

HAGAMOS
UN TRUEQUE



14 DE SEPTIEMBRE



Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**

El contenido no constituye una consulta particular y por lo tanto, TLC Magazine México, los expositores y su equipo no asumen responsabilidad alguna de la interpretación o aplicación que el lector, audiencia o destinatario le pueda dar, la opinión es responsabilidad exclusiva de su autor.

Cadena de suministro: Eficiencia en cadena de frío alimentaria

Dr. César Morales Razo

International Trade, CPIM, MBA, MiM, &
Ph.D en Administración, KAM & Dealer
Developer Manager at Foton



- ✓ 6:00 PM HORA CENTRO
- ✓ 5:00 PM HORA NORESTE



www.tlcasociados.com.mx
www.tlcmagazinemexico.com.mx





HAGAMOS
UN TRUEQUE

TRADE LAW
& CUSTOMS

TLC
ASOCIADOS

bio para
trueque



HAGAMOS
UN TRUEQUE

TRADE LAW
& CUSTOMS

TLC
ASOCIADOS

14 DE SEPTIEMBRE

Cadena de suministro: Eficiencia en cadena de frío alimentaria

Dr. César Morales Razo

International Trade, CPIM, MBA, MIM, &
Ph.D en Administración, KAM & Dealer
Developer Manager at Foton



- ✓ 6:00 PM HORA CENTRO
- ✓ 5:00 PM HORA NORESTE



Consulta el material
de nuestros trueques de Septiembre

❄️📦 En la cadena de frío, cada grado y cada minuto cuentan.

Este 14 de septiembre, acompaña al Dr. César Morales Razo en “Cadena de suministro: Eficiencia en cadena de frío alimentaria”.

🌐 Analiza los retos de eficiencia y gestión dentro de una cadena de suministro fundamental para el movimiento de alimentos.

💻 100% en línea

🕒 6:00 p.m. Centro | 🕒 5:00 p.m. Noroeste

🔗 Conéctate y Hagamos un Trueque. Regístrate sin costo0:
https://zoom.us/webinar/register/WN_cwAgeYtuTwuBw5gbNwj2A#/registration



www.tlcasociados.com.mx
www.tlcmagazinemexico.com.mx



www.tlcasociados.com.mx
www.tlcmagazinemexico.com.mx





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**

**TRADE LAW
& CUSTOMS**



Historia del mercado: los orígenes de la refrigeración comercial en México

Década de 1960-1980

Nacimiento y dependencia externa: el mercado mexicano de refrigeración comercial inicia con la importación de equipos estadounidenses y europeos; la oferta es limitada, los precios altos y la cadena de frío depende casi exclusivamente de tecnología foránea, mientras los alimentos frescos dominan la mesa mexicana

Década de 1990-2000

Apertura y profesionalización: la apertura comercial, la llegada de autoservicios internacionales y el crecimiento del sector turístico elevan los estándares de calidad; marcas globales como True Refrigeration consolidan su reputación de durabilidad, mientras marcas locales como Imbera aprovechan la escala regional

Mensaje histórico

México dejó de ser un mercado únicamente importador para convertirse en un ecosistema competitivo donde conviven marcas globales, fabricantes nacionales y especialistas de nicho, lo que sienta las bases del entorno actual que la feria confirmó

Década de 1980-1990

Industrialización nacional: comienzan a aparecer los primeros fabricantes nacionales enfocados en mostradores y conservadores para tiendas de autoservicio, tortillerías y carnicerías; se inicia una sustitución gradual de importaciones y aparece la cultura de mantenimiento local como una ventaja competitiva

Década de 2000-2010

Madurez del mercado: el sector se estructura con players consolidados, distribuidores autorizados y redes de servicio técnico; la decisión de compra empieza a moverse del precio hacia la combinación de calidad, respaldo y disponibilidad de refacciones





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Historia reciente: eficiencia energética, regulación y transformación digital

2010–2015 — Eficiencia energética como nuevo estándar

La regulación ambiental y los altos costos de electricidad en México vuelven obligatorias las mejoras en aislamiento, compresores y controles electrónicos; las marcas que no invierten en eficiencia pierden competitividad frente a quienes renuevan su línea.

2020–2022 — Impacto del COVID-19

La pandemia acelera la adopción de entrega a domicilio, dark kitchens y modelos de comida rápida, lo que aumenta la demanda de conservadores, vitrinas y equipos confiables en condiciones de uso intensivo.

