



Cómo hacer más llevadera la 'crisis de los contenedores' para los negocios digitales

- *La emergencia fue ocasionada por la falta de espacio en las embarcaciones, lo cual cuadruplicó el costo de los fletes marítimos, aunado a recortes de personal, reducción de barcos, cierre de agencias logísticas y rebrotes del coronavirus en zonas portuarias.*
- *Para hacer frente al desafío, los negocios pueden optimizar su logística con aliados tecnológicos, lo cual se traduce en una reducción del 70% en gastos, así como un ahorro del 91% en tiempos de operación.*

Ciudad de México, 29 de noviembre de 2021.— A veces solemos obviarlos, pero el transporte marítimo es el principal canal (actualmente [representa](#) el 80%) por el que se distribuyen las mercancías alrededor del mundo. Con ello podemos dimensionar la relevancia e impacto que tiene la llamada 'crisis de los contenedores' para la exportación e importación de productos que a diario realizan grandes empresas, sectores industriales enteros y negocios digitales.

El origen de este cisma fue provocado por la emergencia sanitaria de la Covid-19, cuando el comercio internacional bajó su ritmo ante la incertidumbre. Entonces, los 90 mil buques que transportaban todo tipo de bienes entre los puertos del planeta echaron anclas ante las restricciones de movilidad impuesta en los puertos para evitar la propagación del virus, principalmente de Asia, pero también en América y Europa. Los contenedores se encontraban en un proceso en el que no podían llegar a sus destinos, ni tampoco salir de ellos.

*“Así nació la crisis de espacio en las embarcaciones, lo que [cuadruplicó](#) el costo de los fletes marítimos, fenómeno aunado a recortes de personal en las navieras, reducción de barcos, el cierre de agencias logísticas y rebrotes del coronavirus en diferentes partes del mundo; esto se traduce en uno de los desafíos más cruciales que ha tenido la logística de productos manufacturados a nivel mundial, donde el e-commerce ocupa un lugar importante”, explica **Karla Cosío, VP de Gross, negociaciones y alianzas estratégicas de Skydropx**, la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio.*

Con esto en mente, la experta comparte 4 maneras para hacer más llevadera la *crisis de los contenedores* en el ecosistema de los negocios digitales en México:

1. Comunicación e información

Uno de los primeros pasos es entender la importancia de transparentar la comunicación frente a los usuarios ante el evidente retraso de las mercancías y (dado el caso) un posible aumento de precios. Esto para evitar la incertidumbre entre los clientes finales. Para ello, compartir en todo momento información sobre el estado de su entrega es una de las formas en que los negocios digitales pueden hacer frente a este momento desafiante. Sobre todo porque, en el caso de [México](#), el hecho de que un usuario no sepa dónde se encuentra su compra a través de un número de seguimiento es uno de los aspectos que más incomodan en el *e-commerce*.

2. La antelación y previsión

Ante temporadas tan populares como Navidad y el Año Nuevo, los negocios digitales deberán prever los tiempos que tardarán en arribar sus productos desde mercados internacionales, esto mientras optimizan sus inventarios. Y es que antes de la pandemia un barco tenía de 12 a 24 horas para atracar y desembarcar sus contenedores, tiempo que hoy se extiende hasta una semana. Por el lado de los clientes, el 55% de ellos está realizando ya pedidos por adelantado, pero un 84% está dispuesto a pagar más para garantizar una entrega puntual de al menos algunos de los artículos que necesitan, de acuerdo con un [estudio](#) de Oracle.

3. Automatizando la logística

La transformación digital de la logística se posiciona como una excelente manera de enfrentar la 'crisis de los contenedores'. Al respecto, un [análisis](#) de Accenture aconseja un enfoque de 3 puntos: una visión unificada de la demanda, una estrategia de cadena de suministro personalizada (para cada una de las redes en cuestión), el uso de datos y análisis para respaldar una planificación y ejecución más inteligentes. De hecho, la implementación de nuevas tecnologías para optimizar la logística de una tienda *online* se puede traducir en una reducción del 70% en gastos, así como un ahorro del 91% en tiempos de operación.

4. Consideraciones institucionales

Con el objetivo de evitar una situación similar en el futuro, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) [destaca](#) 3 recomendaciones para los actores políticos a las que hay que prestar atención desde el ecosistema del comercio electrónico:

- Aplicar acciones en torno a facilitar y digitalizar los procedimientos comerciales para motivar la resiliencia de las cadenas de suministro, como reducir el mayor contacto posible con los funcionarios de aduanas o trabajadores portuarios.
- Promover la transparencia y fomentar la colaboración a lo largo de la cadena de suministro marítimo a fin de mejorar el seguimiento de las escalas portuarias y los horarios de las líneas marítimas.
- Garantizar la sana competencia y evitar los abusos por parte de algunos transportistas para tomar ventaja de su tamaño en las actividades de cadena de suministro.

“Si bien no existe una salida fácil para un momento de retos en las cadenas de suministro como el actual; estos puntos de información, comunicación, adopción de tecnologías y de urgencias a los actores públicos forman parte de una visión estratégica para que las tiendas digitales del país cuentan con más herramientas que mejoren sus actividades comerciales. Sin duda, el futuro es promisorio para el comercio electrónico, siempre y cuando aprendamos de las experiencias y fomentemos nuevos escenarios”, concluye [Karla Cosio](#).

-000-

Sobre [Skydropx](#)

Skydropx es la plataforma de gestión logística que ayuda a las empresas a reducir tiempo y costos, así como centralizar envíos en un solo sitio. Reconocida por la AMVO como el mejor *software* logístico para negocios, ha recaudado más de 27 mdd de inversores como 645 Ventures, Base10 Partners, Y Combinator, Sierra Ventures, FJ Labs, Cometa y Dynamo. Atiende a más de 30,000 clientes, con más de

1M de entregas cada mes, lo que la posiciona como la solución número 1 de su tipo en México. Entre sus clientes se encuentran empresas y *startups* como Walmart, Cemex, Claroshop, Conekta, Runa, entre otros, quienes confían en su *software* para gestionar toda su logística.

Skydropx, a través de sus soluciones, permite a los negocios enviar notificaciones de rastreo a sus clientes por medio de WhatsApp y su plataforma *white label* les garantiza una experiencia óptima desde el carrito de compra hasta la entrega en *marketplaces*. También automatiza el proceso de envío gracias a su IA Dispatch que facilita la compra e impresión de etiquetas de envío, seguimiento, estimación de los tiempos de entrega y gestión de devoluciones. Para más información visita <https://www.skydropx.com/>.

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/Skydropx>

Instagram: https://www.instagram.com/skydrop_x/

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sskydropx/>