

EL E-Commerce,

la *Globalización* y la
Cadena de Suministro



E-Commerce, Globalization
and the Supply Chain



Dr. Luis Javier **Cedejas Meneses**



En el mundo actual los consumidores buscan rapidez ya que tienen cada vez menos tiempo para sus actividades personales. Se han creado opciones que van desde Amazon Dash hasta Alexa con las cuales a través de un clic se puede ordenar desde algo de comer hasta artículos de lujo mediante aplicaciones móviles recibiendo los productos en tiempos record. La paciencia es una virtud que se está perdiendo, y la tendencia de querer todo rápido y con envíos gratuitos no tiene pinta de disminuir, sino todo lo contrario.

Lo antes mencionado se puede trasladar a números: **en el segundo trimestre del 2017 las ventas por e-commerce alcanzaron más de \$111 billones de dólares, en una base ajustada estacionalmente**, de acuerdo a un informe de la Oficina del Censo de Estados Unidos de América, significando que el comercio electrónico representó 8.9% de todas las ventas minoritarias en el periodo.

In today's world, consumers are looking for speed because they have less and less time for their personal activities. They have created options ranging from Amazon Dash to Alexa with which through a click you can order from something food to luxury items through mobile applications receiving the products in record time. Patience is a virtue that is being lost, and the tendency to want everything quickly and with free shipping does not seem to diminish, but quite the opposite.

The aforementioned can be translated into numbers: **in the second quarter of 2017, e-commerce sales reached more than \$111 billion, on a seasonally adjusted basis**, according to a report from the United States Census Bureau, meaning that electronic commerce represented 8.9% of all retail sales in that period.



Dr. Luis Javier Cendejas Meneses

Licenciado en Negocios Internacionales titulado con Honores por la UPAEP. Maestro en Administración y Alta Dirección por la Universidad Iberoamericana. Doctor en Logística y Supply Chain Management por la UPAEP. Cuenta con los diplomados en: Tráfico y Aduanas Región NAFTA, y en TLC con la Unión Europea. Tiene 20 años de experiencia en comercio internacional con enfoque en aduanas y logística de la cadena de suministro, incluida la investigación/análisis + desarrollo del mercado en negociación; implementación de estrategias de logística, con énfasis y alcance de modelos para la importación y exportación por vía aérea, terrestre, ferrovial y marítima, desde y hacia México para el mundo a través de aduanas, incluyendo prototipos para administrar, predecir y simular proyectos. Ha participado en más de 1,500 proyectos de cadena de suministro en la región NAFTA. Docente en la maestría de Logística en las cátedras de logística internacional, aduanas y cadena de suministro. Miembro del comité académico de CENEVAL nacional (evaluación nacional) para la finalización de la revisión aplicable a la carrera de Comercio Internacional. En DICEX formó parte del grupo ganador del Premio Nacional de Exportación presentado por el Presidente de la República en 2016; y del Premio Noreste de Exportación COMCE Noreste. Actualmente es el Director de Relaciones Institucionales de DICEX Integral Trade.

Bachelors degree in International Business with graduated with honors from UPAEP. Master degree in Administration and Senior Management from the Universidad Iberoamericana. Doctorate in Logistics and Supply Chain Management by UPAEP. He has diplomas for studies in: Traffic and Customs NAFTA Region, and in FTA with the European Union. He has 20 years of experience in international trade with a focus on customs and supply chain logistics, including research / analysis + market development in negotiation; implementation of logistics strategies, with emphasis and scope of models for import and export by air, land, rail and sea, to and from Mexico for the world through customs, including prototypes to manage, predict and simulate projects. He has participated in more than 1,500 supply chain projects in the NAFTA region. Teacher in the Master's in Logistics in the chairs of international logistics, customs and supply chain. Member of the academic committee of national CENEVAL (national evaluation) for the finalization of the revision applicable to the International Trade career. In DICEX he was part of the winning group of the National Export Award presented by the President of the Republic in 2016; and the COMCE Northeast Export Award. He is currently the Director of Institutional Relations of DICEX Integral Trade.