Lectura estratégica

En menos de quince años el mercado pasó de vender equipo a vender eficiencia, datos y continuidad operativa, lo que cambió las reglas de juego y elevó el valor de marcas con respaldo local real.

2015–2020 — Digitalización y datos de operación

Aparecen los primeros equipos con conectividad, sensores de temperatura y monitoreo remoto; los operadores HORECA comienzan a exigir datos además de equipo, y surge la conversación sobre trazabilidad de la cadena de frío.

2022–2024 — Postpandemia y nuevos hábitos

Crecen los modelos de autoservicio, las cadenas de conveniencia y la profesionalización de la cocina mexicana, mientras la inflación presiona los costos operativos y obliga a optimizar mantenimiento y consumo energético.





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Situación actual 2024-2026 y perspectivas del mercado mexicano

Dónde está el mercado hoy

El sector mexicano de refrigeración comercial opera como un mercado maduro con competencia estructurada, jugadores consolidados y participantes de nicho; la decisión de compra ya no se centra únicamente en el equipo, sino en la combinación de tecnología, mantenimiento, soporte local y datos

Tendencia 1 — Servicio como diferenciador

La disponibilidad real de refacciones, la velocidad de respuesta técnica y la cobertura geográfica pesan más que el prestigio aislado de la marca, lo que favorece a proveedores con presencia local verificable

Tendencia 2 — Eficiencia energética y sostenibilidad

Los usuarios exigen equipos con menor consumo eléctrico, refrigerantes de menor impacto ambiental y mantenimiento simplificado, lo que vuelve competitivo al condensador autolimpiante como propuesta de valor

Tendencia 3 — Datos para decidir

Crece la demanda de tableros de control, KPIs operativos y trazabilidad de temperatura, lo que abre la puerta a proveedores que ofrecen equipo más servicio de información

Tendencia 4 — Cercanía al cliente final

El mercado mexicano responde mejor a marcas que combinan catálogo completo, atención cercana y precios equilibrados, en lugar de propuestas internacionales con soporte limitado

Perspectiva 2026-2027

Se espera consolidación de marcas con presencia local sólida, presión sobre competidores con servicio débil y crecimiento del segmento HORECA y salud; la feria confirma que el ganador será quien logre unir equipo, mantenimiento, datos y cercanía en una sola propuesta





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



Necesidades del mercado mexicano en cadena de frío para sectores clave

Sector	Demanda específica en cadena de frío	Brechas y riesgos detectados	Lo que necesita encontrar
Hoteles (resort y ciudad)	Cámaras de almacenamiento, conservadores de barra, minibares, producción de hielo y frío continuo 24/7	Dependencia de marcas internacionales, refacciones lentas y servicio técnico limitado en zonas turísticas	Soluciones integrales que combinen equipo confiable, respuesta local y estética profesional para área de huéspedes
Restaurantes (cadenas, comedores industriales, independientes)	Refrigeración de cocina, mostradores, saladettas, conservadores de bebidas y mesas frías	Variabilidad de temperatura por equipos mal dimensionados, mermas por fallas y mantenimiento reactivo	Equipos fáciles de mantener, con respaldo local real y eficiencia energética comprobable
Catering y banquetes	Alta rotación de producto, cámaras móviles, transporte térmico y conservadores portátiles	Logística fragmentada, equipos que no resisten uso intensivo y falta de trazabilidad de temperatura	Equipos robustos, móviles, con tecnología de mantenimiento simplificada y datos de operación
Turismo, parques y entretenimiento	Concesiones, food trucks, neveras de alto tráfico y equipos expuestos al clima	Exposición a intemperie, picos de demanda y necesidad de respuesta rápida en ubicaciones remotas	Equipos resistentes, fácil instalación, repuestos disponibles y red de servicio cercana al punto de operación
Sector salud, farmacias y laboratorios (detectado en ABASTUR)	Conservadores de medicamentos, biológicos y muestras con control estricto de temperatura	Regulación exigente, cero tolerancia a fallas y necesidad de bitácoras de temperatura	Equipos con control digital, alarmas, respaldo eléctrico y respaldo técnico certificado
Comedores institucionales y educaciones (detectado en ABASTUR)	Alto volumen, servicio continuo y rotación estacional	Presupuesto ajustado y mantenimiento limitado, lo que obliga a equipos durables y de bajo costo operativo	Equipos eficientes, con bajo consumo, fácil limpieza y soporte técnico programado





