios del



Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología, A.C. (COMCE), quien asistió en representación de Miguel Ángel Landeros Volquarts, presidente de COMCE de Occidente.

Durante su participación, Emilio Gutiérrez agradeció la asistencia de representantes de empresas del COMCE de Occidente, así como a las organizaciones y cámaras empresariales que se han sumado al evento.

“Estamos seguros de que se encontrarán oportunidades de crecimiento y apoyo mutuo entre regiones y países que nos permitan fortalecer ambas economías. El principal propósito de esta reunión es llevar lo mejor del occidente de México a Panamá y traer lo mejor de Panamá al occidente del país”.

Por su parte, Stephanie Pragnell, Coordinadora de la Unidad de Inversiones de PROPANAMA, reiteró las oportunidades de inversión que representa Panamá en los diferentes sectores económicos e inversionistas extranjeros.

“Panamá cuenta con una excelente calidad de vida, estabilidad jurídica para las inversiones y tiene calificación muy alta en LATAM en cuanto a facilidad de hacer negocios y en la calidad de su sistema logístico”.

En esta misma línea, los panelistas que se dieron cita el día anterior, iniciaron la discusión. Entre los temas a discutir, los expertos destacaron la estabilidad, confianza y éxito que tiene el país para la atracción de Inversión Extrajera Directa, ya que más del 50% de la IED que llega a Centro

América se dirige a Panamá, sumado a las estrategias conformadas por leyes y regímenes especiales que dan confianza a los inversionistas.

Panamá cuenta con más de 50 leyes y regímenes especiales, entre los que destacan: Sedes de Empresas Multinacionales (SEM); Empresas Multinacionales para la Prestación de Servicios Relacionados con la Manufactura (EMMA); la Ciudad del Saber; Panamá Pacífico; Zona Libre de Colón, entre otras. Cabe destacar que Panamá cuenta con 13 zonas Francas y 7 más en desarrollo, así como acuerdos comerciales con Europa, Asia y Medio Oriente.

Asimismo, se abordó la Residencia Permanente en Calidad de Inversionista Calificado, misma que requiere una inversión de 300 mil dólares en la compra de un bien inmueble en el país, con lo que se otorga una visa permanente expedita, adicional a la inversión en un depósito a plazo fijo de 750 mil dólares en el sector bancario panameño, o en la Bolsa de Valores de Panamá por 500 mil dólares.

Para finalizar, el Embajador de Panamá en México, S.E. Alfredo Oranges, destacó la importancia del encuentro, el cual, sin duda, será un puente de negociaciones entre empresarios de ambos países. Oranges agradeció nuevamente a la misión de ejecutivos panameños que se hicieron presentes, así como también a los empresarios mexicanos interesados en hacer negocios con Panamá. ■

Mayores informes consultar:  
<https://propanama.gob.pa/es>

# LOS BLOQUES DE CONSTRUCCIÓN DEL CUMPLIMIENTO OMNICANAL



Cómo las marcas líderes combinan su omnicanalidad para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado mientras cumplen los objetivos comerciales.

Por Sandra Beckwith





**E**l crecimiento del comercio electrónico, acelerado por la pandemia combinado con cambios orgánicos en las necesidades y expectativas de los clientes, ha obligado a las marcas de empresa a consumidor y de empresa a empresa (B2B) a ajustar su combinación omnicanal.

Los consumidores están impulsando gran parte del cambio con el 82% de los estadounidenses señalando que la "conveniencia" es importante al comprar artículos no esenciales, según una investigación del proveedor de cumplimiento de comercio electrónico PFS. Si bien la conveniencia puede tomar muchas formas, a menudo implica opciones como comprar en línea, recoger en la tienda o una entrega más rápida que en el pasado.

Las expectativas del consumidor en cuanto a la selección y la velocidad de entrega también se trasladan al lado B2B. Los clientes comerciales acostumbrados a recibir entregas el mismo día o al día siguiente en su vida personal, por ejemplo, también esperan eso de sus proveedores comerciales.

¿Cómo están ajustando los minoristas su combinación omnicanal para cumplir con los objetivos comerciales y las expectativas de los clientes? Así es como tres marcas crearon cambios significativos, duraderos y exitosos.

## **ATENCIÓN AL CLIENTE EXTREMA: ENTREGA EL MISMO DÍA**

Gordon Food Service (GFS) ha estado "apasionadamente comprometido" con sus clientes desde 1897, por lo que cuando notó un problema cada vez más común con algunos de ellos, buscó una solución.

Como la mayor empresa de distribución de alimentos de línea amplia operada por una familia en América del Norte, GFS realiza entregas a restaurantes, instituciones de atención médica y escuelas en los Estados Unidos y Canadá. La empresa con sede en Michigan también vende a restaurantes y al público en general a través de más de 175 puntos de venta en 12 estados del medio oeste y noreste.

Si bien los clientes de restaurantes reciben entregas semanales de productos, a menudo se quedan sin

ingredientes clave que necesitan reemplazar rápidamente, generalmente enviando a alguien a un supermercado o una tienda GFS.

GFS vio este punto débil como una oportunidad para brindar un nivel aún mayor de servicio al cliente al ofrecer entregas complementarias en furgoneta el mismo día y al día siguiente desde sus tiendas.

Después de probar el servicio de entrega desde la tienda a pequeña escala, utilizando los sistemas existentes, pero inadecuados, para la toma de pedidos y el enrutamiento manual de las entregas, la compañía sabía que podía entregar, literalmente, en su promesa del mismo día. Escalar el servicio presentó desafíos, pero GFS ahora aprovecha su estrategia de última milla como una ventaja competitiva en 104 de sus tiendas.

El sistema mejorado de administración de pedidos en línea (OMS) de la compañía tiene visibilidad tanto del inventario de la tienda como del almacén, por lo que sabe si un pedido "Lo necesito ahora" está en existencia en la tienda más cercana o si debe entregarse a la tienda desde el almacén.

La velocidad de selección es importante con los pedidos en existencia porque los empleados compiten con los compradores por los productos, por lo que cuando hay un pedido que completar, el OMS anuncia la noticia a través del sistema de megafonía de la tienda.

"Si queda una barra de pan en el estante, la necesitamos para el pedido en línea o estamos confirmando cantidades que no tenemos", dice Al Contreras, gerente de innovación de clientes de GFS.

## **ÚLTIMO PEDIDO, PRIMERO CARGADO**

El OMS también elimina la opción de entrega el mismo día todos los días a una hora configurable y elimina esa opción antes si los pedidos de la mañana superan la capacidad de la camioneta. Además de enrutar las entregas de las furgonetas refrigeradas según las ubicaciones de los clientes, la plataforma de gestión de entregas FarEye integrada en el sistema determina el flujo de carga de las furgonetas para que el último pedido se cargue primero.

Para mantener el enfoque en el servicio al cliente, una tienda puede indicarle al software de enrutamiento de FarEye que divida la carga de una camioneta en dos para que no haya riesgo de una entrega tardía. "Se necesita más combustible, pero prefiero enviar a dos conductores con camionetas medio llenas y llevarlas al cliente a tiempo que sobrecargar una y correr el riesgo de llegar tarde con cualquiera de ellas", señala Contreras.