“Un ejemplo de cómo están reaccionando las grandes empresas nos lo da Amazon: en verano de 2017 adquirió la cadena WholeFoods haciendo una entrada al sector minorista de comestibles”

“An example of how the big companies are reacting is given by Amazon: in the summer of 2017 it acquired the WholeFoods chain making an entry to the grocery retail sector”

La variedad de artículos que se pueden comprar online está creciendo exponencialmente, y la exigencia de los consumidores por tener al alcance todo tipo de productos y servicios online incrementa sustancialmente la reacción de las empresas. Ropa, artículos electrónicos, muebles, decoración, medicamentos, e incluso alimentos frescos son algunos de los productos más demandados a través de Internet. Un ejemplo de cómo están reaccionando las grandes empresas nos lo da Amazon: en verano de 2017 adquirió la cadena WholeFoods haciendo una entrada al sector minorista de comestibles.

Hoy en día más empresas que nunca están aprovechando la fuerza del e-commerce para llegar a clientes a nivel global. Y por ello es importante recalcar que al vender online y buscar hacer crecer un negocio en los mercados globales, se necesita comprender cómo sus operaciones y sus clientes pueden verse afectados por los avances en la logística, los cambios normativos y de ejecución, los eventos mundiales e incluso los problemas climáticos.

The variety of items that can be purchased online is growing exponentially, and the demand of consumers to have all kinds of online products and services available increases substantially the reaction of companies. Clothing, electronic items, furniture, decoration, medicines, and even fresh foods are some of the most demanded products through the Internet. An example of how the big companies are reacting is given by Amazon: in the summer of 2017 it acquired the WholeFoods chain making an entry to the grocery retail sector.

Today more companies than ever are taking advantage of the strength of e-commerce to reach customers globally. And for this reason it is important to emphasize that when selling online and looking to grow a business in global markets, you need to understand how your operations and your customers can be affected by advances in logistics, regulatory changes and implementation, global events and even the climatic problems.

“Los esfuerzos de ventas globales solo darán resultados si pueden poner sus productos en manos de sus clientes internacionales de forma rápida, económica y en excelentes condiciones”

“The global sales efforts will only give results if they can put their products in the hands of their international clients quickly, economically and in excellent conditions”

Los esfuerzos de ventas globales solo darán resultados si pueden poner sus productos en manos de sus clientes internacionales de forma rápida, económica y en excelentes condiciones. Tener un socio de envío confiable con experiencia en logística internacional es un lugar importante para comenzar, pero también debe mantenerse informado sobre los problemas más importantes del comercio mundial y cómo pueden afectar el movimiento de productos a través de las fronteras.

Es un gran eufemismo decir que el comercio electrónico ha cambiado la forma en que se desarrolla el juego de la logística y de la cadena de suministro. De hecho, es mucho más seguro decir que el mundo del comercio digital ha introducido más riesgos y complejidad que la logística y también ha generado un desafío de gran impacto para los profesionales de la cadena de suministro. Actualmente hay maneras de aplicar el análisis de datos para mejorar los procesos operativos en la previsión de la demanda, la gestión de inventario y la visualización de la cadena de suministro, ya que para las empresas todo este boom tecnológico, significa un cambio fundamental en la forma en que piensan y operan, a nivel local y a escala mundial.

The global sales efforts will only give results if they can put their products in the hands of their international clients quickly, economically and in excellent conditions. Having a reliable shipping partner with international logistics experience is an important place to start, but you must also stay informed about the most important problems in world trade and how they can affect the movement of products across borders.

It is a great euphemism to say that electronic commerce has changed the way the game of logistics and the supply chain develops. In fact, it is much safer to say that the world of digital commerce has introduced more risks and complexity than logistics and has also created a challenge of great impact for supply chain professionals.

There are currently ways to apply data analysis to improve operational processes in forecasting demand, inventory management and visualization of the supply chain, since for companies all this technological boom means a fundamental change in how they think and operate, locally and globally.



