



mundo  
**LOGISTICO**

10  
años



# Eficiencia en centros **DE DISTRIBUCIÓN**

## NODOS LOGÍSTICOS

AÑO X • NÚM. 59 • SEPTIEMBRE - OCTUBRE 2013

### MOTOR TECNOLÓGICO

*Big data* y  
la cadena  
de suministro

### PLATAFORMAS INTERMODALES

Intuición y  
pronóstico en el  
tema intermodal

### SUSTENTABILIDAD

Balanceando las  
dimensiones de  
la logística verde

# FORO DE COMERCIO EXTERIOR 2013

manzanilloxport

21 • 22 • 23 Noviembre  
Manzanillo, Colima

COLOMBIA SINGAPUR

méxicoxport  
impulsamos el comercio exterior

El mejor encuentro del Pacífico Mexicano

IMPORTADORES  
EXPORTADORES  
AGENTES ADUANALES

TRANSPORTISTAS  
OPERADORAS  
NAVIERAS

¡Regístrate AHORA!

\* PRECIO ESPECIAL: REGISTRÁNDOTE ANTES DE 30 DE SEPTIEMBRE

Un evento para Ejecutivos y Directivos del Comercio Exterior

- Amplía y consolida tus relaciones comerciales.
- Aprende como promocionar los productos mexicanos en mercados exteriores.
- Adquiere una visión amplia sobre las nuevas tendencias del mercado exterior.
- Una excelente oportunidad para desarrollarte y actualizarte en el ámbito profesional.

CONFERENCIAS • TALLERES & ÁREA DE EXPOSITORES

COCKTAIL & NETWORKING

VISITA GUIADA DENTRO DEL PUERTO

Tel. 01 (314) 333 3242

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

COMCE MANZANILLO  
ORGANISMO ASOCIADO



## Soluciones logísticas a medida

TIBA, con oficinas en 4 continentes, convierte los **retos logísticos** de su empresa en una auténtica ventaja competitiva. Allí donde otros sufren problemas y falta de información, con TIBA su empresa se podrá centrar en aquello que es su verdadero negocio, dejando las complejidades de la logística en manos de expertos.



México D.F. | Guadalajara | León | Monterrey | Querétaro

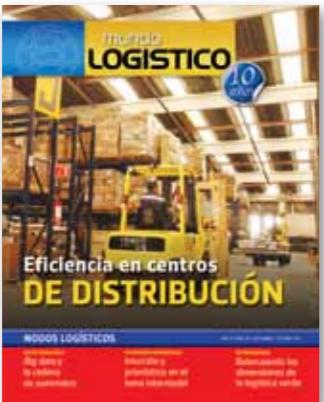
TIBA México, S.A. de C.V.  
Jaime Balmes, 8 - 201, Col. Los Morales Polanco, C.P.11510, D.F. México, Tel: (+52-55) 4777 8800  
[info@tiba.com.mx](mailto:info@tiba.com.mx)

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

ALGERIA | ANGOLA | ESPAÑA | CABO VERDE | MÉXICO | MOZOMBIQUE | PANAMA | PORTUGAL



Septiembre - Octubre 2013  
Año X  
Número 59



[www.mundologistico.net](http://www.mundologistico.net)

Síquenos en:



La revista **Mundo Logístico** cuenta con el apoyo de:



Mundo Logístico es una publicación bimestral de **Editorial Fass, S.C.** con domicilio en Augusto Rodin 276; Col. Nochebuena; C.P. 03720; D.F. Tels: (55) 3096 3472 / 1054 6611 / 5523 7672 / 2978 8500

El contenido de las notas firmadas no necesariamente representa la opinión del editor, y es de exclusiva responsabilidad de los autores. El editor no se responsabiliza por errores u omisiones que se produzcan en esta publicación ni intervendrá en problemas o discrepancias que se susciten con terceros por adjudicación de marcas o contenidos de publicidad.

Certificado de Reserva de Derechos núm.: 04-2003-021210043700-01. Certificado de Licitud de Título y Licitud de Contenido: en Trámite.

Tiraje certificado por la Subsecretaría de Normatividad de Medios, Dirección General de Medios Impresos. Certificado núm. 005-016.

Precio del ejemplar en México \$ 85.00 m.n.; resto del mundo \$ 7.00 us

## DIRECTORIO

GERENTE ADMINISTRATIVO  
Sofía Elorza

GERENTE EDITORIAL  
Bárbara Gaxiola

GERENTE COMERCIAL  
Mayte Colín

REDACCIÓN  
Guillermina García  
Beatrix Rojas

COLABORADORES  
Jesús Campos  
Ramiro Hernández

GERENTE DE SISTEMAS  
Francisco Barrón

ARTE Y DISEÑO  
Miguel A. González  
Jacqueline Buenrostro

SUSCRIPCIONES  
Scharoón Palomares

TAMAULIPAS Y ESTADOS UNIDOS  
Julio Carbajal | Jumvic, LLC  
Shary Rd Ste 5-43  
Mission Tx  
78572, Estados Unidos  
Tel.: (956) 432 8111  
(956) 843 6164

LOGÍSTICA  
Enrique Samano

PUBLICIDAD GUATEMALA  
Otto Venegas

## OFICINAS

MÉXICO  
Augusto Rodin 276  
Col. Nochebuena, 03720  
México, D.F.  
Tel.: (55) 3096 3472  
(55) 1054 6611  
(55) 5523 7672  
(55) 2978 8500

GUATEMALA  
31 Calle 25-45  
zona 12. Of. 508  
Edificio Intercargo Logistic Center  
Guatemala, Centro América  
Tel.: (502) 2442 0737  
(502) 2442 0744

TAMAULIPAS Y ESTADOS UNIDOS  
Julio Carbajal | Jumvic, LLC

PUBLICIDAD MÉXICO  
Marlene Méndez  
Tere Montoya  
Arturo Aguilar  
Iván Balderas



## ► Nodos logísticos

06 EN LA MIRA

10 ARTÍCULO DE PORTADA  
Eficiencia en centros de distribución

16 PLATAFORMAS INTERMODALES  
Gaudena: Centro de distribución que impulsa el e-commerce

20 Intuición y pronóstico en el tema intermodal

26 GESTIÓN Y CONCEPTOS  
Pasos para construir un S&OP I

30 SUSTENTABILIDAD  
Balanceando las dimensiones de la logística verde

32 Ferromex y Cemex operan Gondola Verde en Manzanillo

34 MOTOR TECNOLÓGICO  
Big data y la cadena de suministro

38 Gestión de la fuerza de trabajo: Diferenciador de éxito

44 COMERCIO EXTERIOR  
México: En el umbral de ser el centro logístico de América Latina

46 DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE  
Una historia que merece ser compartida

48 ACTUALIDAD  
Debatirán operaciones y demanda en Foro de Pronósticos

50 Expo Logística 2013: Imágenes de éxito y satisfacción

56 Invita Imece a vivir cultura de exportación

58 Todo un éxito Amacarga y el Día del Freight Forwarder

60 EXCELENCIA CORPORATIVA  
Comportamiento del *digital shopper* en México

62 Mujeres en el mundo de la logística inteligente

66 AGENDA



## Estafeta presenta su nuevo servicio Global Exprés 24 horas

El servicio permitirá a los usuarios hacer envíos de documentos y paquetes a todo Estados Unidos y Canadá con garantía de entrega en 24 horas. De acuerdo con Ingo Babrikowski, director general de la empresa, este servicio ha sido diseñado en respuesta a necesidades específicas del mercado mexicano pues ofrece recibir artículos muy variados como alimentos, ropa, bebidas, muestras, partes críticas, documentos importantes como escrituras, declaraciones de impuestos, pasaportes, actas de nacimiento documentos corporativos, facturas, pedimentos, expedientes, entre muchos otros.

El lanzamiento de un producto con estas características está respaldado por un intenso programa de capacitación a los asesores en los puntos de venta a nivel nacional, para que puedan ayudar a los clientes a resolver cualquier duda sobre la forma correcta de realizar un envío, el tipo de productos, empaque, requisitos legales y fiscales entre otros y elevar al máximo las posibilidades de una entrega exitosa.

Estafeta Mexicana enfoca actualmente sus esfuerzos al desarrollo de nuevos servicios, "hoy en día buscamos acelerar los tiempos de entrega vía terrestre y aérea al menor costo, con mayor cobertura que la de nuestra competencia. Con nuestro portafolio de servicios, cada vez más amplio, estamos preparados para que el consumidor esporádico o empresarial pueda elegir la modalidad más adecuada en tiempos de entrega y costo con la certeza de poder rastrearlo en todo momento apoyado en tecnología de punta y atención personalizada", señaló Babrikowski.

## Reuniones en China, la SCT discute proyectos ferroviarios y portuarios

Durante su visita a China, el secretario de Comunicaciones y Transportes, Gerardo Ruiz Esparza, se reunió con el viceministro de Comercio de ese país, Li Jinzao, y con el director general de la Agencia de Promoción de Inversiones del Ministerio de Comercio, Liu Yinxun, con el fin de intercambiar información sobre proyectos ferroviarios y portuarios, y a quienes presentó el Programa de Inversiones en Infraestructura de Transporte y Comunicaciones 2013-2018.

En esta visita, que esperamos reditúe en grande a nuestro país, el equipo del secretario visitó el aeropuerto internacional de Beijing para conocer su centro de operaciones y el funcionamiento de la terminal aérea número 3, una de las más modernas y avanzadas del mundo y sostuvo un encuentro con el presidente de la Asociación de Contratistas Internacionales de China, Diao Chunhe, y altos ejecutivos de empresas de esa nación. Así como con el presidente del Consejo de Administración de la empresa China Communications Construction Company, Liu Qitao.

## Grupo ADO adquiere Avanza

La empresa cerró la adquisición de Grupo Avanza, líder español en el transporte urbano y en estaciones de autobuses y segundo operador nacional de transporte de largo recorrido. La transacción fue asesorada por Deutsche Bank y se enmarca en la estrategia de internacionalización de la empresa mexicana Grupo ADO.

La posición de Avanza se fortalece con esta adquisición, ya que las sinergias de ambos grupos, de filosofías muy similares, garantizan la continuidad, estabilidad y rentabilidad de la compañía en España. Al respecto, Jesús López Torralba, director general de Avanza, comentó, "esta es una operación satisfactoria para todas las partes, pero de manera particular para los colaboradores y los pasajeros de Avanza. La llegada del Grupo ADO es garantía de calidad y de estabilidad".

Grupo Avanza operará de manera independiente y mantendrá su estructura actual. Al respecto, Grupo ADO destacó, "tenemos absoluta confianza en el grupo directivo actual de Avanza y estamos convencidos que su experiencia aportará buenas prácticas a nuestra operación tanto en México como en España".

## Bosch y Nira fortalecen su cooperación



Se ha firmado recientemente un contrato entre Bosch y Nira sobre la instalación del sistema de supervisión de presión de los neumáticos indirecto, TPI by Nira, en los sistemas de control de slip de Bosch vendidos en todo el mundo.

Jörg Sturmhoebel, director de Marketing en Nira, dijo: "Consideramos a Bosch desde hace muchos años como un socio fiable y competente y estamos orgullosos de ser un proveedor de iTPMS para ellos. Este contrato abre oportunidades empresariales y mercados en todo el mundo para nosotros, que como pequeña compañía entre los gigantes de la industria de la automoción nunca podría haber logrado sola".

Con este contrato, Nira estará bien establecida como proveedor de Bosch y Tier 2 en la industria de la automoción. Esto ya ha tenido un efecto en el crecimiento de la cartera de clientes de Nira y llevará a la expansión en términos de conductores de prueba, ingenieros e instalaciones.

Como resultado de la mayor concienciación sobre la seguridad y el medio ambiente, muchos mercados requerirán la adecuación estándar de los sistemas de control de slip y TPMS. La tasa de adecuación mundial para iTPMS crecerá por tanto desde en torno al 5% actual a más de 25% para 2018. Nira, como el actual líder del mercado para iTPMS, mantendrá su posición de estrategia y ventaja. La cooperación con Bosch es un gran paso hacia este objetivo.

## WWL de Veracruz a Estados Unidos

Wallenius Wilhelmsen Logistics (WWL) ha expandido su servicio de transportación marítima desde Veracruz, México. Desde septiembre de 2013, WWL ofrecerá dos a tres viajes por mes desde Veracruz hacia la costa este de Estados Unidos para conectar las rutas de la red global de trabajo de la compañía.

Los puntos del servicio incluyen los puertos de Veracruz, Galveston, Brunswick, Charleston y Baltimore; para proceder a la ruta europea con Antwerp, Bremerhaven y Southampton. El servicio también ofrece la capacidad para



conectar rutas alrededor del mundo de WWL.

"Estamos muy emocionados de apoyar las necesidades de los productores en materia de transporte marítimo de México hacia la costa este de Estados Unidos y más allá", señaló Rich Heintzelman, líder del área comercial y EVP de Wallenius Wilhelmsen Logistics Americas. "A medida que vemos un crecimiento hacia la manufactura doméstica en México, también se vuelve

cada vez más importante reforzar los servicios de exportaciones por la vía marítima desde México y en todo el mundo".

## Navalshore: Automatización para embarcaciones offshore

"La automatización de embarcaciones offshore todavía es algo nuevo en el país, diferente de la realidad de países europeos. Aquí, muchos navíos todavía se controlan de forma manual y sin control total. Por ejemplo, el nivel del tanque de una embarcación llega a ser medido con una varilla, mientras que los sistemas de automatización disponibles hoy en el mercado permiten una visión completa. Es posible controlar con precisión ítems indispensables, como el nivel de los tanques de diesel", afirma Luiz Barbarini, ingeniero y director de Boning, empresa de origen alemán presente en Brasil desde 2007.

Avisar en un corto periodo de tiempo a la tripulación o al comando de una embarcación offshore sobre posibles fallas o problemas mecánicos, aumentar las chances de corrección y evitar accidentes. Estas son algunas de las principales ventajas de la evolución en la automatización naval. Los nuevos sistemas y equipos para monitoreo, control y automatización disponibles en Brasil se

destacan entre las tecnologías innovadoras para el mercado naval y offshore se presentaron en la décima edición de la Navalshore-Marintec South America 2013, en Río de Janeiro.



Navío en 3D: En la actualidad, presentar el proyecto de ingeniería de un navío en 3D también es posible gracias a software con los que es posible experimentar el programa, usar lentes para 3D y constatar en la práctica las ventajas de visualizar el proyecto de ingeniería de un navío en varias dimensiones. Asimismo, se presentaron simuladores que pueden reproducir virtualmente las operaciones de los navíos en alta mar, puertos e hidrovías; reproducen las operaciones de transferencia de petróleo entre embarcaciones en alta mar.



## Catálogo en promoción de venta móvil: Custom Group y TEC Electrónica



La Solución Integral Móvil se entrega en forma de kit a precio especial y se ofrecerá un descuento adicional en los primeros 200 paquetes solicitados para así poder beneficiar de forma más efectiva e inmediata al mayor número posible de compañías mexicanas. Los dispositivos que se ofrecen tienen como características importantes su larga duración y su gran resistencia a accidentes tales como caídas al concreto, salpicaduras de agua, etcétera.

Las empresas promueven la Venta Móvil con una oferta tecnológica que incluye una solución de impresión móvil con terminales portátiles Honeywell Dolphin 6000 e impresoras portátiles Custom; además de software precargado para la venta en ruta. Una gran oportunidad para los integradores, distribuidores y desarrolladores de software para equipos móviles, ya que permite mejores procesos de negocio y mejora la productividad de empresas de todos los sectores y tamaños que tengan o puedan implementar la venta en ruta o móvil, tales como: empresas dedicadas a la logística, seguros, embotelladoras, cervecerías, mayoristas de abarrotes, instituciones que necesiten emitir infracciones, boletos de admisión a cualquier tipo de espectáculo, o bien cualquier tipo de emisión de comprobantes o recibos en campo.

## UPS y sus nuevas metas en materia de sustentabilidad

La compañía presentó su Informe Anual de Sustentabilidad, en el cual anunció que a pesar de que el número total de paquetes enviados en el 2012 incrementó, la compañía redujo sus emisiones totales de gases de efecto invernadero. Los logros en cuanto al medio ambiente consistieron en ahorros de combustible tanto en tierra como en aire, mayores inversiones en vehículos de combustible alternativo y rutas reestructuradas que recorron 19.47 millones de kilómetros de las entregas por vía terrestre.

"UPS también estableció una nueva meta de combustible alternativo", dijo David Abney, director de Operaciones en UPS. "Para 2017, la compañía llegará a 1,609 millones de kilómetros gracias a los vehículos de combustible alternativo y tecnología avanzada—más del doble que la meta anterior de 643 millones de kilómetros—".

"Nuestro liderazgo en la industria, demuestra el uso de tecnologías innovadoras y aumentos en eficiencia operativa global, además de calificaciones de clase mundial debido a nuestros datos sumamente sólidos", dijo Scott Wicker, director de Sustentabilidad en UPS. "El tema del informe, More of What Matters (Más de lo que importa), agudiza el enfoque de UPS para causar un impacto positivo más mensurable a través de prácticas empresariales sustentables y experiencia en logística".

## Canacar: Acciones que fortalecen al transporte 2013

La delegación de León de la Canacar llevó a cabo la tercera edición del Foro Acciones que Fortalecen al Transporte 2013, en la que gobierno, legisladores y empresarios reforzaron los lazos de cooperación para desarrollar acciones que impulsen este objetivo y convierten a México en la principal plataforma logística de América.



En el marco de la inauguración, el delegado del organismo transportista en León, Enrique González Muñoz, sostuvo que es hora de dar resultados después de llevar a cabo 2 foros de transporte en el que la voluntad y el trabajo de todas las partes han dado resultados que benefician al sector y, sobre

todo "al importante rubro de la capacitación".

Canacar, en conjunto con la Universidad Tecnológica de León (UTL) y el Instituto Estatal de Capacitación (Ieca), pusieron en marcha el Programa Semillero para la Formación de Operadores, el cual se ejecuta a través de los Centros de Capacitación y Adiestramiento

para Conductores del Transporte de Carga. Para González Muñoz, ahora los empresarios deben comprometerse en dar empleo, luego de que el día de hoy egresó la primera generación la carrera de Administración de Sistemas de Transporte Terrestre de la UTL.



End-to-end Worldwide Supply Chain Management



**WAREHOUSE and DISTRIBUTION MANAGEMENT**  
Strengthen your supply chain with operational excellence  
and industry-leading solutions from a single source.

### APL LOGISTICS

#### Contract Logistic Services

WAREHOUSING, BONDED WH,  
TRANSPORTATION & VA SERVICES

#### Manuel Renero Alvarez

Sales & Marketing Director  
manuel\_renero@apllogistics.com

### APL LOGISTICS

#### International Logistic Services

ORIGIN, CONSOLIDATION  
& FORWARDING SERVICES

#### Elliette Jaso

Country Sales Manager  
Elliette\_Jaso@apllogistics.com

### APL LOGISTICS

#### Landing Truck Services

INTERMODAL  
& RAIL SERVICES

#### Eduardo Johnson

Sales Director Mexico  
Eduardo\_Johnson@apllogistics.com

### APL

CONTAINER SHIPPING  
& TERMINALS

#### Jazmin Ruiz

Country Sales Manager  
Jazmin\_Ruiz@apl.com



Part of the  Group

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

Por María Castro | Socia senior y directora en KOM International para México y Latinoamérica.