Esa estrategia ha dado sus frutos. Las ventas de GFS aumentaron un 8,6% en 2021; la empresa atribuye a la estrategia omnicanal de última milla el 36% de ese crecimiento.

"Fue lo correcto para nuestros clientes y nuestro negocio", explica.



**La empresa de distribución de alimentos Gordon Food Service puede entregar ingredientes clave a los clientes el mismo día que los piden en sus tiendas.**

Las grandes marcas venden directamente a los minoristas más pequeños

En India, los bienes de consumo de rápido movimiento (FMCG) normalmente se mueven a través de más de una capa mayorista antes de llegar a los estantes de las pequeñas tiendas familiares que venden alrededor del 80% de los productos de la categoría en ese país.

Con el objetivo de simplificar su cadena de suministro, obtener mejores datos de mercado y acercarse a sus consumidores finales, Hindustan Unilever (HUL), el mayor fabricante de bienes de consumo masivo del país, creó una plataforma de pedidos de empresa a empresa para los minoristas más pequeños de la región en 2020.

Más de 800,000 pequeños minoristas ahora usan la aplicación Shikhar, que les permite evitar a los intermediarios y realizar pedidos directamente con el fabricante para la entrega al día siguiente. También brinda acceso a financiamiento de inventario a través de una asociación con el Banco Estatal de la India. Y genera datos que tanto el fabricante como los minoristas pueden usar para refinar las operaciones comerciales.

Sin embargo, permitir que las tiendas familiares que dominan el paisaje indio realicen pedidos directamente requiere cambios significati-

vos en el centro de distribución. “Al igual que todas las empresas de bienes de consumo, las pequeñas empresas suelen suministrar cajas completas a los grandes supermercados y distribuidores”, dice Pieter Feenstra, director ejecutivo de Addverb EMEA, una empresa global de robótica con sede en India. “Pero las pequeñas tiendas familiares no pedirán una caja completa de champú; lo más probable es que pidan tres botellas. Entonces, algunos de los centros de distribución de HUL que suministraban cajas completas de repente tuvieron que comenzar a recolectar cada una”.



**Para brindar un mejor servicio a los pequeños minoristas en la India, HUL lanzó Samadhan, un centro de cumplimiento de pedidos directo al comercio habilitado por tecnología que está completamente integrado con su plataforma de captura de pedidos digitales.**

## ENTRA SAMADHAN

Como parte de ese cambio, HUL puso a prueba Samadhan, un innovador centro de cumplimiento de pedidos directo al comercio en Chennai. Construido junto a una instalación existente que suministra grandes cantidades de cajas a tiendas más grandes que incluyen grandes minoristas tipo caja, está completamente integrado con la plataforma de captura de pedidos digital del fabricante.

Mediante el uso de la robótica y el software de Addverb, la empresa puede brindar un servicio rápido y confiable a los puntos de venta minorista a través de la automatización del almacén y la logística optimizada de última milla.

La automatización extrae cajas llenas del primer almacén al segundo, donde los empleados depositan la mercancía en cajas de plástico de las que luego seleccionan los pedidos individuales. El sistema utiliza un sofisticado sistema de tráfico de cinta transportadora para la recolección de mercancías a la persona, el almacenamiento de pedidos completos y el traslado de pedidos en cajas selladas en una secuencia de ruta optimizada a los camiones de reparto. Los camiones recogen las cajas vacías cuando entregan los pedidos y las devuelven a Samadhan para su reutilización.

Debido a que el centro piloto utiliza almacenamiento y recuperación de



**A medida que las marcas y los minoristas reconsideran la función y la estructura de las tiendas tradicionales, recurren a la tecnología. RetailConnect, por ejemplo, es una solución omnicanal basada en la nube que automatiza las operaciones de cumplimiento de comercio electrónico dentro de las ubicaciones físicas, sin interrumpir las operaciones en curso de la tienda.**

doble profundidad y ha optimizado el proceso de selección, puede operar en un espacio más pequeño que las instalaciones menos automatizadas. La automatización permite reducir el número de empleados durante un mercado laboral ajustado.

Con la reciente adición de ventas directas al consumidor, que también requieren un rápido cumplimiento de pedidos, HUL también está explorando la implementación del modelo piloto en otras ubicaciones de almacén.

## **BEAUTY BRAND IMPLEMENTA EL CUMPLIMIENTO DE MÚLTIPLES NODOS**

Si bien muchas marcas de consumo lucharon por mantener su base de clientes cuando las tiendas cerraron durante la pandemia y los compradores se vieron obligados a comprar en línea, la venta de "no esenciales" en Amazon se vio especialmente afectada.

"Amazon priorizó elementos esenciales como papel higiénico y desinfectante para manos en sus centros de distribución, lo que resultó en demoras y reducciones en otras categorías de productos, como lujo o belleza de prestigio", dice Kamran Iqbal, estratega de comercio del proveedor de cumplimiento de comercio electrónico PFS.

La solución para una de las marcas de belleza de alta gama de PFS fue aprovechar su presencia en otros ca-

nales minoristas en línea existentes, incluido su propio sitio web de marca. El desafío era asegurarse de que su operación de comercio electrónico pudiera proteger la reputación de calidad de la marca al manejar el aumento de volumen de manera rápida y eficiente.

Al trabajar con PFS, la empresa implementó una estrategia de cumplimiento de varios nodos que incluía agregar dos centros de distribución y convertir 10 tiendas físicas de marca en microcentros de cumplimiento.

El plan de cumplimiento desde la tienda comenzó con ubicaciones que no eran centros comerciales a las que los empleados podían acceder mientras las tiendas aún estaban cerradas al público.

"Crítico para nuestra capacidad de respaldar esa estrategia fue que esta empresa ya usó nuestra orden, orquestación y plataforma order-to-cash", dice Patrick Lowe, vicepresidente de área de administración comercial de PFS. "Debido a que teníamos el OMS conectado a su infraestructura de TI, plataformas de comercio electrónico de front-end y ERP de back-end, pudimos abrir soluciones adicionales de manera rápida y ágil".

## **DE LA TECNOLOGÍA AL PROCESO**

Con la tecnología implementada para acceder al inventario de la tienda y enrutar los pedidos a las tiendas, el

siguiente paso fue el proceso. "Les enviamos los mismos suministros de empaque que usamos en nuestro programa de administración de almacenes", dice Lowe.

El cambio en omnicanal para incorporar el cumplimiento de la tienda, que permanece en su lugar después de la pandemia, permitió a la marca evitar decepcionar a los clientes, al mismo tiempo que ofrecía una nueva forma de interactuar con ellos a través de la recogida en la acera y, más tarde, también en la tienda.

Hay un beneficio adicional en este cambio forzado por la pandemia: ayuda a reducir la huella de carbono de la marca, algo que es cada vez más importante para los clientes.

