



ESPECIAL



# OPERADOR LOGÍSTICO

*Integrador de servicios por excelencia*

La historia de la Asociación de Operadores Logísticos de México inició hace cinco años cuando se detectó la necesidad de reunir a los 3PL's de la República Mexicana y destacar la importancia que representa el sector, social y económicamente.

Más tarde, Accel, Alianza Estratégica Portuaria, DHL, FedEx, Grupo ED, Grupo Logistics, Grupo Porteo, NTA, Onest, Rosch, Ryder, Schnellecke y Solistica dejaron a un lado sus intereses comerciales para aportar experiencia, creatividad, innovación y esfuerzo, dando prioridad al trabajo en conjunto, y así, potencializar la representatividad en bien del sector, construyendo las bases de lo que hoy es AOLM.

Para que la Asociación de Operadores Logísticos de México alcanzara sus logros, fue muy importante la cooperación mutua, la ética empresarial y la colaboración en equipo; todos estos valores aplicados en los temas a trabajar, definidos por los socios.

Así es como, a lo largo de la trayectoria de la asociación, impulsar una cultura de transformación y participación basada en la innovación y el espíritu de unidad le ha otorgado resultados tangibles y múltiples beneficios a sus asociados y, al mismo tiempo, al entorno logístico de nuestro país.



Juan M. Calvillo  
*Presidente de la AOLM*

La armonía que existe entre las empresas socias de la AOLM va más allá de estar unidos por temas que conciernen al sector; cada una conserva su individualidad y esas particularidades, enriquecen los ejercicios con soluciones que repercuten en una mejor situación para el país.

Incrementar la presencia de las empresas de tercerización de servicios logísticos en la vida cotidiana, destacar las cualidades del operador logístico y los beneficios que conlleva emplear sus servicios en cualquier sector del mercado, son acciones que la AOLM ha promovido durante estos cinco años.

Lo anterior, se ha obtenido con éxito por medio de las relaciones y la colaboración conjunta entre dependencias, organismos públicos y empresas del sector privado. Más allá de contribuir con estas conexiones externas, internamente AOLM ha construido un puente entre sus socios para promover la participación, las buenas prácticas y la sana competencia, manteniendo relaciones cordiales que se ven reflejadas en la industria.

El recorrido para llegar hasta este punto no ha sido sencillo, sin embargo, se han sentado bases sólidas debido al compromiso y el interés colectivo; aspectos que incitan y fomentan la confianza para continuar avanzando.

AOLM está consciente y comprometida con la labor que resta para seguir creciendo. Cada día se encuentra dispuesta a enfrentar los nuevos retos que se presentan en el sector, estando atentos a potencialidades futuras para seguir a la vanguardia.

La profesionalización del sector también implica el desarrollo de proveedores. Los 3PL aprendemos a colaborar, para extender nuestras propias redes en beneficio de la industria y los consumidores.

**Dos circunstancias particulares han venido cambiando los perfiles y las operaciones de las cadenas de suministro: la Revolución 4.0, con la automatización y robotización derivadas, y el comercio electrónico, con las nuevas demandas de los consumidores en línea. En consecuencia, tanto los espacios físicos como los procesos se han venido ajustando, generando tensiones no perceptibles para el consumidor final, pero sí sensibles al interior de las cadenas de suministro. ¿Cómo lidia el sector logístico con este nuevo escenario?**

**Para conversar al respecto, Inbound Logistics Latam entrevistó al Presidente de la AOLM, Juan Calvillo -Vicepresidente de Logística de Ryder México-, quien a continuación nos señala de qué manera enfrenta el sector, los desafíos respecto a la colaboración entre competidores, la homologación de criterios de calidad y capacidad en la subcontratación, la comprometida última milla ante la compleja movilidad de las metrópolis, y las exigentes demandas del consumidor en línea.**

“Sin duda, todos estos temas están poniendo en aprietos a la industria logística hoy en día”, comienza diciendo Juan Calvillo. “Recurrentemente los ponemos sobre la mesa del debate, intentando en primer lugar, informar e informarnos para dar contexto, conocer tanto las tendencias como las estrategias que en otras latitudes se realizan, con el fin de tomar decisiones y marcarnos una directriz”.