# Eficiencia en CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Un centro de distribución que apoye con eficiencia la cadena de suministro determina la estrategia de su operación en un *layout* de instalación determinada por dimensiones específicas de almacén y un set existente de restricciones dadas para una operación en particular.



Para diseñar un centro de distribución eficiente debe considerarse la asignación de ubicaciones de surtido, capacidad cúbica y andenes.

Cuando se diseña una instalación de almacenamiento en busca de eficiencias, la meta debe ser siempre minimizar costos. Esto incluye tanto los costos de capital utilizados para construir la nueva instalación (o expandir una existente) así como también los costos operativos asociados con el manejo del producto y el mantenimiento de la infraestructura de la instalación.

Hoy más que nunca, las compañías están reduciendo sus costos para mantenerse competitivos, aunque al mismo tiempo y sin perder de vista la mejora de la respuesta a la demanda de los clientes.

En un centro de distribución diseñado eficientemente, la estrategia de operación está determinada por el concepto de *layout*, mientras que la aplicación de esta concepción es determinada por dimensiones específicas de almacén y un set existente de restricciones dadas para una operación en particular.

Por lo tanto, existe un mayor cumplimiento de ciertas alternativas de estrategia sobre otras para cual-

quier operación dada, lo cual no es inmediatamente obvio sin una rigurosa comparación y evaluación de las alternativas viables tomando en cuenta ambos conceptos de *layout* y sus correspondientes opciones de estrategia o modelo operativo.

La meta de un diseño eficiente de centro de distribución es minimizar los costos operativos anuales mientras se mantienen los niveles de servicio deseados. Teniendo en cuenta que los niveles de servicios son frecuentemente afectados por la eficiencia en un almacén y afectados por el diseño del layout y asumiendo que una operación de surtido de caja convencional, existen 3 factores principales que determinan un diseño eficiente:

## 1. Ubicaciones o caras de surtido

Surtidos con recorridos largos pueden imponer un costo mayor a los centros de distribución, el ancho de las ubicaciones de surtido siempre son un área de oportunidad en cualquier centro de distribución.

¿Cuenta su centro de distribución con ubicaciones de surtido de un metro de ancho cuando 60 cm de ancho sería suficiente? Si en el centro de distribución existen múltiples ubicaciones de surtido con esta descripción, entonces sus surtidores están caminando o manejando mas lejos de lo que necesitan.

Realizar una correcta y eficiente asignación de tipo de ubicaciones de surtido para cada ítem en particular en un centro de distribución debe basarse en volúmenes de embarque mensuales y una actividad de reabastecimiento deseable.

La ganancia obtenida en productividad es la longitud de la línea de surtido versus la actividad de reabastecimiento. En muchos centros de distribución la productividad de surtido alcanza hasta 60% de la mano de obra directa y esto por supuesto requiere una atención importante.

Usted podría ser capaz de obtener hasta 10% de ahorros en mano de obra directa llevando al cabo una eficiente asignación de ubicaciones de surtido.

## 2. Almacenamiento cúbico del inventario

¿Tiene su centro de distribución producto y tarimas asfixiando sus pasillos? ¿Están los operadores quejándose de que hay demasiado producto en el centro de distribución?

Si su centro de distribución podrá estar congestionado, pero hay solamente una manera de determinar si está lleno. Debe realizarse el cálculo de capacidad neta o CN.

Una vez que los requerimientos de las ubicaciones de surtido son determinados y convertidos en bahías de racks, el inventario cúbico disponible determinará la altura requerida de las bahías y por lo anterior el tamaño del edificio completo. La NC es entonces calculada con varias alturas para asegurar que el inventario queda arriba de las ubicaciones de surtido.

En algunos diseños, donde los niveles de inventario son muy altos, las secciones de almacenamiento especial o reserva de inventario deben ser agregadas al layout del centro de distribución para minimizar los requerimientos de altura.

Mantener el inventario para un producto dado tan cerca posible al tamaño de su ubicación de surtido es vital, ya que esto minimiza la cantidad de mano de obra requerida para acomodar producto y para reabastecer estas ubicaciones.

Una vez que conoce su NC, usted puede utilizar esta medición para convencer o sensibilizar a sus compradores de llenar su almacén con más inventario del necesario.

## 3. Requerimientos de puertas y andenes

El andén es el corazón de cualquier operación, puede crear eficiencias impresionantes así como peligrosos cuellos de botella.

El diseño de un andén no es exactamente ciencia espacial. Existe una regla general: "Entre más gran-



de, mejor". Y esta es la razón por la que un largo de 12 metros en operaciones de comida refrigerada en un centro de distribución ha sido remplazada por un largo de andén de hasta 36 metros.

Los requerimientos de andén y puertas se encuentran determinados primordialmente por los niveles de servicio y por el embarque, las horas disponibles de operación y el número de días de operación a la semana.

Entre mejor balanceada se encuentre la carga de trabajo, más eficiente será el diseño. Los tamaños de andenes pueden variar entre los 15 y 36 metros de largo, dependiendo de la cantidad de crossdock o de producto en flujo directo en un turno de operación o por el equipo requerido como empleadoras de tarimas.

#### Otros factores a considerar

Considere temas secundarios como disposición de columnas, estaciones de carga de baterías, zonas de devolución y oficinas entre otras. Estos puntos no son los que determinan un diseño pero deben incluirse con las principales funciones de un almacén.

Otra consideración importante es la flexibilidad en el diseño de centro de distribución. Dado el escenario cambiante de la administración de la cadena de suministro, una operación flexible es fundamental. Piense siempre hacia adelante, incluya planes de expansión y escenarios *What if's*. La flexibilidad en elección de equipos así como las áreas de andenes y almacenamiento facilitarán la transición hacia la operación nueva real.

Las implicaciones de una orientación hacia el cliente incluyen factores como un masivo incremento en la proliferación de nuevos SKU, el origen de pro-



ducto y su empaque y el tamaño de la orden. Estos puntos deben considerarse siempre para la flexibilidad hacia el futuro desde una perspectiva de layout amigable hacia el cliente cuando sea apropiado.

Mientras la cadena de suministro se mueve hacia un modelo dirigido por la demanda y lean, la tendencia es hacia mantener menor inventario en el sistema en general. Esto es un cambio fundamental hacia el modelo tradicional que esencialmente es una cadena de suministro orientada hacia el inventario.

Además, con menor inventario en el sistema, lo que se observa es que la mezcla óptima de producto y la necesidad de manejos eficientes individuales por producto determina la estrategia operativa mejor mientras se requiere un diseño eficiente de centro de distribución.

#### Nivel de tercerización en México

Extractos de la conferencia "Estudio de tercerización 3PL en México", impartida por Juan Arroyo, de Miebach Consulting, Expo Logística 2012.

Aproximadamente 58% de las empresas participantes se apoya hoy día en los operadores logísticos, y 14% pretende hacerlo en un futuro, lo que indica un gran potencial para los operadores. Si este potencial se convierte en un hecho, el nivel de tercerización en México será comparable al de otros países con mercados maduros como Estados Unidos (75% o más) o algunos países europeos.

Sin embargo, el porcentaje de los que dejaron de tercerizar es todavía mayor (19%) y aunque puede verse como oportunidad, es mucho más difícil de volver a capturar, debido a sus experiencias previas. Nos encontramos, pues, en un punto de inflexión para el mercado de la tercerización logística: existen las bases para dar el salto hacia un mercado maduro, pero si no se resuelven los problemas detectados por el estudio, la balanza se puede inclinar fácilmente hacia el lado contrario.

#### Razones para la tercerización

La reducción de costos y la mejora en el nivel de servicio son los principales motivos para las empresas que deciden tercerizar (60%). La reducción de costos, sin embargo, parece asociada a diferentes motivos que a la reducción de personal: evitar inversiones, incremento de la calidad, menores penalizaciones, menores rechazos, devoluciones, etc.

Esto indica una muy buena comprensión, por parte de los usuarios de los servicios logísticos de cuáles



**Potosinos**  
¡Entregados para entregar!



#### EXPANSIÓN

La entusiasta respuesta de nuestros clientes impulsa la expansión de nuestros servicios en el mercado nacional e internacional, dando lugar a la apertura y desarrollo de nuevas sucursales.

**¿QUIÉNES SOMOS?**  
Somos una empresa 100% Mexicana con 56 años de experiencia, contamos con un sistema que propicia que la mercancía de nuestros clientes llegue a tiempo, intacta y con seguridad. Todo ello nos posiciona como la mejor empresa de auto-transporte de carga en México.



## Mensajería, Paquetería y Carga Consolidada

Contamos con  
más de 50  
sucursales  
entregando  
en más de  
1000 destinos.

AGUASCALIENTES	GÓMEZ PALACIO	MEXICALI	SALITTO	TULITLAN (Nueva)
APODACA (Nueva)	CD. DE MEXICO (3)	CD. MONTERREY	SAN LUIS POTOSI	TUXTLA GUTIERREZ
CANCÚN	GUADALAJARA (6)	MORELIA	SANTA CATARINA	VERACRUZ
CD. OBREGÓN	HERMOSILLO	NOGALES	TAMPICO	VILLAHERMOSA
CELAYA (Nueva)	IRAPUATO	NUEVO LAREDO	TEPIC	ZAPOPAN
CHIHUAHUA	LAREDO TEXAS	PUEBLA	TIJUANA	
CD. JUÁREZ	LEÓN (2)	PUERTO VALLARTA	TOLUCA	
CÓLIMA	LOS MOCHIS	QUERETARO	TORREÓN	
CULIACÁN	MAZATLÁN	REYNOSA		
DURANGO	MÉRIDA			

Llegamos a todo México



En Mensajería y paquetería transportamos sobres y paquetes con un peso de hasta 80 Kilogramos.

En carga consolidada transportamos mercancías desde 80 hasta 25,000 Kilogramos.



Sucursales  
Territorio Potosinos  
Próximas aperturas

#### TRANSPORTE ESPECIALIZADO

Capacidad de carga de hasta 100 toneladas de peso con servicio en México, Estados Unidos y Canadá.



#### OUTSOURCING LOGÍSTICO

Desarrollamos e implementamos soluciones de logística, diseñados para responder a necesidades específicas mediante alianzas estratégicas.

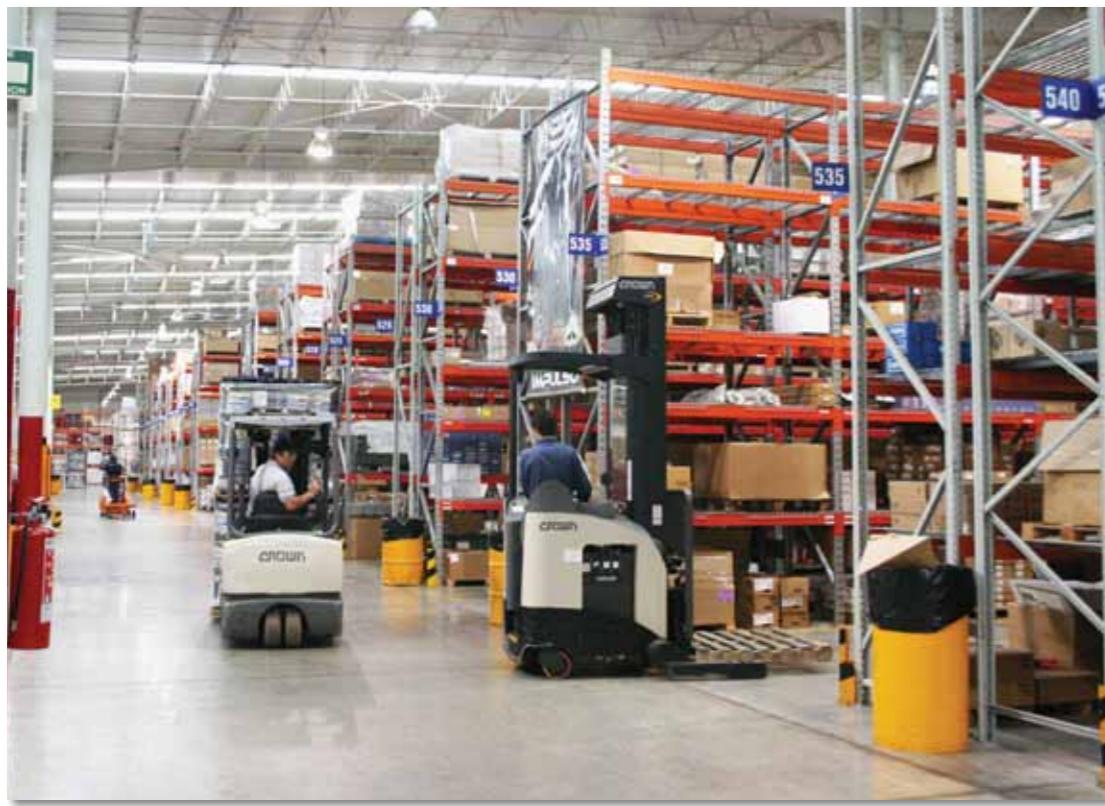


01 800 36 115 00

[www.potosinos.com.mx](http://www.potosinos.com.mx)  
[info@potosinos.com.mx](mailto:info@potosinos.com.mx)

Potosinos entregados para entregar

@potosinosexpres



son los beneficios que pueden ofrecer los operadores.

Es interesante comparar estos datos con los de Alemania, por ejemplo, donde los principales criterios para seleccionar un operador logístico son el grado de expertise, la flexibilidad operativa y contractual, la transparencia y la calidad crediticia.

#### ■ Pilares de una relación exitosa

El estudio muestra que la fórmula del éxito es un balance equilibrado entre precio competitivo, flexibilidad, comunicación y calidad, aunque existe un desfasaje entre la jerarquización de estos elementos por parte de usuarios y operadores.

Los usuarios tienen una visión más equilibrada, dándole similar importancia a estos pilares. Los operadores, en cambio, difieren fuertemente en el mayor peso que le dan a la comunicación (franquicia, transparencia), y el poco que le otorgan al precio, quedando de manifiesto que la flexibilidad no es un elemento prioritario en la relación.

El mercado confirma esta percepción cuando casi 45% de los usuarios percibe una gran incertidumbre sobre el grado de flexibilidad operativa. El fantasma de la mejora continua llama la atención, teniendo en cuenta las respuestas recibidas, que casi

la mitad de los clientes detecta problemas por la falta de mejora continua en sus operadores logísticos.

Un ambiguo "a veces" concentra las respuestas en segundo lugar. Los usuarios perciben que los operadores, una vez conseguida la cuenta o el contrato, poco hacen por mejorar la operación más allá de los servicios requeridos en la oferta. O bien las mejoras que implementan los operadores no tienen un impacto relevante hacia el usuario.

Es altamente probable que los contratos y modelos de negocio actuales sean un obstáculo para implementar mejoras continuas que beneficien a ambas partes.

#### ■ Madurez de los operadores

24 operadores logísticos participaron en el estudio y contestaron las encuestas específicas que realizamos para ellos, lo que nos lleva a afirmar lo siguiente: los operadores poseen buenas infraestructuras tanto de sus instalaciones como de sistemas, el nivel de confianza en el manejo de la confidencialidad de la información de sus clientes es alto-muy alto (67 por ciento).

Los operadores en México tienen la capacidad operativa para brindar servicios competitivos, sin embargo los problemas detectados (cumplimiento de

expectativas, nivel de servicio, flexibilidad, actividades fuera de contrato) tienen su origen en cómo se llevó a cabo el proceso de contratación.

#### ■ Transiciones, arranques y finalización de operaciones

Además de los servicios que se contratan al operador, estas tres etapas deberían considerarse explícitamente en los contratos. Aunque sólo se realicen una única vez en la vida del mismo, son de vital importancia para una gestión correcta y con riesgos mínimos. Un 87% de los operadores asegura que en una transición, el operador que pierde al cliente no sólo no colabora sino que incluso dificulta el proceso.

Es una buena señal de madurez del mercado que estas dificultades no afecten al usuario final, pero deben ser tenidas en cuenta por el usuario. El éxito de una transición depende de muchos factores (tiempo, expectativas, complejidad de la operación, capacidad de respuesta de las empresas, orden interno, sistemas, etc.), que deben planificarse de manera estructurada. Esta tarea se facilita si estas etapas se incluyen en la solicitud de ofertas (especificación de servicios) para que sean cotizadas por los operadores, ya que acarrean costos y riesgos para todos.

#### ■ Conclusión

Los resultados del estudio indican que la gran mayoría de las veces el proceso de contratación se lleva de manera ineficiente o con poca profundidad, tanto por parte de los operadores como por parte de los usuarios. Si ambas partes no se involucran en la definición del concepto estratégico de su cadena de suministro y llevan adelante un proceso de contratación estructurado, la experiencia de la tercerización tiende al fracaso. Proponemos a usuarios y operadores que, durante el proceso de negociación, se esfuerzen en identificar claramente los costos y beneficios que esperan de un servicio, cuáles son los escenarios de riesgo, e incluso cómo llevar adelante nuevos modelos de negocio que beneficien a ambos.

Creemos que las oportunidades para la mejora están en profundizar sistemáticamente en estos detalles, los cuales sentarán bases concretas para mejorar la relación de negocios. En particular, los operadores, quienes controlan la oferta de servicios, deben reflexionar sobre cuáles son las oportunidades que están perdiendo al no ser vistos como "socios estratégicos". Dejar de actuar sobre los aspectos comentados significa que la relación de socios estratégicos será una utopía y seguiremos viviendo con alianzas forzadas. 

## AVANZANDO procesamiento+envasado

### Encuentre su inspiración en la exposición de empaque y proceso más grande del mundo.

Con más soluciones e innovaciones en envasado y procesamiento de las que encontrará en cualquier otra parte, **PACK EXPO Las Vegas 2013** es el evento de la industria que no se puede perder.

- Más de 1,600 expositores
- 65,000 metros cuadrados
- 26,000 asistentes de 40 mercados verticales y 127 países
- miles de ideas nuevas
- oportunidades sin límite de hacer contactos y obtener conocimientos

No importa cuál sea su negocio —alimentos, bebidas, farmacéuticos y más— haga su asistencia a **PACK EXPO** sea su prioridad.



Producido por:



Para más detalles sobre cómo asistir y encabezar una delegación, contacte por correo electrónico o teléfono a nuestro representante en su país:

PMMI – Oficina para Latinoamérica:  
latina@pmmi.org | +52 55 5545 4254

PMMI EEUU: expo@pmmi.org | +1 703 243 8555



Del 23 al 25 de septiembre de 2013  
**LAS VEGAS, NEVADA, EEUU**  
¡Regístrate hoy! [www.packexpo.com](http://www.packexpo.com)



**PACKAGING.  
PROCESSING.  
ONE  
POWERFUL  
SHOW.**

Guillermina García | Redacción.

# GAUDENA: CENTRO de distribución que impulsa el e-commerce

"La logística es el corazón del negocio, un componente indispensable, es por ello que nosotros realizamos la operación total y no tercerizamos", así compartieron los directivos de Gaudena, cuyo centro de distribución es la clave para que sus operaciones de comercio electrónico tengan el éxito que tienen.

Gaudena inició con una inversión inicial de 3.5 millones de dólares, al ser un negocio joven la participación de mercado aun es pequeña pero espera alcanzar el 10% en su área de negocios en un lapso de 5 años.