El envío al día siguiente y en dos días para marcas premium y de otro tipo a menudo significa que el pedido viaja primero por aire y luego por tierra. "Una forma de lograr la sostenibilidad es reducir la dependencia de los envíos aéreos y el tiempo que lleva mover un paquete del punto A al punto B en cualquier tipo de vehículo", dice Iqbal. "Aprovechar esta red dinámica de cumplimiento de múltiples nodos es la forma en que algunas marcas están tratando de lograr sus objetivos de sostenibilidad". Es un beneficio adicional del ajuste de la mezcla omnicanal tanto para la marca de belleza como para sus clientes. ■

Los parques industriales y su **manejo sustentable** son parte esencial de una **cadena de suministro eficaz**.

## Una cadena de suministro verde

Una cadena de suministro verde **reduce** el impacto ambiental de un producto a lo largo de su vida, **conserva** una mayor cantidad de energía y **promueve** relaciones simbióticas entre los diferentes actores que la conforman y dentro de ésta, los parques industriales son una pieza importante dado el diseño y construcción **eficiente** que ponen énfasis en la **reutilización, recuperación y reciclaje**.

Los parques industriales tienen el potencial de **ahorrar** recursos, **disminuir** costos y **fomentar** la innovación de productos y procesos dentro de cualquier cadena de suministro verde.

En AMPIP promovemos la **responsabilidad** que tienen los parques industriales con la **sociedad** y el **medio ambiente**.

# REMODELACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA OMNICANAL

El auge de los servicios de recogida les ha dado a los minoristas tradicionales una propuesta de valor mucho más sólida, que reúne las fortalezas de las compras en línea y fuera de línea para crear más opciones y flexibilidad para los clientes. Sin embargo, simplemente ofrecer estos servicios a los compradores en línea ya no es suficiente. Los minoristas deben buscar aumentar la eficiencia y la calidad de estos servicios a través de una mejor capacitación, tecnología y diseños de tiendas.

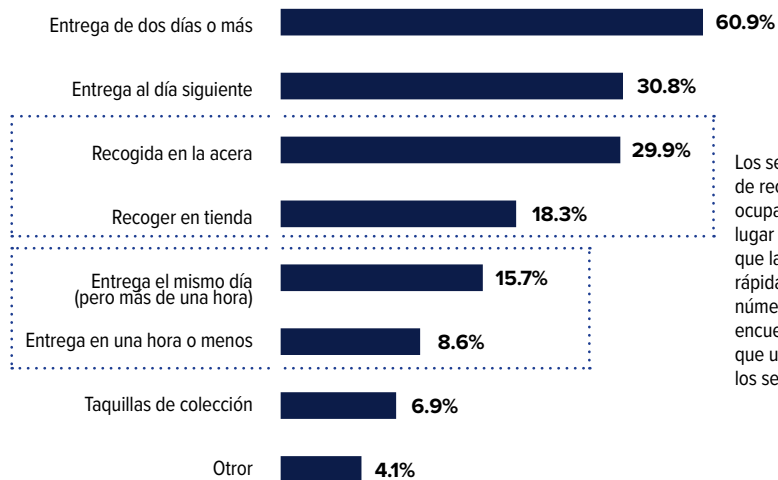
## IMPLICACIONES PARA LOS MINORISTAS:

- Para respaldar mejor el servicio de recolección, los minoristas deben optimizar los diseños de las tiendas para ofrecer un mejor acceso a los compradores. Coloque mostradores de recolección cerca de la puerta de entrada para un acceso fácil y rápido y asigne áreas dedicadas al cumplimiento o lugares de estacionamiento para la recolección cerca de la entrada de la tienda.
- Los minoristas deben buscar promover sus ofertas de recolección sobre la entrega en áreas menos densas, suburbanas y rurales. Dado que estos servicios transfieren el costo y la responsabilidad de la última milla a los clientes, puede generar menos comprensión de márgenes que un servicio de entrega, que es más adecuado para ubicaciones urbanas.
- Los minoristas pueden destacar la recogida como una alternativa más asequible a la entrega a domicilio, mostrando los ahorros asociados con tarifas más bajas y sin recargos ni propinas adicionales, para retener a los clientes en línea en el entorno inflacionario actual.
- El jurado todavía está deliberando sobre los casilleros para camionetas como una inversión para muchos minoristas de EE. UU. Sin embargo, el servicio de casilleros tiene el potencial de ser adoptado a mayor escala debido a la conveniencia y los beneficios de costo de mano de obra que tiene el formato sobre otras opciones de última milla. Al igual que con la logística y la automatización del cumplimiento, los minoristas deben sopesar esas ventajas frente a las inversiones necesarias.

## IMPLICACIONES PARA LOS PROVEEDORES DE TECNOLOGÍA:

- Debido a que los consumidores deben interactuar con las tiendas minoristas para acceder a comprar en línea, recoger en la tienda (BOPIS) y recoger en la acera, estos servicios brindan oportunidades únicas para generar consumo impulsivo en lugar de entrega. Los proveedores de tecnología deben ofrecer una funcionalidad que active notificaciones automáticas para informar a los clientes sobre ofertas y ofertas en la tienda y les solicite que agreguen artículos de impulso a su carrito una vez que ingresen a la geocerca. Para reducir la complejidad, los minoristas pueden presentar un surtido de impulso limitado, lo que permite a los asociados de la tienda ubicar fácilmente estos artículos adicionales y empacarlos en las bolsas de los clientes según sea necesario.
- Los proveedores de tecnología pueden agregar funciones que ayudarían a los minoristas a identificar a los clientes que han experimentado tiempos de espera más largos y lanzar campañas de marketing proactivas para recuperarlos.
  - Coresight Think Tank, Coresight Research, julio de 2022

### MÉTODOS DE ENTREGA O RECOGIDA QUE LOS COMPRADORES EN LÍNEA HAN UTILIZADO EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES (% DE ENCUESTADOS)



Los servicios de recogida ocupan un lugar más alto que la entrega rápida por el número de encuestados que utilizaron los servicios

Fuente: Coresight Research, Julio 2022



# La logística nos une

- Somos una asociación enfocada en impulsar el desarrollo y competitividad logística.
- Atendemos temas estratégicos de los 3PLs a través de Grupos de Trabajo y Comités.
- Compartimos buenas prácticas en nuestras reuniones y generamos contenido para los operadores logísticos.
- Invitamos a expertos de alto nivel para mantenernos actualizados dentro del sector.

¡Sé parte!



# NO ES UN JUEGO DE NIÑOS



**Cuando los consumidores fueron enviados a casa para trabajar, los pedidos de comercio electrónico grandes y voluminosos despegaron junto con las expectativas de entrega. La combinación correcta de tecnología y estrategia puede ayudar a los retailers a cumplirlos**

**Por Helen Mann**





Muchos proveedores de 3PL, como SEKO Logistics, ofrecen entregas de guante blanco de artículos grandes y voluminosos. Los conductores experimentados se encargan de cada paso, incluida la descarga, el transporte de mercancías a la habitación deseada, el montaje de productos y la limpieza.

**D**ecir que el envío de comercio electrónico ha tenido dos años llenos de acontecimientos sería quedarse corto. La pandemia aceleró el cambio hacia el comercio minorista en línea en cinco años, así lo informa el Índice de comercio minorista de EE. UU. de IBM de 2020.