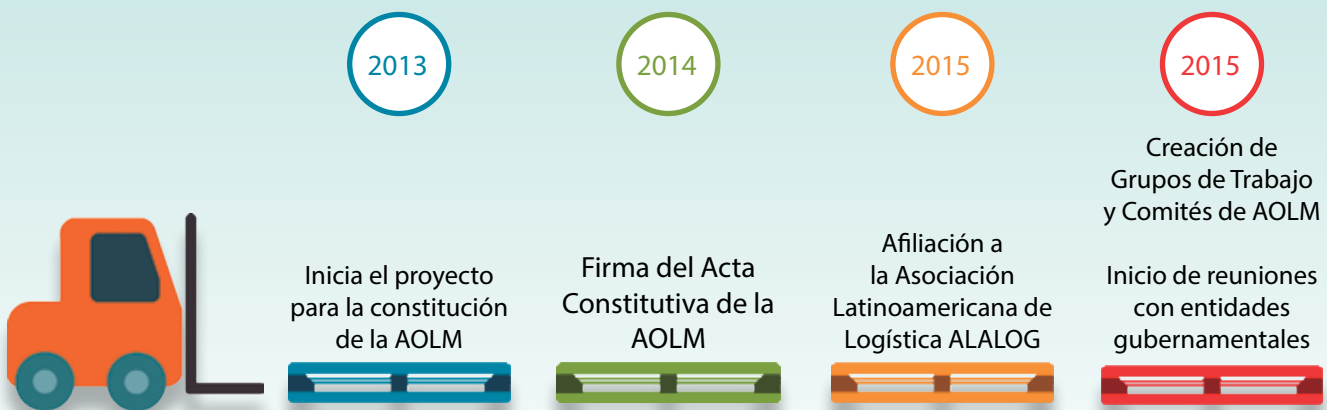
La automatización y robotización son una realidad a la que tarde o temprano hemos de llegar todos los sectores industriales, comenta; sin embargo, en América Latina, y particularmente en México, la mano de obra disponible sigue siendo tan costosa, que el proceso será más lento.

“Ciertamente, las barreras para incursionar en la automatización están disminuyendo, los precios de las tecnologías bajan a medida que se expanden, haciéndose cada vez más accesibles; pero, también, el operador logístico ha de encontrar la manera de obtener contratos de más largo plazo con sus clientes para que la automatización de almacenes o centros de distribución se justifique”, explica.

El tema de la colaboración en la cadena de suministro ya lleva varios años probando suerte, particularmente en el sector automotriz; hoy es un tema que claramente proyecta la evolución que ha tenido el sector. “Ya no existe el tabú respecto a la colaboración entre competidores. En este sentido, el 3PL funge como una especie de crisol, para concretar la colaboración en aspectos donde no estén compitiendo los involucrados”, señala el presidente de la AOLM. “Sin embargo, en México no hemos implementado todas las métricas suficientes para medir los impactos positivos de estas colaboraciones, en aspectos como la disminución de la huella de carbono, por ejemplo, e incluso los aspectos sociales que esto representa. Habrá que estudiarlos y publicar más al respecto”.

La AOLM en sí es una muestra de esta evolución colaborativa, pues en otros tiempos hubiese sido inconcebible que competidores del mismo sector se agremiaran para compartir prácticas, experiencias, soluciones y beneficios, pero tal como lo señala su presidente, la profesionalización del sector no sólo implica apertura hacia este nivel de colaboración, sino también una práctica de ética homologada.

“En la AOLM hemos sido muy cuidadosos respecto a la integración de socios, porque buscamos que sean empresas éticas y responsables socialmente. El tema de la subcontratación y la homologación ética es complejo, porque no todos los actores compartimos los mismos criterios. Hoy buscamos que la subcontratación que los socios hagan sea de forma corporativa, con base en criterios homologados de ética y cumplimiento. En el caso de los hombres camión, por ejemplo, si hemos de contratar alguno, tendremos que revisar que el operador esté certificado, que sea responsable en su manera de conducir, que su vehículo cumpla con especificaciones predeterminadas de calidad y cuidado ambiental, entre otros aspectos; y no sólo en beneficio de él, de la mercancía y nuestros intereses, sino también de terceros que interactúen con él. Asimismo, extendemos estos criterios a otros colaboradores, pues el actor logístico tiene proveedores en todas las áreas: rentamos almacenes, montacargas; compramos etiquetas, empaques, emplaye; subcontratamos tanto servicios operativos como administrativos, y con la entrada del comercio electrónico, también hemos integrado a empresas de paquetería en las cadenas de suministro. Entonces, la profesionalización del sector también implica el desarrollo de proveedores. Nosotros estamos aprendiendo a colaborar, para extender nuestras propias redes en México. Finalmente, el operador logístico es un integrador de servicios”.