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



En un mercado maduro, la ventaja competitiva se decide entre tecnología, servicio e información

Mercado maduro y desafiante

La refrigeración comercial en México cuenta con una competencia estructurada, presencia local fuerte y marcas con calidad reconocida, por lo que diferenciarse exige más que ofrecer un equipo funcional

Posición

Hay marcas que presentan un equilibrio sólido entre calidad y precio, con una ventaja técnica relevante en su condensador autolimpiante, que puede contribuir a un mantenimiento más eficiente

Dos grupos competitivos

Por un lado están las marcas consolidadas con presencia local total y, por otro, las opciones internacionales cuyo principal riesgo percibido está en el soporte y la disponibilidad de refacciones a largo plazo

Rival de referencia

Dos o tres grandes representan el competidor absoluto frente al cual conviene comparar trayectoria, prestigio, tecnología, mantenimiento, precio y respaldo



Conclusión para la cadena de frío

La batalla no se limita al producto, porque la continuidad operativa también depende de información clara, logística confiable y servicio local





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Se compete con una propuesta más equilibrada

Criterios de comparación

Trayectoria y prestigio, tecnología aplicada al mantenimiento, equilibrio precio-calidad, presencia local, disponibilidad de servicio y capacidad de respuesta

Refrigeration

Marcas de origen estadounidense y presencia establecida, reconocida por su durabilidad extrema, prestigio y construcción pesada

Frente a otros

Se supera a en si por trayectoria y reputación acumulada, mientras que se puede diferenciar mediante tecnología de mantenimiento y un precio más equilibrado

Oportunidades

La propuesta de referencia combina calidad, precio y una ventaja técnica concreta —el condensador autolimpiante— que fortalece el argumento de eficiencia de mantenimiento frente a una competencia orientada principalmente al prestigio

Lectura estratégica y mensaje comercial

Hay quien no necesita competir únicamente por ser la marca más histórica, sino demostrar que ofrece una relación más completa entre desempeño esperado, costo de adquisición y facilidad de mantenimiento; el posicionamiento más defendible es tecnología y eficiencia operativa sin renunciar a una percepción sólida de calidad





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Los participantes de nicho compiten por proyectos y especialidades, no por todo el mercado

Aislación

- Empresa mexicana enfocada en cámaras frías y proyectos integrales
- Orientación hacia obra y construcción más que hacia equipos estándar
- Oportunidad para detectar proyectos grandes y necesidades que no aparecen en una comparación convencional de equipos

Sinergia

- Participante mexicano especializado en exhibición de bebidas y helados
- Diseño comercial excelente, aunque con una gama limitada
- La presentación y la adaptación al punto de venta pueden ser decisivas en determinados segmentos

Legacy / Frigo Partes

- Oferta de equipos pequeños y refacciones
- Papel de soporte complementario, no de competencia pesada frente a las marcas principales
- Resuelve necesidades puntuales del mercado

Clasificación competitiva

- Los jugadores consolidados disputan volumen y confianza
- Los especialistas capturan proyectos o categorías concretas
- Los participantes de soporte resuelven necesidades puntuales

Implicación

- El mapa competitivo debe incluir rivales directos y nichos relevantes
- En los nichos pueden originarse alianzas, referencias comerciales y señales de demanda
- También pueden detectarse brechas de servicio aprovechables





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Percepciones dispersas en un mapa competitivo utilizable





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



El sistema de reportes gana valor cuando conecta mercado externo con operación interna

Base existente

El trabajo parte del desarrollo ofrece una base sólida sobre la cual añadir mayor profundidad y valor ejecutivo.

Capa de mercado

El benchmarking incorpora la posición y los participantes de nicho.

Capa operativa

La información externa se conecta con inventario, logística, flujo financiero, contabilidad, cobertura y confiabilidad de los datos internos.

Capa de análisis

Cada hallazgo puede traducirse en un KPI, una alerta, una brecha o una oportunidad, evitando que la información de la feria quede aislada como una observación anecdótica.

Capa ejecutiva

Los informes resultantes deben mostrar con mayor claridad dónde está la empresa, qué riesgos requieren atención, contra quién se compara y hacia dónde puede avanzar.