Las ventas electrónicas alcanzaron los 211,500 millones de dólares solo en el segundo trimestre de 2020, un aumento del 44,5% con respecto al año anterior, según la Oficina del Censo de EE. UU. También hubo fluctuaciones notables dentro de esa tendencia.

Antes de 2020, el comercio electrónico se limitaba principalmente a artículos pequeños, como libros o prendas de vestir. Sin embargo, una vez que los consumidores comenzaron a trabajar desde casa, las ventas en esas verticales dieron paso a compras más grandes y complejas: muebles, oficinas en el hogar, equipos de ejercicio y electrodomésticos.

Una encuesta de uShip de 2021 encontró que el 64% de los estadounidenses compraron un artículo "grande y voluminoso" en línea en 2020 (ver gráfico). El 73% de los encuestados compró estos productos con mayor frecuencia que antes del

Covid-19, y el 45% dijo que continuaría comprando productos grandes en línea después de que terminara la pandemia.

A medida que crecían las ventas en línea de artículos grandes o caros, también crecían los desafíos de llevar estos productos hasta el último tramo. A diferencia de los artículos más pequeños, la experiencia de entrega "grande y voluminosa" desempeñó un papel clave en la decisión del consumidor de continuar comprando con un comerciante, según uShip.

Más del 50% de los encuestados valoraron la visibilidad, la comunicación y la profesionalidad del operador en su decisión de comprar con un comerciante en particular.

Hay mucho en juego para las entregas grandes y voluminosas, por lo que deben manejarse con guantes blancos.

### LA ENTREGA ESPECIAL

Un sello distintivo de la pandemia fue la reducción del tráfico peatonal a los puntos de venta tradicionales. El comercio electrónico llenó el vacío de ventas, pero tuvo el precio del anonimato de la marca. Las actualizaciones de entrega pueden mantener a los consumidores en contacto con una marca, incluso cuando desconfían

de poner un pie en una tienda física.

"La guantería blanca es una oportunidad para ofrecer un servicio increíble más allá del almacén", dice Brian Bourke, director de crecimiento del proveedor de logística externo SEKO Logistics con sede en Chicago. "Es una extensión de la experiencia en la tienda, algo que los consumidores no siempre obtienen con el comercio electrónico".

Hay mucho en juego en ese encuentro. En su Encuesta de consumidores de Last Mile Mandate, la plataforma de gestión de entregas FarEye descubrió que el 85% de los consumidores no volverán a patrocinar a un minorista después de una mala experiencia de entrega.

Hay algunas formas de gestionar la representación de la marca: comunicar de forma proactiva los tiempos de llegada, mantener una actitud agradable y responder a todas las preguntas de los consumidores. Estos enfoques contribuyen a una experiencia de entrega positiva. Y si un producto llega dañado, el transportista podría ofrecer un servicio de reparación y mantenimiento. "Reparar un rasguño o una abolladura puede hacer mucho para hacer feliz al cliente y evitar la pérdida de una venta", dice Bourke.

## ¿CÓMO LO HICIMOS?

En un nivel macro, las empresas pueden medir el rendimiento de la entrega a lo largo del tiempo y descubrir dónde se deben realizar mejoras. Por ejemplo, GoShare, una plataforma de última milla que conecta a los conductores con cargas, permite a los consumidores calificar su experiencia en una escala del 1 al 5 y proporcionar comentarios por escrito.

“Nuestros conductores promedian constantemente puntajes de alrededor de 4.9 sobre 5”, señala Shaun Savage, director ejecutivo y cofundador de GoShare. “Los minoristas aprecian el acceso a estos datos porque, en última instancia, les ayuda a mejorar su eficiencia con el tiempo”.

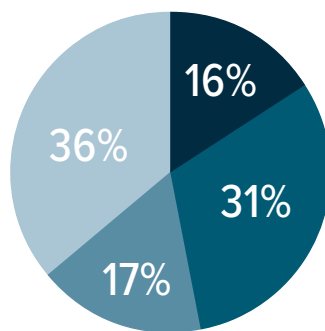
Según el artículo que se entregue, es posible que se requieran diferentes niveles de servicio una vez que el envío llega a la puerta de entrada. La asistencia básica de guante blanco generalmente implica ingresar a la casa del consumidor, colocar los artículos en la habitación de su elección, desempacar y retirar los escombros.

Más recientemente, el guante blanco se ha ampliado para incluir el ensamblaje del producto, la instalación o incluso proporcionar un breve tutorial que explica cómo usar una nueva compra, conocida como la "pulgada final" de la entrega. Esto podría implicar, por ejemplo, montar un televisor en la pared o instalar equipos de ejercicio en el hogar.

Para ciertos retailers, estas ofertas se integran en el proceso de entrega, pero el servicio de guante blanco también puede ser una oportunidad de venta adicional.

“Es fácil pensar que no necesitará un servicio especial si solicita una cama en línea”, dice Shailu Satish, cofundadora y directora de operaciones de DispatchTrack, una plataforma de optimización de última milla con sede en San José, California. “Es decir, hasta que la cama llega en una caja fuera de tu casa, es demasiado pesada para moverla adentro y tu habitación está en el segundo piso”.

## EL 64% DE LOS ESTADOUNIDENSES COMPRARON UN ARTÍCULO GRANDE Y VOLUMINOSO EN LÍNEA EN 2020



Fuente: encuesta uShip

En comparación con años anteriores, ¿con qué frecuencia, si es que lo hizo, compró artículos grandes y voluminosos (por ejemplo, muebles, colchones, equipos de ejercicio) en línea durante el brote de Covid-19?

- Más a menudo que antes
- Lo mismo de antes
- Con menos frecuencia que antes
- Nunca compro artículos grandes o voluminosos en línea.

## GUANTE BLANCO EN EL LUGAR

En situaciones como esas, corresponde a las empresas tener la opción de agregar un servicio de guante blanco en el acto, explica Satish. El software de comunicación con el cliente de DispatchTrack incluye un campo que permite a los conductores actualizar una entrega en el sitio. A partir de ahí, DispatchTrack actualiza automáticamente la ETA del proveedor y cobra al cliente.

“Esta es una victoria para todos”, dice Satish. “Los clientes reciben el servicio que necesitan, y es un ingreso adicional para el minorista y paga por el conductor”.

El truco es ofrecer opcionalidad en diferentes etapas de una venta. Por ejemplo, un fabricante de muebles de alta gama que venda un juego de comedor de \$15,000 podría incluir automáticamente una mejora en la entrega, lo que estaría en línea con las expectativas del consumidor.

Por otro lado, un minorista de mejoras para el hogar que ofrece productos a una amplia gama de precios podría ofrecer una opción de entrega de guante blanco junto con la entrega gratuita al momento de pagar y dejar que el consumidor decida cuál quiere.

Hace tan solo cinco años, la comunicación en la última milla normalmente implicaba una llamada telefónica entre el consumidor y el re-

partidor. Hoy en día, los compradores esperan actualizaciones automáticas, notificaciones automáticas y mensajes de texto.