El e-commerce en México crece a doble dígito cada año y la categoría de ropa, zapatos y accesorios va ganando participación dentro del mismo. Gaudena.com es una empresa joven, 100% mexicana, con



"La razón de ser de este negocio son los clientes, ellos son lo más importante, por ello queremos tener el control total, desde que está su pedido hasta que surtimos esa orden". Mario Reynoso, director general, y Roberto Rodarte, director de Operaciones de Gaudena.com.



La empresa inició operaciones en septiembre del año pasado y ha construido su base de clientes a través de medios online, portales redes sociales, como facebook, y otras vías de publicidad virtual.

accesorios, tenemos el canal abierto, somos dueños de la plataforma tecnológica que es la página de internet, tenemos un ERP, y tenemos nuestro almacén y centro de distribución", indicó Mario Reynoso.

"Creemos que la logística es el corazón del negocio, un componente indispensable, es por ello que hemos decidido realizar nosotros la operación total, sin optar por la tercerización, así logramos garantizar una pronta entrega. Esto nos puede traer más clientes, más líneas de producto, ya tenemos el canal logístico abierto y en el almacén estamos preparados para entregar más volumen. Trabajamos un turno y podríamos trabajar hasta tres turnos, estamos preparados para el crecimiento de la empresa y, por ende, atender mayor demanda".

## Seguridad al comprar en internet

"Es un mito que la gente tenga miedo de comprar en internet, porque nosotros tenemos otras opciones de pago, sin embargo registramos 80% de ventas pagadas con tarjeta de crédito, creemos que es un tema de costumbre. En los últimos dos años se han

abierto muchas empresas de comercio electrónico, como nosotros y otras empresas extranjeras que han mejorado mucho la oferta, lo que mas nos interesa es que crezca el comercio electrónico en general y haya para todos y va pasar porque las tecnologías están mejorando en ese sentido," expresó Mario Reynoso.

Por su parte, Roberto Rodarte señaló: "Nuestra página tiene muchos candados de seguridad, en principio en la navegación, además nuestras bases de datos están encriptadas y tienen accesos muy restringidos, y en cuanto a los medios de pago, no nos quedamos con esa información, se la queda el banco, nosotros lo único que vemos son los 4 dígitos de la tarjeta, cuando el cliente paga por nuestro portal, el banco cobra y nos avisa que ya se hizo la transacción, así que procedemos a surtir el pedido, de ninguna manera tenemos acceso a esa información".

"Nuestros usuarios están protegidos, y nosotros como negocio también debemos protegernos ante fraudes y nos protegemos con tecnología, realmente no hemos tenido ningún problema grave con esta cuestión, gracias a la protección tecnológica que tenemos".



## VALIDA CARGA

### Servicios

- Transmisión Electrónica de Manifiestos Marítimos
- Transmisión Electrónica de Manifiestos Aéreos

### Beneficios

- Transmisión confiable y segura
- Interfaz amigable
- Recepción de Boletines Jurídicos
- Sin inversión inicial ni compra de software
- Creación de sus propios catálogos
- Administración a todos los usuarios de su organización
- Asignación de diferentes niveles de acceso
- Confianza a sus correspondentes en el extranjero
- Disponibilidad del portal 7 x 24, los 365 días del año

Contacto:  
**Edgar Rodriguez / Adrián Moreno**  
**comercial@validacarga.com**  
**(55) 9000 4584 al 89**  
**www.validacarga.com**





Para Gaudena es importante contar con la capacidad de escalar el negocio para surtir mil pedidos diarios; "no vemos la manera de hacerlo", señalaron los ejecutivos, "si no tenemos una infraestructura como la que tenemos aquí en nuestro centro de distribución".

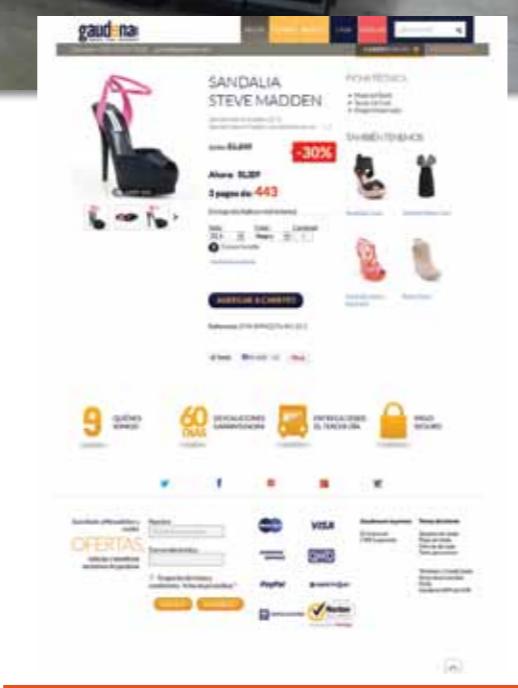


A ese respecto el gobierno está promoviendo el comercio electrónico y se está acercando a empresas de este sector empresa, por medio de una empresa consultora que reúne a los empresarios y les pregunta qué cosas desean mejorar y les dan la oportunidad de enviar sus propuestas para fortalecer al sector.

#### Operación del centro de distribución

Roberto Rodarte, director de Operaciones, platicó para nuestros lectores cómo se realiza el día a día en Gaudena.com.

"Los pedidos generados los tomamos en Operaciones a las 8 de la mañana y a la 1:00 de la tarde para subirlos al ERP, el cual nos indica las órdenes por surtir; de esas órdenes tenemos 60% de producto en inventario y ya se puede surtir, el 40% restante lo tienen algunos de nuestros distribuidores, entonces se genera orden de compra, y nos surten el producto. A



En la página de internet cuentan con alrededor de 10 mil productos visibles con diferentes tallas, alrededor de 200 mil Sku también disponibles físicamente.

la 1 de la tarde terminamos de surtir los pedidos con los productos que tenemos en inventario y lo que surten los proveedores".

"El almacén lo dividimos en tres procesos: Recepción, que todo el tiempo está dando entrada a los productos, checando órdenes de compra, revisando la calidad, etiquetando códigos de barra todo el producto, lo pasan al área de almacén quien le da una ubicación física, y el área de embarque, que prepa-

ra los pedidos y le indica al sistema que ya está surtiendo los pedidos, para posteriormente colocar las guías de paquetería y ubicándolas en las tarimas que le corresponde a cada empresa de paquetería".

El almacén no cierra hasta que no se surte el último pedido, y según nos componen, para que su empresa pueda ser relevante en el sector de comercio electrónico "deben estar todos comprometidos al 100%, así, el nivel de servicio debe ser excelente: Ningún pedido debe pasar la noche en el almacén".

Finalmente, en la lista de pasos está el envío de una notificación por correo electrónico a los clientes avisándoles que su pedido ya salió, asimismo, se le otorga el número de guía para que ellos puedan monitorearlo en la web de la empresa de paquetería.

"Desde que iniciamos operaciones", destacó Rodarte, "nuestro ERP está en la nube y ahí manejamos toda la operación de la compañía, incluso estamos incluyendo la parte contable, de tal manera que sea posible desde su computadora pueda accesar a información específica de ese rubro. Mario y yo coincidimos en que era indispensable tener este sistema, no podríamos arrancar con Excel porque sería una locura".

#### Cómo atender cada temporada

"En Gaudena.com el área de Compras, que depende del área Comercial, siempre tiene una planeación, mensual, trimestral y anual en la cual determina los productos que se surtirán", relató el ejecutivo. "Por ejemplo, esta semana hemos tenido en la página oferta de mochilas, zapato escolar, tenis escolares, porque la venta de estos artículos es la que tiene mayor rotación".

"Saliendo de esta temporada nos empezamos a preparar para la temporada alta que empieza en septiembre, octubre, noviembre, diciembre y enero todavía, donde tenemos productos para regalo, prendas y calzado de invierno, entonces hay un plan de compra de inventario que va relacionado a lo que se quiere vender y este plan se debe ir trabajando mucho antes de la temporada porque los proveedores tienen su tiempo de entrega, trabajamos 300 marcas y unos 100 proveedores".

Los jóvenes empresarios destacaron que el tamaño de México es muy atractivo para cualquier empresa y su plan de crecimiento y operaciones se basa únicamente en el país. "Nuestro futuro está en México porque la inversión fue hecha solo para México, pensando en el crecimiento de México. La mayoría de las ventas, el 50%, se realizan en el DF. El resto de las ventas se reparten entre ciudades como Guadalajara, Monterrey, Puebla, Veracruz, y otras ciudades grandes", finalizaron. ☎

## Subirse a la nube nunca fue tan seguro

**Filtrado de contenido web basado en la nube**

- Bloqueo de contenido inapropiado y no laboral
- Políticas de navegación para protección contra malware, phishing, virus y otros ataques
- Protección en sitios múltiples y hacia cada dispositivo conectado
- Cloud Keys que admite permisos personalizables para usuarios

**Habeas Data México S.A de C.V.**  
 Mayorista en soluciones informáticas  
 (55) 2455 5524 / 01800 0004369  
 contacto@hdmexico.com.mx  
 www.hdmexico.com.mx

Beatrix Rojas y Bárbara Gaxiola | Redacción.

# Intuición y pronóstico en el TEMA INTERMODAL

Gestión optimizada de promoción, pronósticos inteligentes, demanda en tiempo y avanzada de productos con vencimiento. Una solución que incluya más que la intuición de los operadores logísticos es la que demanda el crecimiento del comercio exterior mexicano. El tema de los diferentes modos, trabajando integradamente, siempre será un buen camino para empezar.

Dicen los que saben que los clientes enfrentan cada vez más retos relacionados con el cambio constante de la cadena de suministro, aunque más bien se podría pensar que es la cadena la que sufre cambios constantes con el único y último fin de darle al cliente lo que busca.

Sea como fuere, lo que todos sabemos es que es vital pronosticar con precisión si todos estos cambios impactarán seriamente en el éxito de una organización. Mientras que la pirámide organizacional conozca la demanda de sus productos y opere a través de una gestión avanzada de los productos con vencimiento y un pronóstico más inteligente, mayor foco puede ser puesto en la precisión y agilidad para mejorar las funciones de operación real de la cadena de suministro, esto es, la distribución en tiempo y forma.

Ejemplo de que a nuestras autoridades tal reto no les es indiferente es la reciente ola de anuncios, casi todos ellos todavía en esa tesis, provenientes de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Destaca, por supuesto, la inversión estimada de 17 mil millones provenientes de recursos fiscales y 45 mil millones de la iniciativa privada para los puertos mexicanos:

■ Cuatro puertos prioritarios, por tener más espacio, mayor capacidad de almacenaje y multimodalidad: Manzanillo y Lázaro Cárdenas, en el Pacífico, y Altamira y Veracruz, en el Golfo de México.

■ 29 mil 773 pesos se destinarán a tres nuevos puertos en Guaymas, Matamoros y Veracruz.

■ 14 mil 994 millones de pesos a cinco ampliaciones: Modernización de los puertos de Mazatlán, Isla del Carmen y Seyaplaya; ampliación y modernización del puerto de Altura en Progreso y, ampliación del Puerto de Altamira.

■ 17 mil 614 millones de pesos a 12 terminales especializadas.

■ **Matamoros:** Se ejercerán 325 millones de pesos durante este año y la inversión total plurianual será de mil 236 millones de pesos. Ya comenzó la licitación y se estima que la obra comience en septiembre.

■ Veracruz el proyecto está en espera de que la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) realice los estudios sobre impacto ecológico y dé su aprobación para iniciar un nuevo puerto.

■ Siete mil 324 millones de pesos para aumentar, en una primera etapa, la capacidad de manejo de granel mineral y fluidos en Guaymas.

■ 702 millones de pesos de recursos privados en la construcción de una terminal portuaria de pasajeros en Puerto Vallarta.



## Proyecto del túnel ferroviario en Manzanillo

Los hechos hablan más del pronóstico que de la intuición; a principios de julio la Comunidad Portuaria del Puerto de Manzanillo se congregó en la Reunión Plenaria donde ratificaron su apoyo al proyecto ejecutivo modificado y mejorado del Túnel Ferroviario que construirá la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La reunión fue encabezada por Cecilio Lepe Bautista, dirigente de la Unión de Estibadores y Jornaleros del Pacífico; Flor de María Cañaveral, directora de API Manzanillo; Alejandro Torres, director del Centro SCT Colima; y los Secretarios de Desarrollo Urbano, Fernando Morán; y de Promoción Económica, Rafael Gutiérrez Villalobos.



En este evento Alejandro Domínguez Aguirre, presidente general de Carreteras Federales del Centro SCT Colima, presentó detalladamente el proyecto ejecutivo ante los cerca de cien asistentes, representantes de agencias aduaneras, líneas navieras, terminales portuarias, maniobristas, transportistas, estibadores, organismos empresariales, sindicatos y demás actores de la Comunidad Portuaria.

Domínguez Aguirre expuso que el proyecto modificado tomó en cuenta las observaciones que resultaron de un estudio de movilidad urbana realizado por expertos, así como las adecuaciones planteadas por el gobierno del Estado y el Ayuntamiento de Manzanillo, por lo que las obras preparatorias ya dieron inicio.

"No se puede postergar más el inicio de esta obra que es necesaria para el crecimiento y desarrollo del Puerto del que dependen 25 mil empleos directos; más aún cuando está por iniciar operaciones la TEC II lo que duplicará el transporte de carga por carreteras y ferrocarril", señaló Lepe Bautista.

"Las decisiones y gestiones realizadas por nuestras autoridades federales, estatales y municipales para retener y ejercer recursos en el orden de mil millones de pesos, son una muestra clara del compromiso con las futuras generaciones, con la competitividad, con la productividad y lo más importante con

las acciones emprendidas para elevar la calidad de vida de los colimenses".

## Transporte intermodal y nearshoring en el mercado Nafta

Por Beatrix Rojas | Presente en Expo Logística 2013, ciudad de México.



En el tercer y último día de la presentación de conferencias de Expo Logística 2013, se expuso en un panel de cinco expertos, la importancia que el transporte intermodal tiene en México con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y el crecimiento que este ha tenido en los últimos años.

Así se desarrolló como primera ponencia a Eduardo Asperó, director general de Pacer en México, quien principalmente expuso que este tipo de transporte intermodal, empezó a desarrollarse de manera considerable a partir del Acuerdo Comercial Nafta en junio de 1994, ya que esta red incluye puertos marítimos, puertos interiores en Estados Unidos, Canadá y México y puntos de intercambio entre ferrocarriles en las dos fronteras.

La importancia de este tratado, como bien comentó el ejecutivo, ha traído consigo más tendencias positivas que retadoras, más oportunidades de desarrollo de negocio y en la actualidad el nearshoring es un papel clave para México como tendencia sólida que se debe aprovechar a partir de una oferta logística diversificada. "Es el momento de México", finalizó.

Por su parte Ana Laura Salazar, vocera de Kansas City Southern, recordó la importancia que el ferro-

carril está teniendo en México, además del crecimiento que ha tenido en materia de comercio en general desde 2010, ya que como expuso, las importaciones a Estados Unidos con México han crecido 20.8 por ciento.

"Entre otras características, los costos son comparables a los de China y con mano de obra altamente calificada, las zonas horarias son similares y los viajes rápidos y baratos". Además la representante destacó que desde 2005, los productos chinos se han hecho 33% más caros que los producidos en México y que el acceso a costos de transporte de 50 a 80% más baratos a Estados Unidos que los que vienen de China.

En cuanto a la participación de Carlos Godínez, director intermodal de Schneider de México, expuso que el autotransporte no es por sí solo la solución al problema de competitividad en el país, pues exalta que la mayoría de las industrias enfocan únicamente la oportunidad a este medio de transporte, por ello, "los beneficios de los usuarios que piensan en el uso de un transporte intermodal, pueden ser varios, tales como la reducción de costos e ineficiencias de la cadena, amplia cobertura, tiempos de tránsito competitivos, mayor seguridad y mayor capacidad, brindándole importancia al ferrocarril".

"México es el motor de crecimiento del transporte intermodal en Norteamérica".

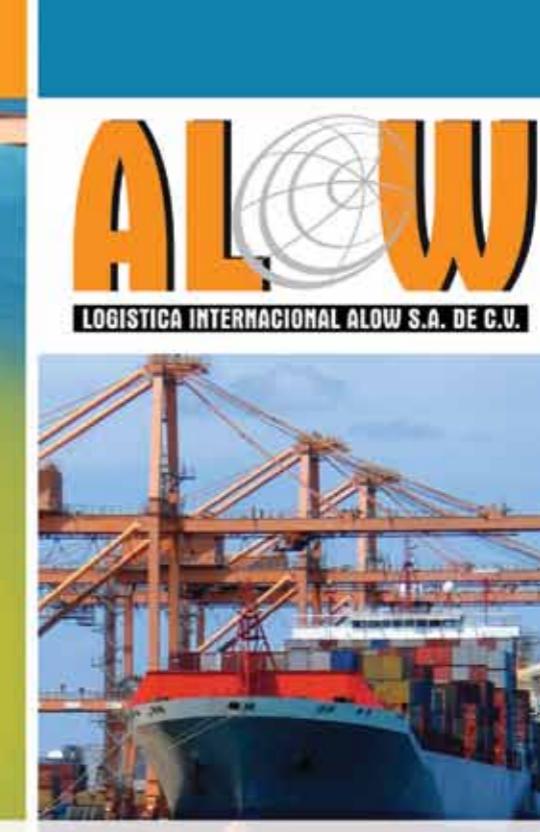
### ► Nearshoring, una oportunidad de valor hecha para México.

Respecto a este específico tema, los expertos logísticos concluyeron que México está tomando mucha ventaja por la proximidad a los mercados de mayor tamaño y crecimiento.

Como bien mencionamos, la localización de nuestro país, ofrece grandes beneficios a la oportunidad de comercio exterior con los países vecinos del norte; los costos son menores y la calidad de mano de obra es altamente competitiva, por ello, los logísticos, recomiendan aprovechar todos estos factores para un mejor desarrollo de sus actividades teniendo en cuenta también los principales retos que deben afrontar en el transporte intermodal.

La gerente intermodal de Kansas City Southern México compartió algunos de los principales desafíos, los cuales se basan principalmente en:

### ► Flujo insuficiente de norte-sur de equipo intermodal para satisfacer la demanda actual de las exportaciones, debido al desbalance en el comercio de Norteamérica.



## "Permitanós ser parte de su cadena de suministro"

Logística Internacional ALOW, S.A. de C.V. es una empresa de logística y transporte que resuelve los requerimientos domésticos e internacionales en cualquiera de las modalidades de cargamento.

Garantizamos el seguimiento y la supervisión personalizada de sus embarques, tanto en la recolección como en la entrega en su destino final.

### SERVICIOS:

- > Empresa 3PL en México y Estados Unidos
- > Logística integral nacional e internacional
- > Fletes aéreos, terrestres, marítimos y multimodales
- > Servicio multimodal e intermodal
- > Embarques especializados (sobredimensiones, sobre peso)
- > Embarques de materiales peligrosos
- > Recolección y reexpedición de carga nacional e internacional
- > Red de corresponsales a nivel mundial
- > Embarques charters y urgentes
- > Especialidad en material radioactivo

### NUESTROS SOCIOS COMERCIALES SON:

- > Oñate, Willy y Cía.
- > Axys Logistics
- > Transportes JOW

### Alianzas estratégicas:



Tels.: +52 (55) 57718271, +52 (442) 220 9078  
pricing@alow.com.mx

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

- Densidad insuficiente en la mayoría de los correos intermodales para incrementar la velocidad y eficiencia del servicio.
- La infraestructura del marco regulatorio y procesos actuales, son insuficientes para el desarrollo de trámites intermodales previstos para el futuro inmediato.