## ESPECIAL AOLM

Del mismo modo, señala el directivo, la profesionalización del sector logístico en México se ha venido proyectando en el sector académico. Hoy ya contamos con carreras como Ingeniería Logística o Administración en Cadenas de Suministro. Por otro lado, las PyMes también se han venido profesionalizando, a pesar de las muchas áreas de oportunidad que sigan teniendo; han evolucionado de ser empresas familiares a compañías con cierto gobierno corporativo. Esto es una derivación de un mercado y un consumidor cada vez más exigentes, que requieren procesos más sólidos día a día.

“Con respecto al desarrollo de proveedores, es un error ver a la logística como un commodity, pues cada cliente, cada empresa, cada producto es distinto. Si bien todas las mercancías requieran ser movidas de un punto A a un punto B, hay una serie de circunstancias específicas que hacen que ese movimiento sea diferente entre una mercancía y otra. Por tanto, tampoco podemos ver a los proveedores de logística como commodities, sino como socios. Cuando unos y otros nos vemos así, entonces se hace viable el éxito de la operación conjunta, porque nuestras experiencias se consideran en beneficio de una relación larga y duradera. Por ello, la selección de los proveedores es fundamental; es decir, los 3PL hemos de tener claro que estamos buscando socios, no tan solo proveedores”.

Y no es cosa menor entenderlo, porque la diferencia radica en el cuidado que se tiene en la contratación. “Cuando contratamos a un proveedor como socio, no solo medimos su capacidad, sino también realizamos auditorías para comprobar que es una empresa bien constituida, que le paga a sus empleados debidamente, que no participa en actividades ilícitas o de corrupción. Y se antepone la disposición de ambas partes para revisar periódicamente el desempeño en beneficio de ambos. En el caso de transportistas, la revisión de los indicadores es diaria, y si encontramos fallas, se acuerdan acciones correctivas. En este sentido, es importante señalar que nuestros socios están respondiendo muy bien, hay una tendencia a aceptar que hay que profesionalizarse, por lo que la actitud es positiva”. Ciertamente, el comportamiento tiránico del consumidor en línea es otro de los desafíos y crece a velocidad expedita, pero la tendencia es bailar al son que toque. Al respecto, Juan Calvillo comenta: “Sinceramente no creo que estemos preparados para afrontar este desafío, a pesar de los esfuerzos que hacemos para seguirle el paso. Hemos venido respondiendo a la par, pero no le hemos podido ganar.

En México, el crecimiento de las compras por internet es casi de un dígito año con año; sin embargo, aún estamos por debajo de Estados Unidos, donde las ventas siguen repartiéndose entre un 85% en tienda, y 15% en línea; muy por debajo de China, donde la compra en línea ya asciende hasta un 30%.





Ésta es ciertamente la tendencia, pero hay regiones donde el comercio tradicional todavía confiere cierto equilibrio a las cadenas de suministro. No obstante ello, tendremos que movilizarnos más rápido, seguir optimizando inventarios y volvernos diestros en el manejo de cuatro o cinco canales de venta diferentes; éste es el reto actual para el 3PL”.

De seguir creciendo la demanda de entrega expedita, ¿qué se vislumbra a futuro para la logística? “El día de mañana quizá no tengamos centros de distribución, sino centros de impresión en 3D. Yo creo que por ahí se moverá la tecnología para resolver la demanda. Mientras tanto, en el corto plazo y en México, independientemente de la incertidumbre respecto al T-MEC y la pausa que vive la economía en general, el sector logístico seguirá su camino de profesionalización.

La AOLM seguirá fortaleciendo la vinculación que ha venido desarrollando con la Academia, buscando apoyos y beneficios mutuos; el trabajo con jóvenes, como potenciales clientes y colaboradores, tendrá de nuestra parte más esfuerzos y compromiso; asimismo, auguro más colaboración en el sector, y mayor crecimiento tecnológico en la industria”.

Tal como en el teatro, en la economía hay actores en escena, pero backstage, entre bastidores y bambalinas, los 3PL hacen realidad la emoción que ofrecen las marcas, sus productos y empresas; he ahí su relevancia, por lo que Juan Calvillo concluye diciendo: “Conmino a todos los que participamos en este sector, a actuar de forma ética y responsable, aportando crecimiento al desarrollo y la competitividad, tanto para el sector logístico como para México”.





### PRESENCIA EN 13 PAÍSES

AOLM 2017-2018

[aolm.org.mx](http://aolm.org.mx)

 AOLM Asociación de Operadores Logísticos de México

 @AOLMmx

 @AOLM\_Mx

## EMPLEOS EN NÓMINA DIRECTA



+100 MIL PERSONAS

## SUPERFICIE OPERADA



+4.4 MILLONES DE M<sup>2</sup>  
(TECHADOS)

## FACTURACIÓN TOTAL



+1.5 BILLONES DE USD

## SECTORES ATENDIDOS