“La mejor forma de comunicarse con un consumidor solía implicar levantar el teléfono”, dice Lance Dearborn, vicepresidente del servicio de mensajería de guante blanco Need It Now Delivers, en Flushing, Nueva York. “Ahora, si reciben una llamada de un número de teléfono que no reconocen, es más probable que la ignoren. Los consumidores no quieren hablar con nosotros”.

En cambio, menciona Dearborn, los compradores se han acostumbrado al "molde de Amazon", donde reciben actualizaciones generadas automáticamente que ofrecen visibilidad de cada envío. Es algo que los consumidores de todos los niveles esperan, pero especialmente si han pedido un artículo complejo o costoso tomar la programación del envío.

El servicio de guante blanco solía significar que los transportistas se comunicaban con el consumidor uno o dos días antes de la entrega y planeaban llegar en cualquier momento entre las 8 a. m. y las 5 p. m.

“El cliente tenía que tomarse un día completo libre del trabajo para esperar una entrega y, a veces, el conductor no se presentaba”, señala Carson Krieg, jefe de soluciones y



Muchos minoristas recurren a proveedores externos para garantizar que los productos se entreguen de manera rápida, segura y puntual. Need it Now Delivers, por ejemplo, brinda servicio de entrega y almacenamiento para entregas en la última milla para minoristas de cualquier tamaño en los Estados Unidos o en el extranjero.

estrategia de la industria de última milla en project44, una plataforma de visibilidad con sede en Chicago.

Ahora, los consumidores que compran un servicio de guante blanco gravitan hacia la programación de citas de autoservicio con una ventana de entrega estrecha, piense: dos horas.

Al mantener a los consumidores actualizados sobre el estado del envío, la tecnología de seguimiento reduce la confusión y acelera el tiempo de entrega. "La tecnología elimina la necesidad de que el comprador responda una llamada de un operador con el que no está familiarizado", dice Krieg.

Hay una excepción a la regla de no hablar. En algunas circunstancias, los consumidores deben proporcionar instrucciones específicas al repartidor, por lo que esperan un mecanismo que facilite la comunicación.

"Es posible que el consumidor deba informar al conductor sobre un cambio de última hora o pedirle que se detenga en la parte trasera de una casa", dice Bourke. "Poder llamar desde un número enmascarado, similar a una aplicación de viaje compartido, se ha convertido en apuestas de mesa".

# REUNIÓN EN EL MEDIO

La milla final puede ser la parte más visible de la entrega de guantes blancos, pero los minoristas y los fabricantes pueden tomar medidas previamente para garantizar un resultado final exitoso. Una consideración principal: evitar daños en la mitad de la milla.

Una forma de reducir los accidentes es minimizar la frecuencia con la que se manipulan los envíos. Por esa razón, evite enviar carga paletizada a través de una red hub-and-spoke o utilizando un transportista LTL, recomienda Carson Krieg, jefe de soluciones y estrategia de la industria de última milla en project44. Hay demasiada propensión al daño cuando los elementos deben moverse o reorganizarse.

"Los montacargas podrían atravesar el costado de un sofá", dice. "Situaciones como esa crean mucho daño en una transferencia del transportista A al transportista B". En cambio, los transportistas con suficiente densidad pueden beneficiarse al reservar una capacidad de carga de camión dedicada y cargar su carga en el piso.

Una vez que los productos llegan al mercado de destino, los minoristas podrían entregárselos a un proveedor exclusivo para la última milla, o incluso optar por manejar la última milla internamente. "Es una oportunidad para resolver problemas en la última milla", dice Krieg. "Los minoristas van contra la corriente y controlan su propio destino allí".

## EXTREMADAMENTE COMPLEJO

Los consumidores reciben bien los plazos de entrega ajustados, pero tratar de cumplirlos implica una red de desafíos, dice Daniel Vanden Brink, vicepresidente global de éxito del cliente en Locus, una plataforma logística de última milla en Wilmington, Delaware.

Acomodar la hora estimada de llegada significa coordinar los horarios de los conductores con la ventana de entrega seleccionada por el consumidor, dar cuenta de los servicios necesarios, integrarse con el sistema de gestión de pedidos para garantizar la capacidad logística disponible y proporcionar visibilidad y un medio para comunicarse con los conductores. También significa escalar para satisfacer la demanda de los consumidores. "Todas esas cosas son extremadamente complejas", señala Vanden Brink.

Tener el conjunto adecuado de herramientas puede ayudar a suavizar las complejidades de la entrega de guante blanco. Por ejemplo, la plataforma de FarEye empareja a los trabajadores con el conjunto de habilidades necesario para un trabajo en particular. "Un grupo diferente de personal entregará un lavavajillas en lugar de ensamblar un soporte de TV", dice Jorge Lopera, vicepresidente de estrategia global de FarEye. "Sin la tecnología adecuada, hay que encontrar trabajadores que sepan hacerlo todo".

Las empresas también pueden utilizar tecnología basada en la nube respaldada por inteligencia artificial para optimizar los horarios. Por ejemplo, la plataforma Locus calcula rutas de máxima eficiencia, en parte al predecir cuánto tiempo llevará ensamblar o instalar los artículos que se entregan.

La experiencia personalizada del consumidor es más que una moda pasajera, afirma McKinsey & Co en su informe "El futuro de la experiencia del cliente: servicio personalizado y guante blanco para todos". Si algo lo confirma, es el lanzamiento de Amazon en 2021 de un servicio de prueba de guante blanco para entregas de muebles.

La buena noticia, según McKinsey, es que las ofertas de servicios basadas en las necesidades pueden profundizar la confianza y la lealtad del consumidor y respaldar la retención, incluso hasta el punto de aumentar los ingresos.

Para materializar estos beneficios, las empresas deben anticiparse y responder a las necesidades de los consumidores. Eso requerirá que fomenten un verdadero compromiso con la experiencia del cliente, tanto en roles de back-end como de atención al cliente. ■

# GUANTE BLANCO AL REVÉS

La mayoría de los consumidores están acostumbrados a devolver artículos pequeños o de bajo valor que compraron en línea. Sin embargo, cuando necesitan devolver un artículo grande y voluminoso, es una historia diferente.