De este modo, los panelistas concluyeron que así como hay retos que pudiesen ser desalentadores, también tenemos características únicas que nos hacen poder aprovechar nuestros recursos y diferenciarnos de otras naciones, tal como el *nearshoring*, ya que México es considerado un destino con muchas ventajas para este tipo de operaciones.

El reto es desafiar y conseguir el propósito comercial, en principio dentro de la organización que exporta al tener como opción el transporte intermodal, para posteriormente encaminar atención de más organizaciones que se sumen a esta tendencia

y lograr captar atención del sistema encargado de resolver algunos de los desajustes que aún existen en estos medios de transporte. ☺



#### DHL Supply Chain con Volvo Car en México

En México, uno de los mercados emergentes con mayor crecimiento en el mundo, DHL Supply Chain actualmente proporciona estas soluciones para las operaciones post-venta de Volvo Car, las cuales han demostrado ser altamente eficaces, eficientes en términos de costo y capaces de generar un impacto duradero en el crecimiento rentable del fabricante automotriz. La solución para operaciones de servicios posventa que DHL Supply Chain brinda, se basa en metodologías y programas propios que han probado su alta eficacia para apoyar compañías automotrices a nivel mundial, y con ellas, lograr operaciones consistentes y estandarizadas.

Entre las ventajas que ofrece a Volvo Car a través de esta solución se encuentran:

- Un espacio específicamente diseñado para el manejo de autopartes y productos de alto valor de Volvo Car dentro de macrocentro, un complejo de más de 140 mil m<sup>2</sup> de almacenes compartidos localizado al norte de la ciudad de México. La instalación ofrece una solución de almacenamiento altamente flexible y efectiva en costos para más de 5,400 números de parte (SKU) de Volvo Car, la cual está equipada con robustos sistemas de seguridad y con la infraestructura necesaria para llevar a cabo el surtido de órdenes y la distribución de autopartes a los concesionarios locales de la compañía automotriz.
- Utilización de la red de consolidación de carga automotriz: Con esta solución especializada en operaciones de servicios posventa, integra las necesidades de distribución de varios fabricantes a un esquema compartido.
- Rediseño de las operaciones de servicios posventa, así como la optimización general de la cadena de suministro de Volvo Car. Esto incluye la reducción de los tiempos de tránsito, el incremento de



las frecuencias de transporte hacia los concesionarios locales y, por ende, la eliminación de entregas urgentes.

Dicho rediseño ha significado una reducción de más de 50% en el espacio de almacén requerido para la operación y un ahorro neto de 8% en los costos de transporte, aun cuando se incrementaron las frecuencias de transporte en un orden superior a 60 por ciento.

"DHL Supply Chain ha sido un colaborador clave para el crecimiento de Volvo Car, no sólo por optimizar nuestra cadena de suministro, sino también por ofrecer un excelente servicio a nuestros distribuidores, que a su vez nos permite satisfacer al máximo las necesidades de nuestros clientes", mencionó Gerardo Castañeda, gerente de Operaciones de Volvo Car. "Los beneficios brindados por DHL Supply Chain han cumplido con todas nuestras expectativas. Estamos muy satisfechos con esta alianza estratégica", puntualizó.



UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA

# IngenieríasUP

## POSGRADOS

MECANISMOS  
CIRCUITOS  
AUTOMÓVIL  
NUEVOS MATERIALES  
DISEÑO  
MANUFACTURA  
SIMULACIÓN  
CALIDAD

## LOGÍSTICA INTERNACIONAL

## SIMULADORES GRÁFICOS

## DIRECCIÓN DE OPERACIONES

## ROBÓTICA Y AUTOMATIZACIÓN

## GESTIÓN DE PROYECTOS

### •ESPECIALIDADES•MAESTRÍAS•DOCTORADO

**CONTACTO:**  
CARMEN ANDRÓMEDA PÉREZ  
Tel: 5482-1600 ext. 6829  
[caperez@up.edu.mx](mailto:caperez@up.edu.mx)

**SÍGUENOS EN:**

Posgrados Ingenierías UP  
 @PosgradosIngUP



Tomás Gálvez Martínez | Presidente de Celogis y Education Partner de John Galt Solutions; profesor de ENAE Business School y director del Máster en Logística y Dirección de Operaciones.

# Pasos para construir UN S&OP I

Antes de iniciar la aventura de tratar de implementar un proyecto del S&OP en su organización, es necesario tomar en cuenta las siguientes consideraciones. Recuerde que la forma en que estas deban llevarse a la práctica difiere significativamente en cada organización.

El Plan de operaciones y ventas (*Sales & operations planning – S&OP*) se puede definir como el proceso de planeación en la cadena de suministro que permite alinear recursos y capacidades con el propósito de obtener el mejor rendimiento dentro de un horizonte táctico. El objetivo es conciliar la demanda, los planes de nuevos productos y el suministro, tanto a nivel de producto como de familia y ligarlos con el plan de negocio de la organización.

## Los 7 pasos

Para que un proceso de S&OP se logre de manera exitosa debe contener en el plan al menos los siguientes 7 elementos, los cuales serán descritos en esta guía de trabajo. En esta sección se pone mayor foco en el paso número dos que se refiere a la construcción del proceso del S&OP (mapa y procedimientos).

1. Definición del comité de planeación.
  2. Describir el proceso del S&OP (mapa y procedimientos).

3. Definir familias de productos.
4. Establecer el horizonte de planeación.
5. Definir calendario para los eventos y reuniones.
6. Definir formatos e indicadores de medición.
7. Consenso.

## 1. Definición del comité de planeación

Usualmente el equipo de trabajo que se hace cargo del S&OP toma la figura de un comité que se reúne periódicamente. En éste participan los gerentes de los procesos críticos de la organización que son decisivos en la creación del valor percibido por el mercado y que contribuyen de manera definitiva a su situación competitiva. Al participar en este comité los gerentes reconocen y consensan de manera directa las metas del proceso y toman decisiones que afectan a toda la organización.

No se puede incluir a todos, y aquellos gerentes no considerados en el comité deben seguir plan táctico aprobado y las metas que corresponden a sus áreas de responsabilidad. Aún cuando no tomen parte en el proceso de planeación deben asegurarse que sus variables crí-

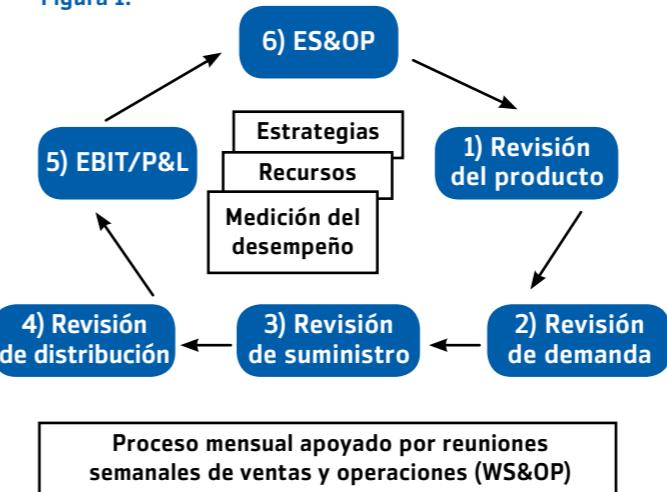
ticas están representadas en los documentos y reportes que se emplean para la planeación.

En el siguiente paso se hacen sugerencias de quienes deberían participar en cada proceso.

- ## 2. Definición del proceso del S&OP (mapas y procedimientos)

En la figura 1 se muestra un proceso de S&OP que contiene seis actividades sugeridas para la realización de este plan. Se describen cada una de ellas para facilitar la construcción del S&OP que se ajuste a las necesidades de cada organización.

Figura 1



## ► Revisión del producto

Esta actividad da inicio y contribuye a la planeación de la demanda. Su aportación es proveer información del volumen de ventas de los productos actuales, de los nuevos y de los que están en retiro; y esto es independiente de las tareas que en el ámbito estratégico y operacional este proceso desempeñe.

Los esfuerzos realizados en los nuevos productos o en la administración de la cartera de productos deben estar relacionados con la planeación estratégica, confrontando metas referentes a la rentabilidad y renovación de la cartera. Igualmente debe estar considerada la depuración del catálogo, con objeto de mantener una oferta sana desde el punto de vista de su rentabilidad. Esta dinámica se extiende a productos, servicios, productos en segmentos, canales, mercados o regiones con el nivel de detalle necesario para el S&OP.

Algunos de los puestos involucrados en esta actividad están relacionados con: *Marketing*, planeación de la demanda, servicio al cliente, planeación de producción, finanzas y compras.


Tecnología  
UPS

## Tu respaldo de energía



### Eaton 3S

**Confianza**  
en cualquier entorno

- ✓ Ideal para PC's, equipo de hogar y oficina, estaciones de trabajo y punto de venta. Respaldo y protección contra cortes, picos y variaciones de voltaje.



### Eaton 5PX

**Incrementa**  
el tiempo de actividad

- ✓ Protección óptima para centros de datos pequeños y entornos de red.



### Eaton 9PX

**Eficiencia**  
líder en TI

- ✓ Protección avanzada para equipo de TI, switches y servidores Cisco



**REDSYSCOM S.A. de C.V.**  
 Tel: (55) 5555 5557  
[contacto@redsyscom.com.mx](mailto:contacto@redsyscom.com.mx)  
[www.redsyscom.com.mx](http://www.redsyscom.com.mx)



## ► Revisión de la demanda

Realice esta revisión en dos etapas. En la primera consolide el pronóstico de la demanda (Pronóstico sin restricciones), y en la segunda informe sobre los excedentes, faltantes o cambios en la proyección, después del balanceo (Pronóstico con restricciones). La utilidad principal del pronóstico de la demanda y oferta es construir con los participantes del S&OP un Pronóstico colaborativo. En esta etapa de preparación la información del pronóstico de la demanda se confronta con las capacidades esperadas del sistema de suministro en los escenarios previstos para siguientes períodos.

Por regla general la información que se proyecta no se refiere exclusivamente al periodo siguiente: sino a varios más, 3, 6 o hasta 18 más períodos. La información del periodo inmediato incumbe para la definición de los procesos operativos en el mismo, mientras que la de los demás períodos permite anticipar negociaciones con proveedores y asegurar las condiciones de la disponibilidad de materias primas y capacidades de suministro.

Algunos de los puestos involucrados en esta actividad están relacionados con: Ventas, planeación de la demanda, servicio al cliente, comercialización, planeación de la producción, entre otros.

## ► Revisión del suministro

La información del pronóstico, de las capacidades de la cadena de suministro y de los escenarios solo produce valor cuando se puede cuantificar el resultado de las alternativas de acción y se formulan juicios. Usualmente esta información permite anticipar el desempeño del sistema de suministro en términos de:

- Establecer el plan de producción.
- Revisar capacidades.
- Establecer el nivel de servicio.
- Definir y conocer el costo.

- Definir el ciclo de gestión del suministro.
- Conocer los picos de demanda esperados.

## ► Revisar proyectos de nuevos productos y ventas

La herramienta para generar esas alternativas de acción puede ser una sencilla hoja de cálculo, o un complejo sistema de simulación u optimización. En ellas se genera un modelo cuantitativo que representa las principales variables del negocio y su interrelación de tal manera que con la información alimentada anticipa los resultados del negocio. No existen modelos empacados que resuelvan la generalidad de las situaciones. Resultados normales se logran con soluciones estándares, resultados superiores con soluciones a la medida.

Algunos de los puestos involucrados en esta actividad están relacionados con: Compras, planeación de producción, planeación de la demanda, transporte y almacenes, entre otros.

## ► Revisión de distribución

Esta actividad debe ser realizada al siguiente día de la revisión del suministro y plantear un modelo de optimización entre el pronóstico y el suministro. La aproximación adecuada para definir el modelo de optimización requiere identificar las fuentes de valor más significativas y las principales restricciones de las capacidades funcionales. Luego se relacionan con las variables controlables y las que se pronostican.

Algunos de los puestos involucrados en esta actividad están relacionados con: Planeación de suministro y demanda, distribución, transporte y almacenes, ventas, logística, entre otros.

## ► Ebit / PL (Earnings before interest and taxes, Utilidad antes de impuestos e interés / P&amp;L (Profit &amp; Loss – Pérdidas y Ganancias)

Definitivamente este no puede faltar en su proceso. El ejercicio de la planeación financiera se debe recibir un

Plan de demanda balanceado, utilizar esta información y simular el Ebit por el periodo comprendido de la Proyección. La integración de la planeación por unidad-volumen con la planeación financiera produce grandes beneficios enfocando las decisiones operativas en resultados, reduciendo el riesgo operativo y funcional.

Los objetivos en esta sección del S&OP son:

- Convertir las restricciones de capacidad e inventario en decisiones estratégicas de promoción y puntos de precio óptimo utilizando la elasticidad de precios.

- Incorporar una perspectiva operativa y financiera por medio de modelación y construcción de escenarios.

- Evaluar y ajustar continuamente los costos de oportunidad de volumen y rentabilidad en los productos, canales y geografías.

## ► El S&amp;OP ejecutivo

El objetivo de esta actividad es evaluar el desempeño y los resultados para que sean la base de la planeación para proyecciones futuras válidas. Es la revisión ejecutiva del negocio, sus entradas de información, y cómo dirigirla para abordar los verdaderos asuntos de la empresa.

Debido a la naturaleza dinámica de los procesos de negocio resulta útil, para una revisión efectiva, que el reporte de resultados esté automatizado. La consolidación de la información de las operaciones y su comparación con lo planificado esté sobre un sistema de información que permita su consulta en línea de tal manera que el comité tenga información de referencia suficiente para analizar los resultados.

Esta actividad se sugiere realizarla una vez por mes. Dentro de las principales actividades están el análisis y resultados del plan de operaciones y ventas, la revisión y seguimiento de la estrategia, así como el estado de las pérdidas y ganancias (profit & loss). ☺




**EL ÚNICO SERVICIO AÉREO POR CARRETERA**

**■ TRANSPORTE INTERNACIONAL**

**UNIDADES COMPLETAS:**

- » Cajas Secas 48 Y 53 pies
- » Cajas refrigeradas 48 Y 53 pies
- » Plataformas
- » Porta contenedores

**Posicionado en cualquier punto de:**  
MÉXICO, ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ.

- » LTL
- » FULL TRUCK

**Cajas de transbordo en las principales fronteras del país.**

- » Cruce fronterizo
- » Movimiento de puertos

**■ COMO NACE LIT FREIGHT INTERNATIONAL**

**LIT FREIGHT INTERNATIONAL** Nace de Líneas Internacionales Tijuana, empresa fundada en 1952, por don José Alberto Mercado Díaz de León, dedicada al servicio de transporte de carga consolidada, siendo pionera en la ruta México-Tijuana-Pacífico, y líder en su ramo, con más de 20 oficinas a lo largo de su ruta y una moderna y sólida flota vehicular.

Con la firma del tratado de Libre Comercio entre México-EUA-Canadá y la globalización de los mercados internacionales, Grupo LIT funda en 1994 LIT FREIGHT INTERNATIONAL, empresa dedicada a dar servicios logísticos de excelencia para la industria exportadora e importadora de México.

- » Usted no tendrá que invertir en equipo de transportes
- » No tendrá que negociar con varios transportistas
- » Un precio convenido con anterioridad le permitirá mantener estabilidad en sus costos.

**■ TRANSPORTE NACIONAL**

**TIPO UNIDADES:**

- » Cajas secas 48 Y 53 pies

**RUTAS:**

- » MÉXICO
- » NUEVO LAREDO
- » MANZANILLO
- » TIJUANA
- » CIUDAD JUÁREZ
- » MONTERREY
- » GUADALAJARA
- » BAJÍO

**CORPORATIVO LIT**  
Dallas 85, interior 102  
Colonia Nápoles C.P. 03810  
Del. Benito Juárez; México D.F.  
Tel. 5543 9800 / 01 800 777 5644

**LIT FREIGHT USA INC.**  
5810 Santa María Ave.  
Suite 201 Laredo Tx, 78041  
Tel. 001 956 7171050  
Usa 1877 204 32 24 001 / (956) 7171058

solicitudes de información: ventaslit@litfreight.com.mx

28

LOGÍSTICO SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2013 • NODOS LOGÍSTICOS



Mario Ugarte | Miembro del E&R Foundation Board, Apics.

## Balanceando las dimensiones de LA LOGÍSTICA VERDE

El nuevo híbrido en la cadena de suministro del sector automotriz: *Lean and resilient* (operaciones esbeltas y resilientes). Las cadenas de suministro deben responder cada vez más rápido y estar dispuestas a enfrentar los cambios producidos por el efecto mariposa.

Un nuevo estudio desarrollado por DHL, empresa de logística líder en el mundo, establece consideraciones que evidencian la necesidad de re-evaluar el enfoque con el que el sector automotriz opera sus cadenas de suministro y procesos logísticos. El documento motiva a las empresas a preguntarse, ¿qué

pasaría si...? con el objetivo de prevenir potenciales crisis futuras.

Las cadenas de suministro actuales necesitan ser cada vez más resilientes y ágiles para sobrevivir el efecto mariposa, pues un pequeño cambio en al-

guno de sus puntos puede tener consecuencias impactantes en el negocio, tales como pérdida de clientes, afectar la reputación de la marca, e impactar las utilidades en miles de millones de dólares.

"El nuevo híbrido en la cadena de suministro del sector automotriz: *Lean and resilient*" es un estudio desarrollado por Lisa Harrington, presidenta del Grupo Harrington, en colaboración con DHL. Harrington también es directora asociada del Centro de Gestión de Cadenas de Suministro y profesora de gestión logística de la Facultad de Negocios Robert H. Smith de la Universidad de Maryland.

Una serie de entrevistas con expertos del sector y análisis de incidentes pasados revela cómo las empresas corren el riesgo de asumir daños críticos en sus negocios si no están en condiciones de anticipar y responder a la creciente incertidumbre y la vulnerabilidad de sus cadenas de suministro ante factores como la volatilidad económica, los desastres naturales y la inestabilidad política.

El nuevo estudio de DHL muestra la evolución del sector automotriz y detalla los beneficios de re-evaluar y revisar sus cadenas de suministro, en busca de establecer nuevos modelos "híbridos" que sean esbeltas y a la vez resilientes, agregando elementos como redundancia controlada y planes de contingencia, para mejorar su resiliencia y protegerlas contra posibles eventualidades.

Mike White, vicepresidente senior a nivel global de DHL Supply Chain para el Sector Automotriz, señala: "La investigación resalta la gran importancia de tener una cadena de suministro resiliente. Para que la industria sobreviva y continúe desarrollando cadenas de suministro más esbeltas y resilientes – previo a establecer el proceso y definir la manera correcta de abordarlas– se necesitan llevar a cabo simulaciones de colaboración globales y probar su efectividad".