“Quienes adoptan un modelo omnicanal tendrán la ventaja competitiva. La creciente importancia de la tecnología digital significa que habrá un cambio de las cadenas de suministro lineales hacia cadenas de suministro de ‘valor web’ más complejas y dinámicas”

“Those who adopt an omnichannel model will have the competitive advantage. The growing importance of digital technology means that there will be a shift from linear supply chains to more complex and dynamic ‘web value’ supply chains”

Quienes adoptan un modelo omnicanal tendrán la ventaja competitiva. La creciente importancia de la tecnología digital significa que habrá un cambio de las cadenas de suministro lineales hacia cadenas de suministro de ‘valor web’ más complejas y dinámicas.

Las reglas para el éxito en el comercio electrónico y el cumplimiento omnicanal están en constante cambio, sin embargo, los riesgos se pueden minimizar al igual que los costos de escalar sus operaciones y llegar al mercado más rápido, aprovechando al máximo su red, recursos y relaciones existentes. Lo que es más claro que el agua es que los clientes, ya sean consumidores finales u otras empresas, son el centro de la cadena de suministro, la cadena de suministro gira alrededor de ellos y se les debe dar respuesta con rapidez. Es una realidad, el cliente está provocando que tanto fabricantes como minoristas revisen estrategias, logística y transporte, capacidades y modelo de negocio, para así tener mayores posibilidades de éxito en este entorno incierto, dinámico y con alto grado de competencia.

Y si te preguntas ¿cómo escalar la capacidad de cumplimiento de e-commerce y omnicanal, y al mismo tiempo minimizar riesgos, costos y tiempo de lanzamiento de mercado? A medida que los clientes esperan un servicio más rápido, barato y mejor, para las empresas el encontrar un equilibrio adecuado entre el inventario, logística, transporte y costos laborales se vuelve más complejo que nunca, y es por ello que contar con un socio estratégico que apoye a unir eslabones es clave para resultados exitosos y efectivos en este negocio.

Those who adopt an omnichannel model will have the competitive advantage. The growing importance of digital technology means that there will be a shift from linear supply chains to more complex and dynamic ‘web value’ supply chains.

The rules for success in e-commerce and omnichannel compliance are constantly changing, however, the risks can be minimized as well as the costs of scaling up your operations and reaching the market faster, making the most of your network, resources and existing relationships. What is clearer than water is that customers, whether final consumers or other companies, are at the center of the supply chain, the supply chain revolves around them and they must be responded to quickly. It is a reality, the customer is causing both manufacturers and retailers to review strategies, logistics and transportation, capabilities and business model, in order to have greater chances of success in this uncertain, dynamic and highly competitive environment.

And if you ask yourself, how can we scale the compliance capacity of e-commerce and omnichannel, and at the same time minimize risks, costs and market launch time? As customers expect a faster, cheaper and better service, for companies to find an adequate balance between inventory, logistics, transportation and labor costs becomes more complex than ever, and that is why having a strategic partner supporting joining links is key to successful and effective results in this business.

“En lugar de inventar el hilo negro las empresas deben aprovechar su red, recursos y relaciones, especialmente con proveedores de logística para enfrentar este desafío”

“Instead of looking for a complex approach to something we already have an answer to, companies must take advantage of their network, resources and relationships, especially with logistics providers to face this challenge”

En lugar de inventar el hilo negro las empresas deben aprovechar su red, recursos y relaciones, especialmente con proveedores de logística para enfrentar este desafío. Las redes de proveedores, distribuidores y consumidores conectados facilitan la colaboración y el intercambio de conocimientos, impulsando una mayor innovación y eficiencias a lo largo de la cadena de valor. Aprender a través de su experiencia y cultura en el área, así como compartir responsabilidad en la operación de un negocio son elementos clave.

Manejar los riesgos a lo largo de la cadena de suministro puede representar todo un reto, y requiere la recopilación de datos, y del rendimiento del proveedor para revisar la eficiencia de la cadena de valor. Sin embargo, las empresas pueden aprovechar los avances en análisis de big data, plataformas de intercambio de datos y tecnología blockchain para ayudar a recopilar y medir el desempeño de los proveedores de una manera estructurada y confiable.

El tener un enfoque estructurado de manera sustentable en la cadena de suministro alcanzando todos los niveles a su cadena de valor con sus acciones y alejarse de las actividades auto-dirigidas los vuelve más activos, involucran a terceros para optimizar procesos, mejoran la capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes, y alcanzan mayores cuotas de mercado.