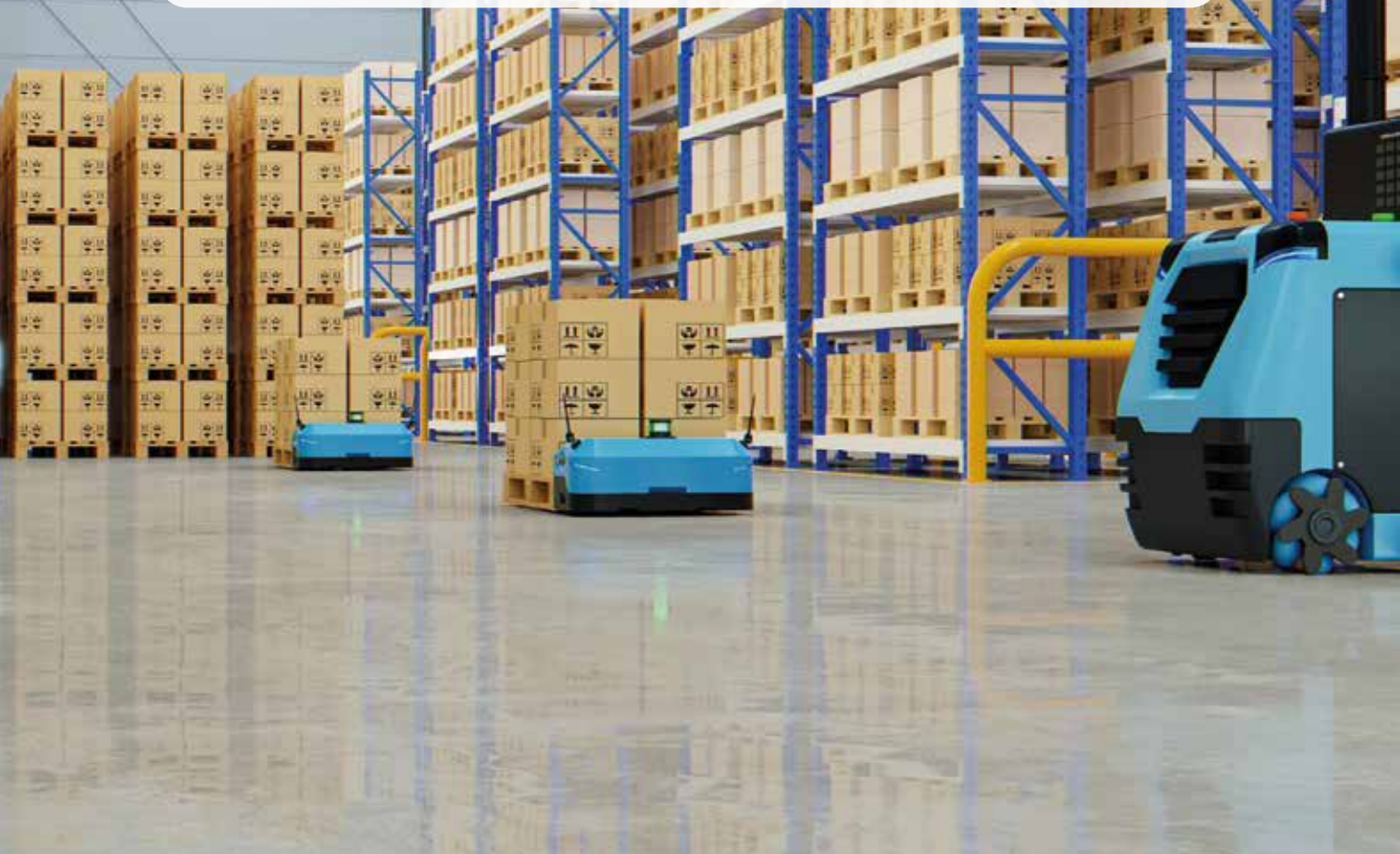
"No se puede simplemente poner una etiqueta en un tractor cortacésped y llevarlo a UPS o FedEx", dice Greg Boring, vicepresidente de ventas integradas de Kenco. "No existen redes de logística inversa integradas para esas devoluciones". Es complicado, explica, pero los transportistas pueden habilitar un proceso de devolución de guante blanco de varias maneras.

Para garantizar un proceso de devolución sin problemas, los minoristas primero deben evaluar el valor del artículo en cuestión y decidir cuáles serían los términos y condiciones aceptables. Un consumidor podría ser responsable de devolver una parrilla de \$500, por ejemplo, mientras que una empresa de entrega podría llevarse un sofá de \$15,000, gratis.

Los remitentes tampoco deben asumir que la empresa a la que contrataron para entregar un producto estará preparada para recogerlo. Las devoluciones, especialmente para artículos grandes y voluminosos, pueden permanecer en un centro de distribución durante semanas o meses, a la espera de ser inspeccionadas. No todos los proveedores de logística están equipados para manejar eso.

Finalmente, las empresas deben decidir qué hacer con los artículos devueltos. Boring cita ejemplos de un fabricante de muebles de alta gama que vendió productos devueltos en línea con descuento y un minorista de productos electrónicos que se adelantó a las devoluciones al proporcionar un servicio de reparación. ¿El resultado final de devoluciones optimizadas para artículos grandes? Clientes felices.

# OPTIMIZANDO EL ALMACENAJE EN AMÉRICA LATINA







**Almacenadora Pacífico - Perú donde TSOL implementó un WMS de Körber**

**M**éxico y Perú comparten muchas cosas, una rica cultura precolombina, un mismo idioma y ambos países obtuvieron su independencia en 1821.

Adicionalmente, tanto México como Perú están realizando grandes esfuerzos por lograr un crecimiento y desarrollo económico, a través de la especialización y eficiencia de la cadena de suministros.

Una parte vital para la eficiencia de la cadena son los procesos de almacenaje. Es vital contar con procesos definidos y optimizados, administrados por un sistema de gestión de almacenaje (WMS).

En Tsol han participado, (entre muchas otras), en la implementación de la herramienta WMS de Körber (antes HighJump) en el Perú y el WMS de Oracle en México.

A continuación los detalles y particularidades de cada una de ellas:

#### **Grupo CICE, México: Implementación de Oracle Warehouse Management Cloud (OWMC)**

El correcto manejo logístico es un factor estratégico para cualquier empresa. Cada vez resulta más evidente la tendencia de tercerización de servicios logísticos como un medio para obtener ahorros en costos mientras se conserva calidad en el servicio; sin embargo, para que la tercerización sea efectiva, debe ser posible establecer mediciones sobre la productividad.

El sistema *Oracle Warehouse Management Cloud* ayuda a los proveedores de servicios logísticos a satisfacer las demandas de los clientes proporcionando flexibilidad, robustez y buenas prácticas en la ejecución de los diferentes procesos



Almacenadora Pacífico - Perú donde TSOL implementó un WMS de Körber

operativos, aprovechando oportunidades y eficientando el uso de los recursos que se traducen en un aumento de los márgenes de utilidad.

Estas ventajas, entre otras, fueron las que tuvo en cuenta CICE, grupo con más de 30 años de historia brindando servicios logísticos de primer nivel en las capacidades de operación de puertos, terminales interiores, transportación y almacenaje.

El objetivo de CICE al decidir implementar el OWM fue estandarizar y automatizar sus operaciones de almacenamiento haciéndolas más eficientes, a la par de mejorar el control del inventario de los clientes, mejorando su nivel de servicios.

Con el uso de OWM, hoy por hoy CICE tiene un mayor control de las entradas al almacén a través del manejo sistematizado de los diferentes tipos de entradas, así como la gestión de la logística inversa y recibos por *cross dock*. Una vez dentro del almacén, el sistema cuenta con almacenamiento dirigido para una mejor visibilidad del inventario y acomodo lógico.

Durante su estancia en el almacén, los artículos se pueden controlar a través de atributos como lote, caducidad, familia, números de serie, etcétera. El sistema cuenta también con la funcionalidad para ejecutar conteos cíclicos, administración flexible de ubicaciones, consultas de inventario, procesos de reabastecimiento y *kitting*, entre muchas funcionalidades más.