Al comentar el problema de la resiliencia, Harrington confirmó: "El objetivo es construir una cadena de suministro resiliente que pueda hacer frente a las condiciones de volatilidad sistemática –ya sea ventajosas o no– que van desde lo ordinario hasta lo inimaginable. Las empresas que adoptan esta *nueva normalidad* en la que las cadenas de suministro enfrentan de manera continua –y a veces radical– factores de volatilidad, riesgo y además establecen los procesos y sistemas necesarios para su control y manejo, generalmente están adelante de su competencia. Las empresas que ignoran o tardan en hacer frente a los problemas que puede causar la volatilidad en sus cadenas de suministro, lo hacen, arriesgando sus utilidades y la confianza de sus accionistas".

El estudio ha identificado cuatro importantes tendencias que están moldeando al sector automotriz. Los riesgos asociados con cada una de ellas están detallados en el reporte: Crecimiento global y mercados emergentes: A pesar del efecto de arrastre (*drag-effect*, por su término en inglés) de la crisis económica europea, se pronostica que la producción mundial de vehículos alcance niveles récord, impulsados por China e India como mercados emergentes.

### Mega-plantas y múltiples plataformas

Las empresas del sector automotriz están ajustando sus procesos de manufactura, de tal manera que puedan producir varios modelos de vehículos o plataformas en una sola planta, para ganar flexibilidad, reducir costos y utilizar mejor la infraestructura de producción. Esto genera beneficios en términos de capacidad de producción y al mismo tiempo reduce la necesidad de ampliar las plantas con mayor crecimiento en China y México.

Los fabricantes originales de equipos (OEM, por sus siglas en inglés) están localizando sus nuevas plantas de manufactura, así como sus bases de proveedores, más cerca de los mercados finales, moviéndose hacia un modelo de producción geográficamente regionalizado, fabricando en o cerca del punto de demanda.

Los costos logísticos para una compañía del sector automotriz suelen representar entre 5 y 10% de sus ingresos de manufactura: la necesidad de incrementar la velocidad para satisfacer los mercados donde la afluencia de los consumidores va en aumento y a la vez, reducir los costos de dicha logística, genera una enorme presión sobre las cadenas de suministro.



# FERROMEX Y CEMEX operan Góndola Verde en Manzanillo

Se promueve el uso del ferrocarril como el modo de transporte menos contaminante mediante un plan de reforestación que crea valor sostenible; también se promueve el uso de unidades acondicionadas para transportar materiales que son aprovechados como combustibles alternos en los hornos cementeros de las plantas de Cemex.

Ferrocarril Mexicano (Ferromex) -en alianza con Cemex y el Ayuntamiento del Puerto de Manzanillo-, puso en operación por tercera vez el programa Góndola Verde, enfocado a la concientización sobre la conservación y el apoyo a las energías renovables, así como del uso de combustibles alternos como una forma de reducir impacto al cambio climático, un plan que pronto será lanzado a escala nacional por las redes ferroviarias de la compañía.

Góndola Verde está dirigido a la búsqueda del equilibrio entre los aspectos ecológicos, económicos y sociales, al destinar unidades ferroviarias especializadas al transporte de productos forestales como parte de programas de reforestación de áreas estratégicas.



tégicamente seleccionadas en rutas y comunidades donde las empresas realizan actividades industriales, integrando así un ciclo de uso sustentable de recursos.

Este esfuerzo conjunto se enmarca dentro de los programas de sustentabilidad y servicios logísticos de ambas empresas, a través del cual se promoverá la concientización sobre la conservación y regeneración de los recursos naturales, así como del uso de combustibles alternos como una forma de reducir el impacto ambiental.

De esta forma, mientras el programa fomenta el uso del ferrocarril como el modo de transporte menos contaminante, mediante un plan de reforestación que crea valor sostenible, también se promueve el uso de unidades acondicionadas para transportar materiales que son aprovechados como combustibles alternos en los hornos cementeros de las plantas de Cemex, lo que reduce el uso de combustibles fósiles y contribuye como factor en contra del cambio climático.

En su ruta, la Góndola Verde fue desplazada por Ferromex de la Planta Zapotiltic, Jalisco de Cemex, al puerto de Manzanillo, donde tras una amplia campaña de reforestación, también se impulsó un esfuerzo de recolección de neumáticos de desecho para su apropiada destrucción.

Cabe destacar que Ferromex y Cemex configurarán nuevas rutas por el Occidente del país y planean replicar este esquema de colaboración a escala nacional, partiendo de las plantas productoras de Cemex con destino a la Red de Centros de Distribución regionales donde Ferromex tiene operaciones, acciones que permiten refrendar el comportamiento ético y responsable de las empresas con el medio ambiente, habilitando sociedades para vencer los más importantes retos en defensa de biosfera.

Programas como Góndola Verde tienen el objetivo de fomentar el uso del ferrocarril como el modo de transporte más sostenible del país, ya que un sólo tren puede transportar la carga equivalente a 280 o más camiones; mientras que en términos de carga, el transporte de mil toneladas a lo largo de un kilómetro supone, hablando en términos de contaminación, un gasto equivalente a 59 pesos mexicanos en el ferrocarril, frente a 122 pesos en el transporte por carretera. 

## A Coatzacoalcos, equipo para Etileno XXI



Como parte las inversiones programadas para mejorar la infraestructura portuaria, la Administración Portuaria Integral de Coatzacoalcos, invierte 6.5 millones de pesos en la ampliación del patio de tráileres.

El Buque Amurborg arribó al Puerto de Coatzacoalcos el 18 de agosto con carga compartida para las empresas Gamesa, quien opera equipos eólicos y para la empresa Braskem Idesa que está importando los equipos con los que está construyendo las plantas del proyecto Etileno XXI.

A la fecha, en 6 embarques se han importado más de 10 mil toneladas de equipos entre reactores, tanques y torres que constituirán el proyecto petroquímico más importante de la región. Se tiene programado el arribo del BM Pantera procedente de Kobe, Japón con 1,471 toneladas de equipos. Adicionalmente, se encuentra programada la llegada de los buques Americaborg y Rolldock Sea, con fecha estimada de arribo para el 23 y 24 de agosto respectivamente.

El Puerto de Coatzacoalcos, líder de México en Carga a Granel, demuestra la excelente infraestructura con que cuenta y la eficiencia operativa para el manejo de cargas sobredimensionadas.

Descarga la revista **Mundo Logístico** completa desde nuestro sitio web, estés donde estés.

**Mundo Logístico**  
Es la única revista del sector  
que puede ser leída en línea,  
brindando otro servicio de calidad  
para todos nuestros lectores.

Entra a  
**www.mundologistico.net**  
y descarga el archivo completo en PDF  
**Ningún otro medio te da más**





Jesús Campos

Ingeniero industrial por la Universidad La Salle; maestro en Administración por el Itesm. Socio-diretor de Corporate Resources Management; director ejecutivo de Aprocal; presidente de Apics Capítulo México

[jcamposc@crmmexico.com](mailto:jcamposc@crmmexico.com)



# BIG DATA Y la cadena de suministro

Hacer un análisis de la calidad y cantidad de información disponible para realizar análisis de correlación y así poder crear modelos causa-efecto que permitan predecir el comportamiento de la cadena: Contar con amplio detalle de los hábitos de consumo de clientes intermedios y finales, puede ser útil dentro de la logística para muchas decisiones.

En cierta medida el mundo de la administración es similar al de la música. En el caso de esta última, hay canciones que durante unas semanas son todo un éxito pero con el tiempo van desapareciendo hasta que quedan en el olvido. Algunas otras logran consolidarse y crear un nuevo estilo musical. Al parecer, el concepto de *big data* tiende a convertirse en toda una nueva corriente administrativa sobre la cual se escribirá y trabajará mucho en el futuro cercano y no será solamente el hit del momento dentro de la administración.

## ¿Qué es *big data*?

El concepto se refiere a sistemas de información que manipulan gran cantidad de datos y son capaces de su captura, almacenamiento, búsqueda, compartición, análisis y visualización. *Big data* es un llamado a la administración moderna a dejar de utilizar la intuición como la herramienta más importante en la toma de decisiones y hacer mejor uso de la información que se encuentra "escondida" en todos esos datos que están a nuestra disposición.

Se estima que la información creada cada día se duplica en 40 meses, lo que implica tener un mayor volumen de información, a una mayor velocidad y con más variedad, por lo cual el reto de analizarla se vuelve más grande.

*Big data* tiene aplicación en la investigación médica buscando correlaciones entre la genética, los hábitos y las enfermedades. Es, también, ampliamente utilizado en la meteorología buscando conexiones entre variables ambientales y la predicción del clima. De igual forma, es durante los últimos años que se ha empezado a utilizar en la administración de negocios con un enfoque comercial para identificar patrones de consumo de los clientes, en búsqueda de ser más efectivos en el diseño, promoción y comercialización de productos y servicios.

## Transformando los datos en información

En términos prácticos, consideramos que la información consiste en un conjunto de datos que permiten tomar decisiones, recolectar una gran cantidad de datos no ofrece ningún valor a menos que estos contribuyan al logro de los objetivos de las organizaciones.

Una de las razones por las cuales *big data* ha explotado de manera importante está asociada con el detalle de la información que se tiene en la actualidad. Hace unos 30 años, la información del punto de venta se limitaba a saber cuánto dinero se había vendido de una categoría; hoy, apoyados con el RFID y la información de la tarjeta de crédito, podemos saber con precisión quién compró qué, en dónde, a qué hora y con qué frecuencia lo hace.

Y no solamente eso, utilizando tecnología de GPS podemos saber las rutas que se usaron para el transporte de la mercancía desde su origen hasta el consumo final.

El análisis detallado de los datos permite a las organizaciones tener un amplio detalle de los hábitos de consumo de sus clientes intermedios y finales, información que puede ser utilizada dentro de la logística para algunas de las siguientes decisiones:

- ▶ Productos a mantener en inventario.
- ▶ Cantidad de material por cada centro de distribución.

# web picking

Llegue con su producto a la base de datos más extensa de usuarios de logística, transporte y comercio exterior de Latinoamérica.

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

Newsletter / Búsquedas / Reportajes / Artículos Firmados / Hojas Técnicas / Casos de Estudio  
Asesoramientos / Zona de Descarga / Noticias / Comercio Exterior / Libros / Diccionario / Newsgroups  
Foros / Postales / Desarrollo de sitios y newsletters.

Tel: +5411 4702-2800 / E-mail: [info@webpicking.com](mailto:info@webpicking.com)



- Mezcla de productos.
- Ubicación de los centros de distribución.
- Planeación de rutas.
- Cálculo de inventarios de seguridad.
- Rápida reacción a eventos inesperados.
- Perfil del personal que analiza información y diseña modelos y estrategias.

#### Sacando provecho de la información

En el 2011, en un estudio realizado por MGI and McKinsey's Business Technology Office se concluyó, entre otras cosas, que la información es hoy un factor importante para la productividad de las organizaciones junto con la mano de obra y el capital; que los datos pueden ser utilizados para elaborar pronósticos (*forecasting*), pero también para realizar ajustes a los planes en tiempo real (*nowcasting*); que *big data* será un elemento clave para la competitividad y crecimiento de las firmas porque impactará considerablemente y directamente sobre los márgenes de operación.

A finales del 2012, Apics aplicó una encuesta denominada "Big data insights and innovations" con la finalidad de identificar qué están haciendo las empresas en la actualidad para manejar las grandes cantidades de datos que se generan en cada organización; una de sus conclusiones importantes fue que prácticamente ninguna cadena de suministro cuenta con un modelo de información de punta a punta, por lo cual la infor-

mación se pierde entre los socios de la cadena, lo que limita la colaboración.

Este mismo estudio de Apics identificó que las mejores prácticas que las empresas pueden aplicar para el manejo de *big data* son:

- Mejorar la relación con los socios de cadena para facilitar el compartir información.
- Atender las brechas que existe en los flujos de datos dentro de las cadenas lo más pronto posible.
- Hacer un análisis de la calidad y cantidad de información disponible para realizar análisis de correlación y así poder crear modelos causa efecto que permitan predecir el comportamiento de la cadena.

Estas mejores prácticas implican para logística:

- Mejorar la captura en tiempo real de información de las operaciones complementando las transacciones con información que facilite su análisis,
- Obtener información corriente abajo de su cadena para analizarla y descubrir correlaciones.
- Comprobar mediante seguimiento e indicadores la validez de las correlaciones identificadas para hacer ajustes o extender su uso.
- Utilizar la información para rediseñar la red, transportes y los materiales que en ella se manejan, comunicando en todo momento sus conclusiones a sus socios de cadena

#### Big data y las tendencias

En un reciente estudio del portal Arabian Supply Chain, "9 key trends of global logistics", se menciona que la tendencia más relevante es la elevación de las expectativas de los clientes, que cada vez serán más demandantes requiriendo una mayor nivel de servicio.

Otra tendencia relevante se refiere a la presión por parte de los clientes por pagar menos, colocando presión en los costos operativos, lo que hace que alcanzar altos niveles de servicio con bajos inventarios y un uso eficiente de recursos exija una mayor claridad en la información relativa a la demanda. *Big data* es una herramienta de gran utilidad para este fin, al grado tal que en esta misma encuesta, 60% de los participantes manifestaron que invertirán en tecnología para su manejo en los próximos 5 años.

No nos queda más que aprender todo lo que *Big data* puede hacer por nuestras organizaciones, y, así, bailar al son que nos toquen. ☺

#### ¿Quién decide sobre la implementación de TI?

Por Jorge de la Fuente, director de Ventas Técnicas en Panduit para América Latina.

En México, y en América Latina, hacemos esfuerzos para darles herramientas a los tomadores de decisiones en el área de tecnología de las empresas para que estén a la vanguardia en las tendencias que afectan los negocios que representan.

No obstante, hacemos hincapié en que estén preparados frente a los retos que propone la evolución tecnológica en el mundo y que anticipan una posible repercusión en los negocios.

Ellos, quienes están posicionados como CTO o CIO en las diferentes empresas mexicanas y mundiales saben que su principal actividad es mantener los servicios de TI fuera de "caídas" y libres de interrupciones, como dicen muchos, "entre más invisibles somos, mejor es nuestro trabajo".

Aunque parezca mentira, aún hay quienes no se han enfocado mejor en el diseño de sus centros de datos, pese que son parte importante del consumo de energía en sus organizaciones y que básicamente consideran *normal* o no saben cómo corregirlo. El hecho es que en México y América Latina muchos de los tomadores de decisiones ubicados en empresas que no saben cómo pueden mejorar sus recursos energéticos y aumentar el desempeño práctico de sus sistemas.

Si bien, sabemos que el *big data* está a la vuelta de la esquina debido a nivel de interconectividad que existe hoy con los medios sociales, las aplicaciones y otras tantas formas de intercambio de información entre negocios y particulares, queremos crear conciencia en que no es un problema, es una oportunidad para mejorar.

## TRANSPORTE TERRESTRE PARA MÉXICO Y CENTROAMÉRICA SEGURO Y CONFIABLE.



[www.dhlsociologistico.com/transporte\\_terrestre](http://www.dhlsociologistico.com/transporte_terrestre)

EN DONDE USTED SE ENCUENTRE, EN MÉXICO O CENTROAMÉRICA, DHL GLOBAL FORWARDING LE OFRECE SU ASESORÍA EN LOGÍSTICA Y SERVICIOS TERRESTRE PARA CARGA COMPLETA (FTL) Y CONSOLIDADA (LTL). ¡MÁS ALLÁ DE SU FRONTERA!

Nuestro servicio de Transporte Terrestre para carga consolidada (LTL) le provee una solución de acuerdo a los requerimientos de su negocio.

#### DHL Global Forwarding le ofrece:

Amplia cobertura y experiencia	Presencia en las principales aduanas entre México y Centro America. Almacenes fiscales en las principales ciudades. Un sólo punto de contacto en sus movimientos en origen. Servicio de despacho aduanero ofreciendo una solución integral.		
Seguridad	Seguridad en el transporte con custodia regulares y especiales de nuestros furgones en zonas críticas. Disponibilidad de asegurar su carga con SEGURO DE CARGA DHL.		
Estabilidad y confianza	Rutas itineradas para carga consolidada (LTL) toda la semana. Tiempos de tránsito altamente competitivos y confiables. Guatemala: 4 días El Salvador: 5 días		
Visibilidad	Honduras: 8 días Nicaragua: 10 días Costa Rica: 12 días Panamá: 16 días Posicionamientos en tiempo planificado y acordado. Rastreo satelital en carga consolidada (LTL). Retro-alimentación por medio de estatus en tiempo real de recorrido hasta que la carga llega a destino.		

Deutsche Post DHL – The Mail & Logistics Group

EXCELLENCE. SIMPLY DELIVERED. 



Gabriel Alvarado, director general de Kronos Latinoamérica

## Gestión de la fuerza de trabajo: DIFERENCIADOR DE ÉXITO

Estudio de Kronos indica que el sector *retail* de Latinoamérica desaprovecha actual poder adquisitivo de los consumidores por falta de una buena administración de sus empleados. Los consumidores cuentan con más recursos que nunca para adquirir bienes y servicios, factor que obliga a empresas del sector a crear nuevos modelos y experiencias.

Las soluciones de administración de personal crecerán en importancia en este sector en los próximos años, ya que la fuerza de trabajo, aunque representa el mayor gasto de operación para una empresa, es, al mismo tiempo, su principal diferenciador y base de su éxito.

Un nuevo estudio titulado "El estado de la fuerza laboral en el *retail*; México y Brasil", encargada por Kronos y realizada por Aberdeen Group, reveló que debido al crecimiento económico sin precedente de la región latinoamericana, los consumidores cuentan con más recursos que nunca para adquirir bienes y servicios, factor que obliga a empresas del sector a crear nuevos modelos y experiencias atractivas para incrementar el consumo y lealtad de los compradores.

### ¿Cómo usar la tecnología correcta en el área comercial?

Por Hernán Quirós, director general Centroamérica, México & Caribe de Softland.

Hoy más que nunca las empresas necesitan herramientas que les ayuden a generar ventajas competitivas, con las cuales puedan impulsar sus ventas y establecer mejores estrategias para su negocio. Todas las áreas de la compañía sin duda, necesitan tecnología apropiada para enfrentar los retos diarios, y el área comercial no es la excepción.

El área comercial es una de las más susceptibles a errores por consecuencia de información desactualizada. Por tal motivo, es necesario contar con información integrada y afrontar los problemas de comunicación organizacional de fondo. Para superar este reto, lo ideal es contar con un software ERP (por sus siglas en inglés, Enterprise resource planning), debido a que su operación correcta permitirá ubicar las fallas y corregirlas, optimizar los procesos y apoyar la estrategia definida por la empresa.

Una solución ERP es la manera más natural para integrar todos los procesos, independientemente de la convergencia de las distintas áreas. El proceso de evaluación de adquisición de un ERP no es tan complejo como parece.

1. Identificar los errores. Es necesario acudir a expertos que puedan analizar las ventajas y desventajas internas. El diagnóstico nos dará a conocer las medidas bajo las cuales podemos aprovechar y lograr un mayor rendimiento de los recursos ya existentes.
2. Elegir la tecnología adecuada. Actualmente existen una gran variedad de opciones, por lo cual es importante conocerlas y saber cuál se ajusta a las necesidades que se tienen.
3. Implementación y capacitación, los cuales implican grandes desafíos para todos los miembros de la organización, debido a los cambios culturales, operativos y de comunicación que involucran y que exigen la disposición al cambio y a las nuevas y mejores prácticas de negocio.
4. Mantenimiento, actualización y soporte de su solución de gestión, la cual es fundamental para la evolución del proyecto a mediano y largo plazo.