Instead of looking for a complex approach to something we already have an answer to, companies must take advantage of their network, resources and relationships, especially with logistics providers to face this challenge. The networks of suppliers, distributors and connected consumers facilitate collaboration and the exchange of knowledge, promoting greater innovation and efficiencies along the value chain. Learning through their experience and culture in the area, as well as sharing responsibility in the operation of a business are key elements.

Managing risks throughout the supply chain can be quite challenging, and requires data collection, and the performance of the supplier to review the efficiency of the value chain. However, companies can take advantage of advances in big data analysis, data exchange platforms and blockchain technology to help collect and measure supplier performance in a structured and reliable manner.

Having a structured approach in a sustainable way in the supply chain reaching all levels of your value chain with your actions and moving away from self-directed activities makes them more active, involves third parties to optimize processes, improves the ability to satisfy the needs of customers, and reach higher market shares.

blockchain

“En la actualidad, se espera que las empresas administren de manera proactiva todos los niveles de su cadena de suministro y que lo hagan de una manera que contribuya a los objetivos de sostenibilidad del mundo”

“At present, companies are expected to proactively manage all levels of their supply chain and do so in a way that contributes to the world’s sustainability goals”

Las empresas experimentan efectos positivos de sus acciones al adoptar un enfoque más sistemático, aquellos que puedan abordarlo de una manera estratégica y holística tienen mejor manejo de riesgos y cosechan beneficios que a la vez responden a las demandas legislativas del cliente, así como a nivel global. En la actualidad, se espera que las empresas administren de manera proactiva todos los niveles de su cadena de suministro y que lo hagan de una manera que contribuya a los objetivos de sostenibilidad del mundo.

Y a medida que el sector continúa evolucionando, no hay duda de que habrá una mayor demanda de profesionales calificados con habilidades superiores. Estudiar más es una excelente manera de desarrollar estas habilidades avanzadas en áreas tales como la estrategia comercial, la gestión de proyectos y la modelización analítica, para garantizar que siga siendo competitivo en el mercado laboral.



Companies experience positive effects of their actions by adopting a more systematic approach, those that can address it in a strategic and holistic manner have better risk management and reap benefits that at the same time respond to the legislative demands of the client, as well as globally. At present, companies are expected to proactively manage all levels of their supply chain and do so in a way that contributes to the world’s sustainability goals.

And as the sector continues to evolve, there is no doubt that there will be a greater demand for qualified professionals with superior skills. Further study is an excellent way to develop these advanced skills in areas such as business strategy, project management and analytical modeling, to ensure that you remain competitive in the labor market.



No solo proporcionará a los profesionales de la logística y de la cadena de suministro una mejor comprensión de cómo se pueden aplicar ciertas habilidades y conocimientos en su trabajo, sino que el estudio adicional hará que los profesionales aprendan a lo largo de toda la vida. Esta es una necesidad para garantizar que las personas puedan mantenerse al tanto de los constantes cambios, preparándolos para los altos cargos gerenciales.

Un ejemplo de que estar enfocado en un constante aprendizaje es el siguiente: desde hace mucho tiempo, las compañías tienen paneles para organizar sus métricas, pero hasta hace poco, la mayoría de estos enfoques han sido descriptivos, lo que significa que ven las tendencias pasadas o actuales. La nueva toma, dice Joe Vernon, gerente sénior de análisis de la cadena de suministro de América del Norte para la firma consultora Capgemini, es un análisis predictivo que utiliza el aprendizaje automático y otras tecnologías relacionadas, incluida la inteligencia artificial.

Not only will it provide logistics and supply chain professionals with a better understanding of how certain skills and knowledge can be applied in their work, but additional study will enable professionals to learn throughout their lives. This is a necessity to ensure that people can keep abreast of constant changes, preparing them for senior managerial positions.

An example of being focused on constant learning is this: companies have had panels to organize their metrics for a long time, but until recently, most of these approaches have been descriptive, which means they see past trends or current. The new take, says Joe Vernon, senior manager of North American supply chain analysis for the consulting firm Capgemini, is predictive analytics that uses machine learning and other related technologies, including artificial intelligence.