Con el uso de OWM, Grupo CICE

demuestra una vez más su compromiso con la calidad y la excelencia en el servicio al cliente que le han llevado a ser el referente en la industria con más de 30 años de experiencia.

#### Almacenera Pacífico, Perú. Solución WMS a la medida

Dentro de la Cadena de Suministro existen áreas de oportunidad donde se puede realizar una gestión más efectiva con el uso de buenas y mejores prácticas, con la finalidad de brindar una mayor satisfacción de nuestros clientes; esto es posible y se logra al planear, parametrizar y controlar de manera eficiente y efectiva la compleja red de procesos que existen dentro de las organizaciones y cómo es que los individuos se integran como un todo para lograrlo.

La administración del inventario dentro de los almacenes es una de estas áreas, quizás la más relevante ya que usualmente promedia el 80% del capital empresarial. A ello se debe el auge de las soluciones WMS (Warehouse Management System) que vemos en el mercado. Aunque a simple vista no parezca, este tipo de soluciones tecnológicas permite un amplio control del inventario en los procesos gestionando la disponibilidad, trazabilidad y ubicación precisa, dando tiempos de respuesta más cortos y por lo mismo incrementando la certidumbre y el valor entregado al cliente.

Almacenera Pacífico (ALPA), ubicada en Lima Perú, brinda soluciones

logísticas personalizadas (3PL) para la industria minera, retail, consumo masivo y materiales sobredimensionados, así como artículos de manejo peligroso. Cuentan con la infraestructura, sistemas y personal capacitado para agregar valor a la Cadena de Suministro de cada uno de sus clientes, pero buscan más.

Al revisar su infraestructura en 2019, Almacenera Pacífico detectó que requería de un WMS para mejorar de manera significativa sus tiempos de respuesta, gestión, así como el servicio prestado a sus clientes con una trazabilidad y certeza de inventario excepcional por lo que se enfocó en siguientes puntos para buscar el mejor WMS que brindará:

- Control de Inventario. A través de un manejo de ubicaciones precisas para tener un control de inventario con una efectividad del 95% reduciendo tiempos de búsqueda y surtido en cada uno de los artículos que maneja la operación.
- Surtido preciso. Al tener diferentes tipos de negocio (Cianuro, laboratorio, producto controlado, retail, etcétera) los errores deben de ser mínimos, manteniendo siempre un control de calidad en cada uno de los despachos, así como manejo de lotes y fechas de expiración, esto permite mantener un flujo correcto dentro del almacén y así brindar a cada uno de sus clientes la mercancía esperada.



Centro de distribución CICE donde TSOL implementó un WMS de Oracle

■ Presencia con poder. Al ser un 3PL existe la necesidad de ofrecer a los clientes procesos de gestión de clase mundial en el almacenamiento y manejo de las mercancías, requerían velocidad en fulfillment, requerían maximizar el uso de su infraestructura. Requerían PODER.

### Warehouse Advantage

Contemplando estas necesidades y después de un amplio análisis de propuestas, Almacenera Pacífico decidió implementar la solución K. Motion Warehouse Advantage de Körber (WA), una herramienta líder del cuadrante de Gartner y que por su flexibilidad y adaptabilidad era la respuesta perfecta para su desarrollo como 3PL. Y para lograrlo, buscó al equipo implementador líder en América, Tsol que desde México tiene toda la experiencia para gestionar proyectos grandes en todo el continente.

Tsol propuso una metodología de implementación rigurosa y analítica, en donde la Consultoría Inversa de cada uno de los procesos internos comprendiendo la complejidad y escuchando al cliente, dieron la información clave para la identificación de oportunidades en los procesos y parametrización de la solución.

Se procedió entonces a la capacitación del equipo técnico de ALPA en WA para que en conjunto, se realizara la programación fina e implementa-

ción, siendo así el sembrado de la independencia y adaptabilidad prometida. Por lo que la salida en vivo sería suave a lo largo de todo el proyecto.

Los resultados obtenidos han sido relevantes, el equipo técnico está totalmente capacitado, es independiente, comprende los procesos y es parte de la solución.

En inventarios se tiene un 99% de certeza en ubicaciones, los controles de fechas y lotes son perfectos y la compatibilidad de productos en almacén es gestionada de manera eficiente por el sistema y finalmente, la velocidad de fulfillment y productividad han desembocado en una mejora en tiempos de entrega, certeza de inventario, uso de espacios de almacén y lo más importante, una herramienta de venta de servicios logísticos que está



Leoncio Pérez, Director General de CICE en la inauguración del nuevo CEDIS



potenciando a ALPA como uno de los mejores servicios 3PL en el Perú.

Para implementar K. Motion Warehouse Advantage de Körber, herramienta que por su flexibilidad y adaptabilidad es la perfecta para su desarrollo como 3PL, Alpa, buscó al equipo implementador líder en América, Tsol que desde México tiene toda la experiencia para gestionar proyectos en todo el continente. ■

Para contactar con Tsol, puedes enviar un correo electrónico a: [info@tsolco.com](mailto:info@tsolco.com) o consultar la página web: [www.tsolco.com](http://www.tsolco.com).





# NASCO 2022 CONTINENTAL REUNIÓN EN KANSAS CITY



## La región de Kansas City y NASCO tienen un rico legado de cooperación y apoyo mutuo.

El mes pasado, *Inbound Logistics* se reunió en la ciudad de Kansas, Estados Unidos para la decimoséptima reunión anual continental de NASCO la cual se llevó a cabo en el hotel Loews del 26 al 28 de septiembre.

Organizado por NASCO en asociación con la ciudad de Kansas y el condado de Jackson, Missouri, KC Smart-Port, Greater Kansas City Foreign Trade Zone, Kansas City Southern, The Scarbrough Group, Port KC y el Departamento de Aviación de Kansas City, el evento destacó el futuro de nuestras relaciones comerciales en América del Norte en esta era posterior a la pandemia.

La semana comenzó con la reunión anual de la Junta Directiva de NASCO, donde se discutió la estrategia para el próximo año, junto con la oportunidad de recibir a los funcionarios de USTR para conversar. Posteriormente, se realizó la recepción de la mariposa monarca y la ceremonia de corte de cinta del nuevo jardín de mariposas monarca en la sede sur de Kansas City.

Asimismo, se agradeció de forma especial a David Eaton de KCS, quien ayudó a organizar y presentar la velada. Por su parte, el alcalde de Kansas City, Quinton Lucas, se detuvo





para ofrecer una cálida bienvenida, junto con la Presidenta de NASCO, Tiffany Melvin.

Durante el segundo día de actividades, Michael Camunez, presidente y director ejecutivo de Monarch Global Strategies, inauguró el programa de apertura con una descripción general de alto nivel de la relación entre Estados Unidos y México.

El Sr. Camuñez se desempeñó de 2010 a 2013 como uno de los principales diplomáticos comerciales de la nación como Subsecretario de Comercio en la Administración de Comercio Internacional, donde administró una cartera global para ayudar a liderar los esfuerzos del gobierno de los Estados Unidos para abrir nuevos mercados para los bienes y servicios.