Ahora ya puede seguirnos en:

-  @mundologistico
-  /revistamundologisticomx
-  /comunidadlogistica
-  /groups/mundologistico





Accese desde nuestro sitio web  
[www.mundologistico.net](http://www.mundologistico.net)  
a nuestras cuentas sociales y manténgase actualizado de las novedades de la industria.

Lamentablemente, aunque estas empresas entienden la importancia de una buena administración de sus empleados para lograr sus objetivos de negocio, aún una gran mayoría observa procesos manuales que les resta oportunidades.

A diferencia de otras regiones del mundo donde existe un aumento de desempleo y disminución en la confianza del consumidor que crea un entorno turbulento para los *retailers*, los que operan en Brasil y México comienzan a ver pequeños pero significativos signos de mejora.

Las empresas del sector buscan dar servicio a un grupo emergente de nuevos consumidores y ganar su lealtad, pero deben hacerlo de manera efectiva al asegurar la productividad de sus empleados, ya que aunque los consumidores cuentan con más ingresos que nunca, siguen enfocados en el precio a falta de propuestas o experiencias atractivas.

Estos puntos de venta en México están resintiendo el impacto del desarrollo de una nueva cultura del consumo, mientras que en Brasil está centrada en la experiencia del consumidor en compras en línea y uso de tiendas de exhibición, así como que cada vez más compradores entran a las tiendas con dispositivos que les dan acceso a los precios ahí disponibles y a los de la competencia; hechos que todos los *retailers* de Latinoamérica deben tomar en cuenta.

#### Habilitando productividad

La encuesta indica que el sector *retail* está en el camino correcto e incluyendo a su fuerza laboral en su transición. Actualmente 57% de los *retailers* en México y Brasil perciben el objetivo de utilizar tecnología de administración de su fuerza laboral como "colocar a la persona adecuada en el lugar y momento correcto" para crear una buena experiencia del cliente.



Desde una perspectiva cultural, la transición ya se encuentra en progreso debido a que la mayoría de las organizaciones de retail en Latinoamérica consideran a su fuerza de trabajo como un recurso de negocios en vez de un simple costo para hacer negocio.

Los datos indican que actualmente 40% de los *retailers* en México y Brasil (43 y 37% respectivamente) consideran a su fuerza de trabajo como un recurso flexible con capacidad y experiencia para adaptarse a las tendencias del sector y las demandas inconsistentes y variadas del cliente; componentes clave que son necesarios para alcanzar los objetivos de optimizar el negocio e interactuar de mejor manera con los compradores.

No obstante, 28% de las empresas aún considera a sus empleados como un recurso que se utiliza como cualquier otra herramienta de operación (30% en México y 27% en Brasil), sin enfocarse en su capacidad para crear y realizar una estrategia de organización.

Solamente 30% de los *retailers* en México y Brasil (27 y 33% respectivamente) consideran a su fuerza de trabajo como una ventaja competitiva.

#### Automatización de sistemas

Actualmente, solamente un tercio o menos de las empresas en México y Brasil utilizan sistemas automatizados, con lo que pierden oportunidades que se esfuerzan en alcanzar en lo que se refiere a mejorar la productividad, el servicio al cliente y la alineación de la fuerza de trabajo con la demanda del cliente.

En uso de tiempo completamente automatizado y de soluciones de asistencia, los *retailers* de México lideran el tema con 47% en comparación con sus similares de Brasil con 23%. En mejora del presupuesto laboral automatizado, solo 20% de las empresas en México están completamente automatizadas contra 23% de las empresas de Brasil que realizaron la transición de sus sistemas manuales.

Los análisis laborales automatizados también se están adoptando poco a poco. En la actualidad, 10% de las empresas en México utilizan estas herramientas, mientras que 17% de las empresas en Brasil han implementado la automatización para apoyar los análisis laborales. 10% de las empresas en México en la actualidad utilizan herramientas de planificación automatizadas en comparación con 13% de las brasileñas.

La encuesta indica que 33% de las empresas en México han integrado por completo las aplicaciones



Ofrecemos, además de venta de remolques (Tanques, DryBulks y Especializados), amplias soluciones de transporte para productos a granel, poniendo a disposición del mercado tanques, semirremolque en aluminio.

Actualmente exportamos nuestros productos y prestamos servicios de alta calidad en el sector de transportes especializados.



Carretera a Allende Km. 10  
Hda la Trinidad, Cadereyta, Jim. N.L.  
Cel.: +52 1 811 043 33 68  
Nextel: +52 614 293 17 73  
ID: 52\*15\*25938

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

de tiempo y asistencia, mientras en Brasil el porcentaje es de 37 por ciento.

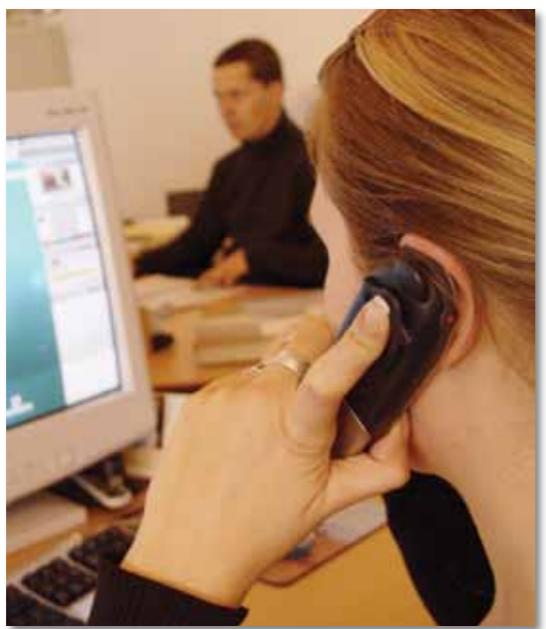
#### Inteligencia de mercado

Con el uso de soluciones automatizadas de administración de sus empleados, los *retailers* tienen conocimiento en tiempo real de las preferencias de cambio de turno de sus empleados, las restricciones laborales así como la legislación federal relacionada a jornadas y contrataciones.

Al integrar estos datos con las preferencias del comprador, los antecedentes de ventas y los datos de transacción, los *retailers* pueden utilizar su fuerza de trabajo como una ventaja competitiva no solo en términos de aumento de ventas sino también desde una perspectiva de operación.

Las empresas experimentan niveles más bajos de rotación de personal y ausentismo, dos componentes esenciales para garantizar que los empleados en piso que dan servicio a los clientes tienen el conocimiento y la experiencia suficientes para proporcionar una buena percepción de compra al cliente.

En particular en México, la nueva ley laboral sigue aumentando la flexibilidad que los empresarios tienen cuando se trata de contratar y despedar a los empleados, por lo cual el entender cuáles empleados son más productivos será de suma importancia para estas organizaciones que enfrentan las decisiones críticas de contratación de personal. Los *retailers* necesitan contar con datos exactos sobre cuáles empleados realizan ventas y proporcionan una experiencia excepcional al cliente.



Sin embargo, los esfuerzos están evolucionando poco a poco, con solo 17% de las empresas en Latinoamérica que ya realizaron la transición.

Solo 13% de los *retailers* en México han integrado de manera exitosa soluciones de presupuestos laborales, 20% en Brasil, y solo 15% en Latinoamérica. En específico, 13% de las empresas en México utilizan estos datos de tiempo real en comparación con 17% de las empresas en Brasil.

En relación al análisis laboral en tiempo real, en general, 13% de las empresas en Latinoamérica cuentan con una integración en tiempo real de las herramientas de reporte y, curiosamente, el mismo porcentaje de las empresas en México y Brasil utilizan estas soluciones de tiempo real.

La clave para los *retailers* de la región es entender el valor de los análisis laborales debido a que es un prerrequisito para que las empresas obtengan una visibilidad de los datos laborales y apoyen todas las operaciones de la fuerza de trabajo. Aquellos que de manera exitosa realizaron la conexión entre la automatización y la integración, no solo alcanzarán los niveles de productividad sino que también alcanzarán un alto servicio al cliente y aprovecharán las actuales oportunidades de negocio.

A medida que el mercado de Latinoamérica continúe fortaleciéndose, más *retailers* continuarán luchando para conseguir que los clientes compren en sus tiendas. Sin embargo, solo serán exitosos aquellos que se enfocuen en proporcionar un valor verdadero en tienda, por lo que deberán evaluar el rol de su fuerza de trabajo y las herramientas que utilizan para gestionar sus talentos en comparación con la demanda del negocio.

La automatización e integración de la gestión de la fuerza laboral son clave en el mercado de Latinoamérica para aprender cómo proporcionar este valor, mejorar su experiencia general en tienda y a cambio, utilizar su fuerza de trabajo para atraer a los compradores y crear una lealtad de largo plazo. ☺



## PORQUE GRUPO AMPM BUSCA MÁS CLIENTES SATISFECHOS...



## PRÓXIMAMENTE

ampm se prepara para [ENTREGARTE LO MEJOR](#)

### COBERTURA NACIONAL

Corporativo Jalisco

Av. Aviación N°. 387  
Col. San Juan de Ocotán  
Zapopan, Jalisco, México  
C.P. 45019

Tel. (52) 37.77.11.11

México D.F.

Santo Domingo N°. 142  
Fraccionamiento Industrial  
San Antonio, Delegación Azcapotzalco  
C.P. 02760 México D.F.  
Tel. (52) 50.61.68.00

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



Mensajería Masiva



Soluciones Logísticas



Administración de Inventarios



Logística Integral

# ESPÉRALO...



Ramiro Hernández López

Socio-director de HP y Asociados, S.C. Consultor en comercio exterior e instructor certificado del SAT.

ramiro.hdz@hpasociados.com

# México: En el umbral de ser el centro logístico de AMÉRICA LATINA

México, en los últimos tiempos se ha convertido en un polo atractivo para colocar nuestros productos en otros polos para complementar nuestras expectativas de negocio a nivel macro.

En julio pasado se presentó, como parte del análisis que la nueva administración peñista recibe por parte de organismos internacionales, el Sistema Nacional de Plataformas Logísticas de México, una iniciativa conjunta en el marco de Cooperación Técnica apoyada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y que fortalece el rol competitivo de la oferta exportadora en México. Dicho sistema pretende, en lo particular:

1. Promover la competitividad de la infraestructura logística en México.
2. Innovar en la competitividad de las cadenas de suministro en México, vinculadas tanto al mercado interno como al comercio exterior.
3. Establecer un ordenamiento territorial logístico competitivo en México.
4. Impulsar el desarrollo de la infraestructura y los servicios logísticos necesarios para facilitar las actividades industriales y comerciales.

Es interesante observar que este Sistema ayuda a comprender de una manera muy clara nuestra infraestructura carretera, ferroviaria, de puertos, aeropuertos, servicios e infraestructura logística, a manera de aprovechar correctamente las ventajas de ser un eje del comercio internacional, así como la pieza fundamental de varios países que

buscan su consolidación como socios comerciales para colocar sus productos en el mayor mercado del mundo.

Asimismo, nos permite distinguir entre los servicios relacionados a nuestras actividades, y la confluencia de diversas plataformas logísticas que apoyen la mejor toma de decisiones con los clientes e incrementen las opciones de diversificación en lo que a logística se refiere.

Como resultado del análisis realizado en este Sistema Nacional, podemos definir que los estados de Tlaxcala, Querétaro, Puebla, Estado de México, Tabasco, Colima, Chihuahua y Sonora, son los que están más comprometidos a realizar los mapas logísticos individuales, esperando sumar a más entidades que permita consolidar corredores de negocios a lo largo del país, incrementando la Inversión Extranjera Directa (IED) que año con año, fortalece al país.

## Nuestro futuro, muy cerca del principal polo de desarrollo

Identificando la infraestructura con la que cuenta el país es más fácil desarrollar, incentivar y financiar los que se consideren más competitivos y conocer qué existe actualmente a nivel mundial para aprovechar el conocimiento y desarrollo de la plataforma logística nacional. Así, el secretario de Comunicaciones y Transportes, Gerardo Ruiz Esparza, ha realizado visitas de conocimiento y actualización en diversos puertos de Asia, para conocer los

procedimientos para optimizar al máximo el tiempo requerido en las operaciones de carga y descarga de buques y replicar este modelo en nuestro país; analizando el desarrollo urbano de las ciudades portuarias y su infraestructura de transporte, así mismo, conocer y aprovechar las ventajas del transporte ferroviario.

dólares, con un ritmo de crecimiento de 17% anual; cuenta con gran participación en temas de Comercio Exterior y la construcción de la base intermodal en las inmediaciones del Aeropuerto Intercontinental de Querétaro (AIQ) ayudará a que las empresas de los sectores automotriz, aeroespacial y electrodomésticos tengan otras opciones de traslado para su carga.

El objetivo es que las empresas locales, busquen otras opciones para desligar el movimiento de carga en el transporte terrestre y aprovechen vías aéreas y marítimas como mejora continua, comunicando al empresariado de la región los avances del proyecto, regulaciones y restricciones relativas al movimiento actual de la carga y generar proyectos adicionales que apoyen al sector de comercio exterior que beneficia a nuestro país.

Tabla1.

Tipo de la plataforma logística	Proyectos
Plataforma logística de distribución urbana metropolitana	Pladis metropolitana 21
Plataforma logística de distribución urbana regional	Pladis regional 9
Plataforma logística de distribución internacional	Pladis internacional 3
Plataforma logística de apoyo en frontera	PLF 7
Plataforma logística de clúster	PLC 13
Zona de actividades logísticas portuarias	ZAL 8
Puerto seco	PS 7
Centro logístico de carga aérea	CCA 7
Agrocentro logístico	Agrolog 7
Centro logístico alimentario	CLA 3

# IX CONVENCIÓN ANUAL

INSTITUTO MEXICANO DE EJECUTIVOS EN COMERCIO EXTERIOR

## MÉXICO HACIA LA CONSOLIDACIÓN GLOBAL - DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES-

INVITADO DE HONOR DR. ILDEFONSO GUAJARDO VILLAREAL  
SECRETARIO DE ECONOMÍA

**LUGAR:** Hacienda de los Morales  
Vázquez de Mella 525, Col. del Bosque,  
México D.F. C.P. 11510

**FECHA:** Jueves 17 de octubre del 2013 **HORA:** 08:30

**COSTOS:** Socios e invitados de socios: \$2,030.00 IVA incluido  
General: \$3,016.00 IVA incluido  
Estacionamiento en cortesía

**INFORMES:** emartinez@imece.org.mx eferrer@imece.org.mx  
5536-3700

**EN CONMEMORACIÓN DE NUESTRO 15º ANIVERSARIO**

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



Diego Velázquez Orozco | Carrera de Administración y Negocios Internacionales, UP.

# Una historia que merece SER COMPARTIDA

Comenzó siendo un servicio con 4 colaboradores, para convertirse en una de las empresas más importantes de México, generadora de más de 5 mil empleos directos.

Grupo ampm nació en 1990 en la ciudad de Guadalajara, en México, con la marca *ampm Mensajería*. La primera empresa privada de correos directos masivos en el país surgió en respuesta a la necesidad de entrega oportuna y certera de comunicados: "Comunicando con excelencia y pasión por México", compartió Pablo Moreno Valenzuela, presidente de Grupo ampm.

"Al iniciar en el sector advertimos la necesidad de entregas con alto grado



"En Grupo ampm vamos más allá. Contamos con herramientas tecnológicas que permiten capturar información requerida por los clientes y enviarla en tiempo real a los servidores, así como presentar reportes confiables de avances". Lic. Pablo Moreno Valenzuela, presidente de Grupo AMPM, miembro fundador de Alacopp y Amedem.

de responsabilidad", relató el empresario. "Así, nos sumamos a la entrega de tarjetas de crédito con la sensibilidad y compromiso que exige el resguardo de información y productos financieros. Asimismo, al estimular este valor como ADN básico en nuestro recurso humano, las oportunidades se fueron sumando: Consolidamos una plantilla especializada dando como resultado la modalidad del servicio *Renta de mensajeros*".

Moreno Valenzuela resaltó el valor de estar alertas a las oportunidades alrededor del objetivo original, del que surgió un modelo de *outsourcing* que se encarga de la administración, capacitación, prestaciones y seguridad social de los mensajeros, liberando a los clientes de gestiones administrativas del personal, otorgando servicios a un costo operativo menor.

Destaca, en la red de vinculación entre las principales ciudades del país para cubrir al interior de los estados de la



"El tiempo y el espacio, como el manejo de inventarios, son fundamentales para el éxito comercial".

república, por ejemplo, la cobertura en Michoacán, en donde se visitan más de 1,500 poblados en un mismo día, para llegar de manera segura y rápida: Una ventaja para las ventas directas y por internet.

## Soluciones logísticas para los negocios actuales

Servicios de telemarketing y recuperación de cartera, son algunos de los servicios que presta *Login Logística Integral*, los cuales se definen en promotorías con acciones de difusión y promoción y recupera, que van de la mano con ética y responsabilidad.

"Contamos con experiencia en el sector financiero y *retail*, donde hemos logrado colocar hasta 3,500 solicitudes de crédito al día. Podemos adoptar un proyecto completo del cliente o complementar su fuerza de ventas", señaló el directivo.

"En Recupera nos especializamos en estimular la recuperación de carteras vencidas difíciles o incobrables. De ma-



nera atenta realizamos la depuración y verificación de datos para realizar el cobro, ejecutando acciones de notificación directa, cobranza telefónica o visitas personales para complementar el ciclo de cobranza bajo una metodología ética; el deudor se siente cómodo y positivamente persuadido, lo que se refleja evidentemente en el resultado. Nos ha permitido alcanzar las metas de recuperación que el mismo cliente fija".

En 2012 Grupo ampm se involucró en temas de almacenaje, gestión de inventarios, procesos de maquila como el *pick and pack* y red de distribución. "Le dimos la bienvenida a nuestro portafolio a *Logtrade*", dijo Pablo Moreno Valenzuela, "conformando soluciones



integrales de negocios con estrategias de espacio, maquila, controles de entradas y salidas".

"Recibimos material de distintos proveedores para un solo cliente y nos encargamos de realizar los ensambles, la limpieza de los componentes y procesos de empaque, preparando mercancía para la venta o cliente final, todo esto mientras informamos al cliente el estado de uso de cada pieza o el global del proceso de armado y distribución. Incluso cuidamos su imagen frente a sus propios clientes con actividades de inspección de calidad y en todo caso retrabajos, para asegurarnos que cada producto cumpla con las normas de calidad que sus clientes exigen".



Grupo ampm está llevando a cabo una restructuración en su cultura de atención y servicio, consolidándose en la sección especializada SAC (Servicio y atención al cliente) con el objetivo de potencializar la visión de las necesidades de los clientes y manteniéndolos cercanos al anticipar soluciones.

Guillermina García | Redacción.

# DEBATIRÁN OPERACIONES Y demanda en Foro de Pronósticos

El próximo 24 de septiembre, el Hotel María Isabel Sheraton albergará la sexta edición del Supply Chain Forecasting and Planing Forum 2013, evento dirigido a profesionales involucrados en el Proceso de Plan de Ventas y Operaciones y Demanda de cualquier tipo de industria.