Conclusión

El valor no está en acumular datos, sino en unir hechos de mercado, estructura interna y decisiones accionables dentro de un mismo sistema de información.





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



Un tablero integral debe medir crecimiento, rentabilidad, inventario, logística y posición estratégica

1 KPIs comerciales

Prospección y conversión, cobertura geográfica y por segmentos, además del benchmarking continuo frente a la competencia principal

2 KPIs financieros

Flujo y ciclo de caja, evolución de márgenes y control de errores o desviaciones contables detectadas dentro de la operación

3 KPIs de inventario y logística

Rotación, eliminación de obsoletos, revisión de duplicidades, trazabilidad y confiabilidad del movimiento de productos

4 KPIs estratégicos

Crecimiento y proyección hacia Latinoamérica, utilizando la información del mercado para identificar dónde existen posibilidades de expansión

5 Uso directivo

Cada indicador debe ayudar a explicar una causa, señalar una desviación o priorizar una acción, no limitarse a mostrar un número

6 Principio de diseño

El tablero debe conectar la promesa comercial de disponibilidad y servicio con la capacidad real de inventario, logística, finanzas y soporte





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



La expansión puede comenzar con alianzas de bajo costo mientras se fortalece la operación central

Oportunidad 1 – Cámaras

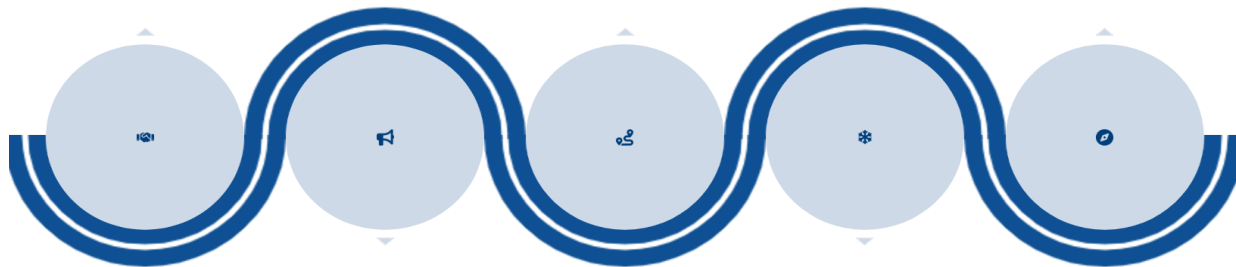
Aprovechar el vínculo como puerta estratégica de expansión mediante un modelo por comisión que no requiere afiliación ni genera carga fija; permite explorar alcance regional con una barrera de entrada ligera

Secuencia recomendada

Primero ordenar datos, inventario, logística y administración; después aplicar benchmarking para seleccionar segmentos y mensajes; finalmente activar alianzas y espacios de promoción que amplíen la prospección

Mensaje central

Construir sobre lo existente —hechos de mercado, estructura interna, áreas de mejora e iniciativas externas— hará que los informes sean más ricos, completos y confiables, mostrando exactamente dónde estamos y hacia dónde podemos avanzar



Oportunidad 2 – CANACO / SERVYTUR

Utilizar espacios de visibilidad y promoción gratuita ante PYMES participando en eventos para ampliar el alcance comercial sin gasto directo

Promoción sutil

Comunicar el valor de una refrigeración comercial con equilibrio calidad-precio, tecnología de mantenimiento como el condensador autolimpiante y una propuesta de respaldo clara, sin reducir la conversación a una comparación agresiva de marcas





Independencia para crecer,
intercambio para trascender
fronteras: **Hagamos un Trueque**



**HAGAMOS
UN TRUEQUE**



¿Dudas?

Cesar Morales
International Trade,
CPIM, MBA, MiM, &
Ph.D. in Administration
Cel. 55 3119 9590

WhatsApp



WeChat



LinkedIn



cesar_morales_gm@yahoo.com



HAGAMOS UN TRUEQUE



EN VIVO

6:00 PM

Hora Centro

4:00 PM

Hora Noroeste



YouTube Live

f LIVE

in Live

t LIVE

Escúchanos en:



www.tlcasociados.com.mx

www.tlcmagazinemexico.com.mx



EL ADN DEL
COMERCIO EXTERIOR
Y
ADUANAS



TRADE LAW & CUSTOMS[®] magazine



www.tlcmagazinemexico.com.mx

contacto@tlcmagazinemexico.com.mx