Otras sesiones del segundo día, incluyeron un control de temperatura en USMCA con los principales funcionarios gubernamentales de los tres países, una conversación de mano de obra calificada dirigida por los socios en el Centro Presidencial George W. Bush. Así como una presentación centrada en el Desafío de la Mariposa Monarca

con Kansas City Southern y el Cónsul General de México en Kansas City.

También se abordaron actualizaciones sobre proyectos de desarrollo económico local, como el Proyecto de la Terminal del Río Missouri y un panel de la cadena de suministro que analizó el panorama político y regulatorio liderado por los miembros en Scarbrough Group.

El martes por la noche, en asociación con el Gobierno de Canadá, se llevó a cabo un recorrido y cena en la destilería J. Rieger en el Distrito de Bolsa de Ganado de West Bottoms. J. Rieger.

Finalmente, el 28 de septiembre se celebró un desayuno y networking organizado por los miembros en Total Quality Logistics para después dar paso al programa con: "Tendencias en bienes raíces industriales de América del Norte", un panel estelar de expertos líderes en bienes raíces de Newmark, organizado por KC SmartPort.

Oscar del Cueto, Presidente de Kansas City Southern de México, también proporcionó una actualización sobre la icónica fusión ferroviaria Canadian

Pacific / Kansas City Southern, programada para completarse en 2023.

A continuación, Jeff Tafel, presidente de NAFTAZ, presentó la Competitividad de las Zonas de Comercio Exterior en los EE. UU., Canadá y México y una actualización oportuna sobre el estudio de la USITC y 321 cuestiones de minimis.

Cerramos el programa con una sesión sobre el futuro de la sostenibilidad en América del Norte organizada por Dan Ujcz de Thompson Hine con Toledo Solar, Invest WindsorEssex y HSBC.

La reunión de NASCO de este año cerró con un almuerzo festivo organizado por Explore Edmonton en asociación con Edmonton Global y el Gobierno de Alberta, los anfitriones de la reunión de NASCO de 2023. Evento en el que se invitó a los asistentes a asistir a la Reunión Continental NASCO 2023, del 29 al 31 de agosto de 2023, en el JW Marriott Edmonton.

Agradecemos todas las atenciones y nos da gusto participar con NASCO desde hace más de 15 años. ■

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)



## C12 Collab Day: la nueva experiencia de capacitación y colaboración en México

Más de 180 colegas de la industria se conectaron e intercambiaron experiencias y aprendizajes no solo de manera profesional, sino también de forma humana.

**E**l C12 Collab Day 2022 brindó a la comunidad de logística, supply chain, transporte y movilidad de México una experiencia de colaboración, capacitación y networking fuera de serie.

El 20 de octubre en LUC34 en la CDMX (una casona porfiriana única por sus ambientaciones, arquitectura y diseño), las comunidades de C12 Logistics y C12 Fleet Mobility vivieron la nueva experiencia de capacitación y colaboración en México.

### **C12 COLLAB DAY: NETWORKING Y APRENDIZAJE EXTRAORDINARIO**

Más de 180 colegas de la industria se conectaron e intercambiaron experiencias y aprendizajes no solo de manera profesional, sino también de forma humana.

Fue un proyecto de networking único, donde cada uno de los asistentes tuvo un rol de participación

y logró capacitarse de manera colaborativa, experiencial y compartida.

Después de un desayuno en el Comedor Lucerna y un speed networking para romper el hielo entre colegas, llegó el turno de la capacitación basada en el Método C12, la cual se desarrolló una Master Class sobre tendencias mundiales, a cargo de Philippe Reale, Chief Operating Officer de Beauty Industry Group. El experto global en supply chain (Baxter, P&G, The Body Shop, L'Oréal) abordó el tema Innovación y colaboración end-to-end en la cadena de suministro.

También en el segmento de Master Class se contó con la participación de una crack en el ámbito de supply chain y logística, Isabel Agudelo, ex Directora del Centro Latinoamericano de Innovación en Logística (alianza con el MIT), quien inspiró a los ejecutivos, poniendo de relieve su capacidad para enfrentar todo tipo de





retos a fin de cumplir su misión logística y de servicio. Los llamó Tribu de Logísticos Guerreros (TLGs).

El programa incluyó cuatro casos de éxito:

1. Alineación de KPIs para una cadena de suministro verdaderamente integrada, con Alejandro Hernández, Latin America Supply Chain Senior Director de Sony.
2. Optimización logística, de la estrategia a la ejecución, a cargo de Sofía Rivas Herrera, Supply Chain Ambassador, Ganadora del Coup de Coeur Award-Global Women Supply Chain Leaders 2021, con trayectoria en Mercado Libre y hoy en HP.
3. Última milla y entregas ágiles de productos perecederos, historia de Juan Antonio Andrade, Director de Operaciones de Perfekt y Ex Director de Ecommerce de Walmart.
4. Sustentabilidad en transporte, colaboración hacia afuera para

innovar desde adentro por Diego Castillo, Procurement & Sustainability Logistics Director de AB InBev-Grupo Modelo.

**LAS COLLAB SESSIONS DE C12, UN MOMENTO PARA COMPARTIR EL APRENDIZAJE DE MANERA INTERACTIVA**

El Modelo C12 tiene como protagonistas a las Collab Sessions, talleres con un modelo único de aprendizaje colaborativo e interactivo bajo el método del caso, team building, gamificación y resolución de problemas, en donde el conocimiento se genera entre todos los participantes.

En el Collab Day se tuvo la participación de prestigiados expertos como Jesús Campos, Director de Apics Capítulo México; Sandra Aragonéz, Presidenta del Consejo Nacional de Ejecutivos en Logística y Cadena de Suministro (ConaLog); Víctor Merino y Natividad Robles, Presidente y Directora de Operaciones de MHMS Latinoamérica, respectivamente;

Eduardo Fernández y Rodrigo Martinazioli, Fundadores de Blue Think Tank; Omar Cortés, Experto en Movilidad, e Isabel Agudelo.

Fueron 12 Collab Sessions sobre logística, cadena de suministro, transporte y movilidad, que abarcaron temas relacionados con:

- Estrategia operativa, integración de la cadena
- Indicadores de desempeño, optimización de costos
- Gestión de almacenes, logística internacional
- Última milla, seguridad y sustentabilidad
- Ecommerce, tecnología e innovación

El C12 Collab Day fue también un momento de vivencias inmersivas y sensoriales. A través de una Experiencia *In the Dark* ambientada en un sótano, los participantes perdieron por un momento el sentido de la vista y se enfocaron en la escucha activa, desarrollando su sentido de liderazgo, comunicación y adaptabilidad. ■



# PERSPECTIVAS LOGÍSTICAS

Esta edición le permitirá al sector cerrar la brecha de talento e influir en la próxima generación de profesionales de logística. Además, abordará las últimas tendencias y tecnología aplicada al sector.

Así como las formas para atender la demanda y uso de las herramientas tecnológicas en cargas aéreas y logística.



¡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



*Aún puedes cumplir tu propósito de viajar a*  
**LUGARES EXTRAORDINARIOS**

Chepe Express será uno de tus mejores viajes en la vida. Paisajes y aventuras inolvidables.

Reserva en **chepe.mx**

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

☎ 800 122 4373