"El pronóstico es cuando las empresas nos pueden platicar qué están haciendo para mejorar; durante el Plan de ventas y operaciones abundan en cómo lo mantienen y qué están haciendo para mejorar, madurarlo, quiénes están en la etapa más alta de madurez para meterlo a Finanzas", señaló a Mundo Logístico Jesús Campos, director de Corporate Resources Management, organizadora del Foro.

"Este proceso tiene 30 años de existencia, sin embargo, es durante los últimos dos años que ha resurgido muy fuerte y en México se está viendo mucho interés por el tema. Finalmente, en la Demanda, cómo están haciendo para administrar la demanda, porque el pronóstico es parte de la administración de la demanda".

Sobre los preparativos del evento, el especialista comunicó que "el congreso tiene como objetivo compartir experiencias; una de las cosas más interesantes es el formato del mismo: Presentaciones de casos, en las que las propias empresas platican a otras empresas qué han hecho; mesas de trabajo, que son sesiones en las que los participantes se reúnen e intercambian ideas entre ellos, con la ayuda de un coordinador; conferencias, en las que uno habla y los demás escuchan y se hacen preguntas; y las mesas de trabajo, en las que se discutan temas, ¿cómo tener éxito con el proceso del plan de ventas de operaciones?, o ¿qué estamos haciendo para mejorar el proceso?

El ejecutivo destacó que a la gente le gusta escuchar a compañeros de profesión, de oficio, de trabajo y ahí destaca otra de las cualidades del congreso: No es unidireccional sino que permite intercambiar ideas y experiencias. Capistrano, Herdez, Jugos del Valle y Chrysler son algunas de las empresas que participarán en las conferencias.

Parte trascendental del Congreso de Pronósticos son los expositores, quienes durante los recesos tienen la oportunidad de mostrar a los asistentes sus productos y soluciones que pueden convertirse en una herramienta importante para las empresas.

"Tradicionalmente nuestros asistentes vienen del área de suministro, operaciones y logística, entonces este año estamos trabajando muy fuerte para incluir a gente del área comercial: ventas, mercadotecnia, porque el proceso de ventas y operaciones y el pronóstico son el punto en el que se juntan las dos áreas, porque uno dice qué quiere vender, el otro dice qué tiene qué hacer y luego juntos se ponen de acuerdo qué les conviene, esa es la idea. Nos estamos moviendo hacia empresas de consumo porque son las que tienen más velocidad, más número de partes, etcétera".

El director de Corporate Resources Management dijo que en algunas empresas estas funciones radican del lado de la cadena de suministro, en otras radica



## Michael Page líder en reclutamiento especializado de profesionales para puestos de gerencia media a direcciones de forma permanente o temporal

Nuestros consultores cuentan con estudios académicos y experiencia profesional dentro del área para la cual reclutan. Esto les brinda un completo entendimiento de los objetivos del negocio y les permite indicar soluciones estratégicas para cada caso.

La división de **Supply Chain & Procurement** se especializa principalmente en:

- Cadenas de Suministro • Comercio Internacional • Compras
- Abastecimiento • Planeación • Embarque

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



# Michael Page



Worldwide leaders in specialist recruitment



Beatrix Rojas y Guillermina García | Redacción.

# EXPO LOGÍSTICA 2013: Imágenes de éxito y satisfacción

El 2, 3 y 4 de julio pasados se llevó a cabo la edición número 18 de Expo Logística Supply Chain Management, en el Centro Banamex de la ciudad de México; en ella se dieron cita personalidades destacadas del sector logístico para participar activamente en tan destacado evento del sector.

Durante la exposición se presentaron áreas de productividad, piso de exposición, salones educativos especializados, conferencias magistrales y la oportunidad de conocer lo más nuevo en soluciones e innovación para la diversidad de empresas que componen este sector.

Destaca la valiosa colaboración del Cscmp para la organización de su Conferencia anual, la cual dio espe-

cio a representantes del sector ferroviario, quienes compartieron los retos que enfrentan sus empresas en el mercado del transporte en nuestro país. Bernardo Ayala, vicepresidente de Unión Pacific, Apheth Meneses, gerente de Abastecimientos de Gunderson Concarril y Paul Hirsch, vicepresidente de Operaciones de Hub Group, coincidieron en que el sector ha presentado un avance en el volumen de carga y seguirá en crecimiento.



David Martínez, director general de Expologística, se hizo acompañar de Carlos Medina, presidente de la Asociación de Ejecutivos de Logística, Distribución y Tráfico (Aseldyt); Erik Markeset, director del Council of Supply Chain Management Professionals Round Table México (Cscmp); Carlos Ramos, de Comercial Mexicana, Felipe de Jesús Castro, de Neus, y Jaime Arau, de Praxair México, para el corte de listón.



El director de Expo Logística & Supply Chain Management Conference, David Martínez, señaló que en este foro los profesionales de logística encuentran soluciones, productos y capacitación para la eficiencia de su cadena de suministro.



Los ganadores del Premio Nacional de Logística, Carlos Ramos, director de Logística de Comercial Mexicana; Jaime Arauz, gerente nacional de Transporte de Praxair, y Felipe de Jesús Castro, director de Soluciones de la empresa Neus, compartieron la implementación y desarrollo de las soluciones que los hicieron acreedores al Galardón Tameme este año.



Conferencias Secretaría de Economía. El director de QS3 señaló que la logística es parte de la cadena de abastecimiento y como tal aporta la experiencia de gestión de contingencias y reacción proactiva a eventos no programados al management general en las actuales condiciones de complejidad, incertidumbre y volatilidad.



Conferencias Secretaría de Economía. La directora de Ascomer Internacional compartió en "Los actores y las oportunidades en los procesos de importación y exportación en México", los trámites de carácter administrativo en materia aduanal y de comercio exterior relacionados con las actividades que desempeñan.



El Instituto Mexicano de Ejecutivos en Comercio Exterior participó en una edición más, dando a conocer las diversas actividades que realizan enfocadas al comercio exterior, una de ellas son los desayunos-conferencias que realizan de manera mensual con un tema y un ponente de gran influencia en el comercio exterior, además cuentan con cursos y talleres de capacitación.



El ADN Logístico sigue creciendo en cada edición de Expo Logística y en esta edición estuvo presentado por la empresa Woolworth y sus socios de negocios, quienes a través de una demostración en el piso de exhibición acercaron a los asistentes a conocer qué es y cómo opera la cadena de suministro en una organización.



La importancia de la rama Logística en México ha sido un punto clave para el desarrollo de procesos de traslado de mercancía, por ello Jesús Ignacio Barros, director de Infraestructura Logística del Gobierno del Estado de Sinaloa comentó: "Estamos apoyando a las empresas logísticas de Sinaloa para que se instalen dentro del estado, ofreciendo acceso a diversas áreas, ya que Mazatlán es la entrada y salida del Corredor Económico del Norte, comprendido por 7 estados los cuales incluyen a Sinaloa, Durango, Chihuahua, Coahuila, Zacatecas, Nuevo León y Tamaulipas, ahí se tiene el 20% del PIB nacional".



"Global Logistics funciona bajo el concepto de almacén compartido y también brinda servicios de almacén fiscal, maquilas, empaque, conversión de productos y todo lo que conlleve hacer promociones para las nuevas cadenas de autoservicio", señalaron sus fundadores Gerardo Torres y Carlos Medina.



"Esta unidad de negocios mueve la comercialización de las panzas de los aviones, somos carrier de la gran mayoría de las mensajerías DHL, Estafeta, Fedex. Manejamos liderazgo en perecederos y animales vivos, en toda la República Mexicana. En Expo Logística 2013, promovemos servicios en transporte de refacciones de automóviles, mensajería, además de perecederos y animales vivos, brindando un servicio seguro en el manejo de carga y sin intermediarios". Alfonso Acosta, gerente general de Fastpaq.



César García, director Business Development Automotive de DHL Global Forwarding, participó en el Salón Educativo del Autotransporte, compartiendo sobre las tendencias logísticas 2013-2018. "Se está planteando un futuro probable a través de un estudio que se hizo con diversas industrias globales y transnacionales formularon una serie de hipótesis a través de una serie de estudios de discriminación, de entrevistas, procesos estadísticos, etc., que llegaron a cinco escenarios para el 2050 y qué impacto tendrá la logística en ese ámbito".

adelgazar la problemática de la estacionalidad y las dificultad para llegar a los destinos".

"No es nada nuevo reconocer que nuestras cadenas de suministro son improductivas, terminamos con muchos vacíos, hacemos mucho tiempo para descargar, tenemos poca previsión para embarcar, en fin una serie de características que nos han alejado de la cadena de suministro ideal".

# 6th Supply Chain Forecasting & Planning Forum

Septiembre 24 -2013 / Sheraton Maria Isabel / Ciudad de México



Evento latinoamericano para compartir experiencias, conocimientos y casos de éxito sobre pronósticos y planeación dentro de la cadena de suministro.

## Algunos de los temas a tratar son:

- Planeación de la demanda
- El rol de Marketing
- Costo de un mal pronóstico
- Indicadores proactivos
- Relación con planeación estratégica
- Administración de inventarios y proveedores VMI
- KPI's Administración de demanda
- Priorización de demanda en crisis
- Uso de modelos estadísticos
- Pronósticos / inteligencia de negocios
- S&OP

Además podrás compartir tus experiencias en alguna de las mesas de trabajo que hemos preparado para ti:

¿Qué estamos haciendo para mejorar el proceso de pronósticos?

¿Cómo tener éxito con S&OP?



ForecastPRO

Grupo LOGÍSTICO

## Mayor Información:

Corporate Resources Management  
+52 (55) 5525 6544 / 01800 614 5544

pronosticos@crmmexico.com / www.crmmexico.com



Conferencias Secretaría de Economía. El director de Asesoría de Negocios de Ernest & Young, Gilberto Lozano, destacó que el desarrollo del mundo ha sido gracias a la innovación y a la adaptación de las empresas a las nuevas tendencias. Dijo que la tecnología ha revolucionado los negocios y la vida diaria de las personas.



Liliana Sastré, académica de la Universidad Anáhuac del Sur, participó en el ciclo "El sexto sentido de la logística". "El reto del país es tener logísticos profesionalizados, que cubrir las expectativas del cliente, y conocer sus comportamientos de demanda, segmentar el mercado para tener una cadena de valor flexible", indicó la académica.



Adriana Turcot, gerente administrativo de Anerpv, destacó que el rastreo satelital es parte de la logística y de la seguridad de las empresas, por ello consideran importante su participación en la exposición. Anerpv cuenta con una plataforma propia que informa dónde están las unidades robadas, con tasa de recuperación de 99 por ciento.

"Todos tenemos problemas con la logística de retorno y nuestro mercado no ofrece suficientes soluciones porque no hay quien lo haga y quien lo hace es a un costo muy elevado, y tan fácil que sería pensar que existe quién lo pueda realizar y a un costo que le convenga a ambas partes, pero no nos sabemos comunicar."

#### Tendencias globales de alto impacto

"Cualquier combinación de procesos, funciones, actividades, relaciones y camino a lo largo de los cuales los productos y servicios, la información y las transacciones financieras de mueven dentro y entre empresas, y esto implica el movimiento de todos estos desde el productor original hasta el consumidor

o usuario final y todo el mundo está involucrado en hace de esto una realidad", así definió Liliana Sastré, académica de la Universidad Anáhuac del Sur, el término *supply chain*, durante su participación en el ciclo "El sexto sentido de la Logística", en el marco de Expo Logística 2013.

Indicó que el diagnóstico de una cadena de suministro debe realizarse por medio de un análisis de desempeño de la misma, utilizando técnicas de evaluación que incluya variables cuantitativas y cualitativas, apoyadas en el uso de indicadores que permitan cuantificar la eficiencia y la calidad de las actividades y procesos de las compañías que integran la cadena.

"La evolución de las cadenas de suministros permite acercar y adaptar lo que se produce en cualquier parte del mundo a las necesidades de los clientes; aquellas que carezcan de la capacidad dinámica para flexibilizar ante las exigencias de los clientes, tendrán desempeños bajos. El reto del país es tener logísticos profesionalizados, que cubrir las expectativas del cliente, y conocer sus comportamientos de demanda, segmentar el mercado para tener una cadena de valor flexible".

"Las tendencias globales son: la sustentabilidad en la cadena de suministro, administrar la complejidad de las cadenas de suministro, dirigir las diferentes infraestructuras de las cadenas de suministro, colaboración en las cadenas de suministro, vulnerabilidad, foco en investigación y desarrollo, capital humano, entre otras".

Finalmente, Sastré señaló que "las *supply chain* se enfrentarán cada vez más con comercio internacional por regiones y continuarán siendo la operación integradores de la empresa, la competencia ahora es una competencia entre cadenas de valor y el reto es alcanzar la confiabilidad en el nivel de servicio al cliente".

MAESTRO SU, TU NUEVO ALIADO TECNOLÓGICO

# INTERNET

## EL ÉXITO DE TU NEGOCIO

- REGISTRA O TRANSFIERE TU DOMINIO
- CREA TU SITIO WEB EN 3 PASOS CON NUESTRO WEB MAKER
- VENDE EN INTERNET CON SU TIENDA EN LÍNEA
- POSICIONA TU NEGOCIO EN BUSCADORES CON GOOGLE ADWORDS

CONSEJO DE LA SABIDURÍA

SIEMPRE APROVECHA LAS OPORTUNIDADES

**SuEmpresa.com**

01 800 080 4678

Precio expresado en pesos mexicanos más IVA, y sujeto a cambios sin previo aviso.  
Para su comodidad, aceptamos tarjetas de crédito / débito, depósito bancario, transferencia electrónica, pagos en OXXO y 7 Eleven.  
Google AdWords es una marca registrada de Google Inc. www.SuEmpresa.com es una división de InterPlanet S.A. de C.V. Aplican Restricciones.

**MAESTRO SU**

**f /SuEmpresa**  
**t @suempresa**  
**Y /suempresacom**

# INVITA IMECE A VIVIR cultura de exportación

La IX Convención Anual del Instituto, cita en octubre, permitirá el debate y análisis sobre los retos y oportunidades que la globalización representa para nuestro país, en el que la industria, el gobierno y los empresarios muestran optimismo y entusiasmo por lograr el crecimiento económico vía la competitividad y la eficiencia logística.

"Estamos organizando algo relevante, un evento en el que partiremos de que ya vivimos en la globalización; esto es, nuestro país ya está muy diagnosticado y lo que sigue ahora es poner manos a la obra, cambiar el paradigma de ver el mercado local como el único y realizar acciones específicas para vivir una cultura y una generación de oferta exportable, sobre todo de la PyME", señaló Carlos Pérez Munguía en entrevista con Mundo Logístico.

"Hacia la consolidación global", así reza el lema alrededor del cual se congregarán este año los especialistas agremiados por el Instituto Mexicano de Ejecutivos en Comercio Exterior. Al respecto, Pérez Munguía, presidente del Instituto, compartió la invitación a participar y formar parte de "las actividades que como Instituto realizamos por el crecimiento de los temas de comercio exterior en México".

"El paradigma para nosotros sigue siendo la PyME, que no ha generado una cultura exportadora formal, por un lado ha surgido el Instituto del Emprendedor, que debe tener una línea de acción, ProMéxico, que sigue alguna acción muy puntual en fomento de exportaciones, pero lo toral es cómo cambiamos el paradigma de las empresas, puntualmente la PyME".

Otro foro se relacionará con la tendencia mundial del comercio que, según

afirma la OMC, decreció en los últimos años, y varios puntos. "¿Cuáles son las razones de este decrecimiento?", analizó el especialista. "La recesión, aparente, del mercado americano, los problemas significativos que hay en la Unión Europea, como los dos grandes mercados de consumo. A la caída de ellos, el movimiento de mercancías, el volumen e incluso los embarques han disminuido, lo que vuelve más complejo competir en mercados internacionales".

"Queremos analizar, qué sucede, cómo podemos aperturar el mercado, renegociar algunos acuerdos, como el del Arco del Pacífico o el TPP, en los cuales queremos participar, pero, ¿con qué oferta exportable? De nuevo debatiremos la necesidad de cambiar para que podamos aprovechar esa red de tratados y acuerdos para dejar de ser un mercado receptor de productos y ser más participativos en materia de exportación".

Tema fundamental será también en la oferta de contenidos de la Convención, el marco jurídico, y la necesidad de su actualización, en el que se encuentra inmersa la actividad de comercio exterior en México, "queremos hablar de esos artículos obsoletos, algunos regímenes aduaneros que nunca funcionaron, que no operaron como se planteaba".

"Somos el país de la región que carece de zonas francas, porque se crean otros

regímenes aduaneros para no competir con las desgravaciones o beneficios de los acuerdos, pero hoy la zona franca podría tener cabida en el país, una o dos donde está la mayor parte de la industria maquiladora. Esa actualización es urgente: Vamos con nuevas metas, con nuevas visiones; necesitamos un marco jurídico acorde, claro, transparente, que nos permita evolucionar y no genere problemas operativos".

Tres foros y una conferencia magistral de la que todos los asistentes obtendrán, sin duda, el mejor provecho para su actuar profesional y empresarial. 



**En el marco de la Convención, el Imece presentará su primer libro, editado para conmemorar los 15 años de trabajo y dirigido a los estudiantes de comercio exterior. "Contamos con 30 mil estudiantes en aulas de 120 universidades en carreras de negocios internacionales, comercio exterior y afines, con el que tratamos de permear de contribuir con conocimiento a su formación". Carlos Pérez Munguía, presidente de Imece.**

**cargo  
expreso**  
*Justo a tiempo, en el lugar preciso*

## Uniendo destinos:

*En Guatemala:*

*Más de 900 destinos.*

*39 agencias.*

*8 bodegas principales.*

## Nuestros servicios:

*Documentos y Paquetería Nacional.*

*Courier internacional y PO Box.*

*Servicios Logísticos 3PL.*



PBX: (502) 2474-4444



www.cargoexpreso.com

Guillermina García | Redacción

# TODO UN ÉXITO

## Amacarga y el Día del Freight Forwarder

Amacarga representa los intereses de los agentes de carga en foros públicos y privados, nacionales e internacionales, obteniendo beneficios para la industria y procurando la productividad de la actividad.

El día Freight Forwarder en México se instauró en México con motivo del 25 aniversario de la Asociación Mexicana de Agentes de Carga en el 2011 convirtiéndose ya en una tradición. En esta tercera edición, los pilares que guiaron este encuentro de negocios fueron: especialización, seguridad y oportunidades de negocios.

"El día Freight Forwarder tiene como objetivo resaltar las oportunidades de negocio que tienen los agentes de carga internacional en este nuevo mundo caracterizado por alta competencia, a tra-

vés de los esquemas de seguridad, visibilidad, certificaciones y comunicación con los importadores y exportadores, pensando siempre en beneficiar al consumidor final, como el cliente indirecto más importante", destacó el presidente de Amacarga, René Rojas.

El ejecutivo señaló que el comercio exterior y la logística internacional son dos industrias en las cuales la mayor parte de la población se encuentra inmersa de una manera directa o indirecta, ya que el flujo comercial de mercancías a diferentes países es cada vez mayor. "De esta manera damos la bienvenida a



"La asociación se encuentra situada en un punto de crecimiento que atiende al fortalecimiento mundial del actuar del agente de carga a nivel global", René Rojas, presidente de Amacarga.



El día del Freight Forwarder contó con un ciclo de conferencias con temas especializados que versaron sobre temas que involucran directamente a los actores del comercio exterior y logística internacional.

todos ustedes, esperamos sea un día muy fructífero, que generemos mucho conocimiento para nuestra industria, estamos seguros que los resultados que se generan al término de la jornada serán favorables", indicó.

La especialización genera ventaja competitiva y es indudable que los Freight Forwarders tienen competidores comerciales que día a día intentan participar en el área de acción de los agentes de carga internacional, por lo tanto la especialización basada en rutas, tipos de servicio, tipos de producto, zonas geográficas, modalidad de transporte, entre otros, son herramientas que una vez que se conocen los aspectos generales de la industria, generan mayores rendimientos y menor competencia directa.

La edición 2013 del día del Freight Forwarder contó con una serie de conferencias, talleres y paneles con temas como: Esquemas de Certificación: el pase para realizar operaciones de transporte; Tracking y Tracing: ¿Dónde quedó la carga?; NVOCC, qué ventajas ofrece; Trincado y Estiba: las cosas más pequeñas también importan; Mercados emergentes; El reto de la transmisión electrónica del AWB; ¿Cómo contribuirá a la productividad de mi empresa la nueva ley del trabajo?



C-Tpat promueve una alianza gobierno-empresas para fortalecer los mecanismos de seguridad en todos los pasos y componentes de esa cadena, desde su origen hasta su destino final.

El día del Freight Forwarder contó con la presencia de Pedro Pablo Zepeada, representante de la Coordinación General de Marina Mercante, como invitado de honor inaugurando las actividades de este foro, y dijo: "sabemos en la Coordinación de Marina Mercante que ustedes tienen una tarea esencial, que son



El nuevo comité tiene la intención de injectar ideas nuevas y una base sólida de proyectos consolidados y por consolidar.

quienes hacen operar la infraestructura, la secretaría y algunos inversionistas privados construyen infraestructura física, la ponen a la disposición de quienes desean mover sus mercancías, y los arquitectos de ese flujo eficiente son ustedes, sabemos que lo han hecho por generaciones y queremos reconocérselos".

### Amacarga tiene nuevo presidente

René Rojas Anaya tomó protesta como nuevo presidente del Comité Ejecutivo de la Asociación Mexicana de Agentes de Carga para el período 2013-2015, e inició su gestión en el marco del evento representativo de Amacarga, la tercera edición del Día del Freight Forwarder.

Rojas señaló que el comité que preside se regirá por líneas de acción que garanticen el cumplimiento de sus objetivos y como parte de la continuidad y consolidación, es necesario tener una constante revisión de los estatutos sociales con la finalidad de modernizar la organización de la Asociación en base a criterios de gobierno corporativo.

El presidente de Amacarga dijo que entre las acciones que emprenderá el nuevo comité se encuentran: el fortalecimiento de su estrategia comercial, tecnologías de la información y la gestión gubernamental. Además de impulsar las delegaciones de la Asociación en el interior del país, específicamente en Manzanillo, Lázaro Cárdenas, Altamira, Veracruz y Monterrey. Y en los aeropuertos de Cancún, Guadalajara y Monterrey.

"Como pueden ver, este gran proyecto necesita de las manos de todos, y del trabajo en equipo para lograr los objetivos que estamos planteando, tenemos todas las herramientas para lograrlo en los dos años de retos y convivencia donde esperamos trabajar de la mano de nuestros colegas y colaboradores," finalizó René Rojas.

### Amacarga y la Sedeco firman convenio

La Asociación Mexicana de Agentes de Carga firmó un convenio con la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, con el objeto de generar actividades que fortalezcan al sector logístico de la ciudad de México con base en la profesionalización de las actividades logísticas.

Al respecto, Salomón Chertorivski Woldenberg, secretario de Desarrollo Económico del Distrito Federal, se congratuló con esta alianza y señaló que la mejora de las operaciones logísticas permitirá atraer inversiones en sectores estratégicos, con lo cual, resulta posible el poder ofrecer más y mejores empleos y calidad de vida para sus habitantes.

Luis Ricardo Valencia | Vicepresidente de Outsourcing en Capgemini.

# COMPORTAMIENTO del *digital shopper* en México

En México, 36% de las personas están interesadas en integrar tecnología a su experiencia de compra, según indica el estudio de Capgemini sobre *compradores digitales* realizado en las principales ciudades y países del mundo, incluyendo México.

Capgemini dio a conocer su estudio sobre *digital shopper*, el cual pretende orientar a las empresas fabricantes y detallistas sobre la implementación de tecnología que beneficie a los negocios en las ventas que generan, además de incrementar el retorno de inversión en el CRM y el conocimiento de las tendencias mundiales sobre las características de los clientes en México y el mundo.

El estudio está basado en más de 16 mil entrevistas realizadas a lo largo de 16 países incluyendo México. En la encuesta se buscaron referencias de interacción entre la experiencia de compra y el uso de la tecnología en este proceso.

No únicamente se consideraron las compras *online* para generar los perfiles del *shopper digital*, la robustez del CRM, el uso de dispositivos móviles utilizados como monedero electrónico, las referencias sobre los productos en catálogos digitales, dentro y fuera del punto de venta, fueron relevantes para la integración del estudio.



La intención de recoger estas opiniones es darle un panorama a las empresas sobre la adopción de tecnología y la empatía que genera en los posibles clientes. En México la situación es muy similar a los países desarrollados y así lo señalan las encuestas realizadas.

Sin embargo, uno de los principales diferenciadores del comportamiento del consumidor siguen siendo la búsqueda de productos y tiendas en internet como referencia, mientras que en economías más desarrolladas la decisión de compra se genera directamente *online*.

El estudio arroja perfiles sobre el comportamiento de las personas, así como sobre la interacción tecnológica y su motivación por las compras, lo que facilitaría a las empresas fabricantes y detallistas a mejorar su relación con clientes.

Uno de los focos del estudio es establecer la importancia de los canales de comunicación con el mercado, en la que internet sigue siendo el principal canal en las distintas categorías de producto y servicios que se ofertan. De hecho, 79% de los digital shoppers que están interesados en productos tecnológicos lo refiere como el principal canal, incluso más allá que el propio punto de venta donde hay contacto directo con el producto.

Mientras tanto, el comprador que está orientado a las compras en moda señaló en 73% que internet es un facilitador y creador de empatía para la marca y el punto de venta. En este mismo sentido se pronunciaron quienes buscan productos y servicios orientados a la comida, en 59%, y 70% en los que buscan satisfacer necesidades de cuidado personal y salud.

Sin embargo, internet no es el único factor tecnológico para mejorar los ingresos de las firmas fabricantes y puntos de venta. La integración de soluciones tecnológicas en el proceso de compra es decisiva para el incremento de ingresos y la generación de un ambiente favorable para la compra.

En México el factor de decisión está en la consulta vía internet, previa a la consulta en tienda como generador de confianza en las marcas, y el sector mayoritario en este sentido es el uso de los móviles.

Las empresas de *retail*, por otro lado, sí están interesados en incrementar sus ventas a través del uso de la tecnología. Las empresas de moda son las más adelantadas en la adquisición de soluciones de tecnología para el aumento de la empatía en sus productos, pese a que la compra de cualquier *outfit* requiere la presencia en el punto de venta, las integraciones son las más avanzadas en este sector en particular.

Lo que las empresas detallistas están buscando es establecer una comunicación digital con los clientes

de punto a punto, es decir; desde la consulta *online* hasta la generación de soluciones en el punto de venta que mejoren la relación con los clientes. ☺

## Las estadísticas del mercado mexicano

36% de las personas en México están interesadas en integrar tecnología a su experiencia de compra.

22% de quienes hacen consultas *online*, previas al acceso del producto en tienda, son compradores asiduos a las compras *online* o impulsadas por el uso de tecnología integrada a la experiencia de compra.

Solo 3% del *shopper* utiliza herramientas tecnológicas para hacer una compra razonada y planeada.

9% de las personas que incluyen la tecnología para hacer compras están buscando ofertas y descuentos de marcas y tiendas.

21% de los encuestados en México refirió que el uso de la tecnología en sus compras solo es ocasional o no refieren gran interés en el tema.

Solo 8% de los encuestados es todavía tímido en el uso tecnológico ante una compra, tanto en el punto de venta como para referencias previas a la transacción.

**REVISTAS**

**PUBLICIDAD**

**WEB**

**DISEÑO DE MARCA**

**FOLLETERÍA**

**fass**  
EDITORES

Augusto Rodín No. 276, Col. Nochebuena  
C.P. 03720, Del. Benito Juárez, Distrito Federal  
Tel.: (55) 1054 6611 / 3096 3472 / 5523 7672 / 2978 8500



Gabriela Casaiz | Directora de Recursos Humanos Corporativo de Celistics. Valeria Pedemonte | Directora corporativa de Supply Chain. Rhayza Lugo | Gerente corporativo de Seguridad. manos Corporativo de Celistics. Valeria Pedemonte | Directora corporativa de Supply Chain. Rhayza Lugo | Gerente corporativo de Seguridad.

# MUJERES EN EL MUNDO DE LA logística inteligente

"La agenda de la mujer es muy amplia y compleja", afirman las autoras, "pero al mismo tiempo es muy organizada, por las exigencias de su propia vida, pues luego de cumplir con su labor continúa con otras actividades: capacitación, hogar, familia, hijos. Organizar la logística propia, nos hace buenas administradoras".

En nuestra empresa hay muchas mujeres realizando diversas tareas en logística y esto responde al dinamismo, al ambiente cambiante y la perspectiva de retos que existe en la actividad, desafíos para lo que las mujeres están preparadas. Globalmente Celistics tiene 1,810 empleados, de los cuales aproximadamente 640 son mujeres.

José Antonio Ríos, presidente CEO de Celistics, nos ha manifestado que como líder de la organización se siente "orgulloso con la incorporación de capital humano femenino en puestos estratégicos de la organización así como en todos los niveles de la organización tanto en operaciones, distribución, ventas. El talento femenino es otro pilar que nos posiciona como una compañía innovadora y de vanguardia. Nos sentimos orgullosos del valioso talento femenino en nuestra organización, quienes están en sus cargos, no por ser mujeres, sino por ser excelentes profesionales".

Celistics es un proveedor de soluciones de logística inteligente y planeación para la industria de la tecnología de consumo. Es una empresa dinámica, joven, muy abierta y tiene una política de apertura para integrar a las mujeres a su staff. En la actualidad cuatro cargos estratégicos de la empresa son liderados por mujeres: Recursos humanos, Marketing, Operaciones y Cadena de suministro y seguridad.

Las mujeres de Celistics se caracterizan por lograr buenos acuerdos, sociabilizan más. Ante el conflicto, damos un paso al costado, para ingresar en una fase de solución y no nos quedamos en el problema, mientras que el hombre avanza en esa discusión. Tenemos foco en el objetivo y llegamos a las metas. Las mujeres cuando trabajan en equipo administran, son muy flexibles, y lo que importa es el objetivo.

Por las exigencias de su propia vida, la agenda de la mujer es muy amplia y compleja, pero al mismo tiempo es muy organizada, ya que después de cumplir con su labor continúa con otras actividades: Capacitación, hogar, familia, hijos. Organizar la logística propia, nos hace buenas administradoras.

Junto a todos los recursos de la compañía hemos logrado el posicionamiento y liderazgo a nivel global y ofrecemos logística inteligente. Las ventajas que le brindamos a esta actividad es que somos meticolosas, con la capacidad de atender varios temas en simultáneo y enfocar al mismo tiempo varios temas, la habilidad de solucionar problemas y sobre todo de logística.

Podemos gerenciar equipos integrados por hombres, pero para alcanzar este reto la mujer tiene que

demostrar en primer lugar que ella sabe, y eso se vuelve positivo pues hoy en la empresa se trabaja por resultado como en la industria TIC que está permanentemente innovando. Nosotras podemos adaptarnos rápidamente a los nuevos escenarios y sabemos alcanzar las metas. La exigencia es parte de la meta.

El mito se desestima con conocimiento, cultura y capacidad, la prevención es esencial en mi área. En una empresa muy dinámica y con un gran crecimiento, armé los equipos interactuando y consolidando relaciones y además, pude dar valor agregado en la continuidad del negocio y minimizar los riesgos. El cliente cree en nuestra palabra y en nuestra seguridad. Nosotros planificamos todo el proceso de seguridad y esto se traslada también a los proveedores, clientes y a los clientes internos.

El secreto: Trabajar focalizadas, gerenciar con pasión, sin perder la objetividad pero siempre listas. En un switch podemos cambiar y pasar de una situación delicada y compleja a las emociones y sensibilidad que nos caracteriza tanto en el plano laboral como personal. Tenemos la capacidad y podemos hacer nuestro trabajo sin perder la femineidad.

En la etapa anterior las mujeres debían asemejarse a los hombres y la transformación sustancial que hemos logrado hoy es el empoderamiento, es ser mujer, mostrar nuestra capacidad y el *know how* que tenemos sin realizar ese cambio. ☺



## Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal en Correos de México

Iniciaron formalmente los trabajos del Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal en Correos de México. Yuriria Mascott, directora general de la institución, dijo que este proceso permitirá a México tener un servicio postal de excelencia.

Al declarar formalmente iniciados los trabajos del Plan Integral de Reforma y Desarrollo Postal (Pidep), la directora general del Servicio Postal Mexicano, Yuriria Mascott Pérez, subrayó que México aprovechará las experiencias de otros países para fortalecer la reestructuración y modernización de esa institución.

"En este desarrollo", afirmó Mascott Pérez, "que se lleva a cabo por instrucciones del secretario de Comunicaciones y Transportes, Gerardo Ruiz Esparza, participan expertos de la Unión Postal Universal (UPU), lo que permitirá que México cuente con un servicio postal de excelencia".

"En los procesos de cambio del mundo, pocas áreas han evolucionado con la intensidad y velocidad con las que lo han hecho las comunicaciones, por lo que los correos han tenido la necesidad de reinventarse, y el Servicio Postal Mexicano no es la excepción. A nombre del titular de la SCT y de Correos de México, agradecemos a la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (Upaep) por elaborar el Pidep en nuestro país".

La funcionaria también mencionó que estos trabajos se efectúan en el marco del 27 aniversario de Sepomex como organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, y deseó a los integrantes de los equipos de trabajo del Pidep el mayor de los éxitos en esta importante tarea, con la que permitirá conocer a detalle la situación de ese sector y sugerir acciones a corto, mediano y largo plazos con el fin de

que el gobierno formule las políticas que más convengan al desarrollo del correo.

La directora general de Sepomex también agradeció el apoyo de la Upaep por su participación en la elaboración de este Plan Integral a través de su jefa de Proyectos, Fernanda Pérez Pastorini, así como a las secretarías de Economía, de Relaciones Exteriores, de Hacienda y Crédito Público, y de Comunicaciones y Transportes.

Por su parte, Pérez Pastorini indicó que el Pidep representa un gran desafío, pero se cuenta con el apoyo del gobierno mexicano para cumplir con los objetivos trazados. Para ello, se han conformado equipos intersectoriales e interdisciplinarios que participarán en su realización.

"Este Plan se ha realizado con grandes resultados en 14 países y se ha adecuado a las distintas necesidades de cada nación. La secretaria general de la Upaep, Serrana Bassini, sigue de cerca los trabajos del Pidep y ya tenemos claro que pronto visitará el país".

En la reunión estuvieron presentes Carol Dolinkas, de la Unión Postal de las Américas, España y Portugal; los representantes de las secretarías de Comunicaciones y Transportes; Economía y Relaciones Exteriores, Rodolfo Vallarta, Marisol González Jáuregui y Karla Lorena Azua López, respectivamente, así como los directores corporativos del Sepomex.



# EMPRENDER ES QUERER SABER QUÉ HAY DETRÁS DE UNA PUERTA ENTREABIERTA.

¿Te animas a ser un emprendedor?



Consejo de la Comunicación  
Voz de las Empresas



**17 de octubre**

## IX Convención Anual Imece

El Instituto Mexicano de Ejecutivos en Comercio Exterior invita al debate y análisis sobre los retos y oportunidades que la globalización representa para nuestro país, en el que la industria, el gobierno y los empresarios muestran optimismo y entusiasmo por lograr el crecimiento económico vía la competitividad y la eficiencia logística.

**5536 3700**

Hacienda de los Morales | [emartinez@imece.org.mx](mailto:emartinez@imece.org.mx)  
<http://imece.org.mx/Registro/>

## Octubre

### Certificación Supply chain professional

Apics México | Ciudad de México | 5514 1729 x 203  
[gcamacho@apics.org.mx](mailto:gcamacho@apics.org.mx) | [www.apics.org.mx](http://www.apics.org.mx)

**1 al 3 de octubre**

### Foro de Comercio Exterior Michoacán 2013

Gobierno del Estado de Michoacán | Morelia | (443) 113 4500 x 10215  
[www.foroPuntodeEncuentro.com](http://www.foroPuntodeEncuentro.com)

**17 de octubre**

### Congreso Internacional en Suministros 2013

Aprocal | Ciudad de México 5524 7662; 5524 2597  
[cursos@aprocal.org.mx](mailto:cursos@aprocal.org.mx) | [www.aprocal.org.mx](http://www.aprocal.org.mx)

**28 al 31 de octubre**

### e-Week 2013

Amipci | Ciudad de México  
[www.expocomercioelectrónico.mx/](http://www.expocomercioelectrónico.mx/)

## noviembre

**6 al 10 de noviembre**

### 4ta Convención Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación

Index | Guadalajara, México | (55) 2282 9909  
[coordinación@index.org.mx](mailto:coordinación@index.org.mx) | [www.index.org.mx/convencion2013](http://www.index.org.mx/convencion2013)

**21 al 23 de noviembre**

### Foro de Comercio Exterior Manzanilloport 2013

Mexicoxport | Manzanillo, México | (314) 33 33242  
[info@mexicoxport.com](mailto:info@mexicoxport.com) | [www.Mexicoxport.com](http://www.Mexicoxport.com)

**26 de noviembre**

### Food Processing & Packaging Exposum

49 (0) 211 / 4560 464 / 589  
[PflueggeS@messe-duesseldorf.de](mailto:PflueggeS@messe-duesseldorf.de) | [www.interpack.com](http://www.interpack.com)

Exposición Internacional de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones.

**ittexpo 2013**

**Sept. 10-12, 2013**  
 Centro Banamex, México, D.F.

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

**Patrocinadores Corporativos**

**Patrocinador Premium**

**Patrocinador Platino**

**Patrocinador Oro**

**Patrocinador Plata**

**Aliado Estratégico**

**Organismo de Apoyo**

**avances** **GRUPO DICE** **SYSCOM** **dielsa** **AESPA** **KENWOOD** **SEPHIRAS** **cable** **ALLENAMENTI** **Ami**

guadalupe.davila@tsfactory.com.mx || Tel. +52 (55) 5308.4004 || Tel. Mty. + 52 (81) 8333.4400  
 Nextel. +52 (55) 4325.2746 || ID. 52\*199635\*7 || Skype: mguadalupe.davila

# EL PROGRAMA DE FLOTILLAS QUE OFRECE PRECIOS ESTANDARIZADOS EN SERVICIOS Y REFACCIONES A NIVEL NACIONAL. ESO SOMOS NOSOTROS.



PRECIOS  
ESTANDARIZADOS

Consulta todos los beneficios del programa **GM Fleet Services**  
con tu **Distribuidor autorizado** más cercano.

