

EL EMPAQUE Y LA PRODUCTIVIDAD LOGÍSTICA

La logística moderna debe reconsiderar ciertas tareas con el fin de mantener altos niveles de productividad y niveles de servicio, y revalorar la capacidad de crear empaques novedosos y personalizados que permiten que el cliente se sienta tratado de forma individual y se alcance un mayor involucramiento emocional.

Para la mayoría de la gente, un empaque es simplemente algo que viene junto con un satisfactor y generalmente es desechado, sin ni siquiera ser analizado adecuadamente y mucho menos valorado por sus contribuciones en la conservación

del contenido. Recordemos cuando éramos niños y el empaque era lo que nos separaba de tener en nuestras manos el ansiado regalo, y todas esas bolsas, cajas, uniceles y amarres, solo eran un gran obstáculo para empezar a disfrutar de la diversión.

Sin embargo, el empaque desde una perspectiva de negocios cumple múltiples funciones que deben ser consideradas por su impacto en los costos, en la productividad de las cadenas de suministro en general y en la de la logística en particular. Diseñar un empaque se considera el arte y la ciencia de proteger un producto en determinado "envase" para su almacenamiento y comercialización.

Dentro de las funciones esenciales de un empaque podemos mencionar como las más relevantes:

- ▶ Hacer atractivo el producto a los ojos del consumidor. El empaque como un importante instrumento de apoyo a la venta.
- ▶ Transmitir información. Esta puede ser del tipo comercial y legal, importante para los que manejan, consumen o utilizan un producto. El empaque se utiliza como un medio de comunicación y educación.
- ▶ Protección. El empaque sirve para proteger al producto de agentes externos que le pueden alterar sus propiedades o funcionalidades.
- ▶ Facilitar el manejo. Esto ocurre en varias etapas de la cadena y tareas como son la recolección, el acomodo y el transporte. El



Jesús Campos

Ingeniero industrial por la Universidad La Salle; Maestro en Administración por el Itesm. Socio-director de Corporate Resources Management; Director de Distrito en Apics Internacional.

jcamposc@crmmexico.com



empaques primario y secundario tiene que ser valorado como un instrumento para simplificar el manejo de la mercancía.

En los actuales mercados de alta competencia comercial y demanda de sustentabilidad, todas estas funciones del empaque deben ser satisfechas considerando también tres restricciones:

- ▶ El menor costo posible de fabricación.
- ▶ Teniendo el menor impacto para el medio ambiente.
- ▶ Facilitando la operación logística bajo los modelos de Omnicanal.

Para responder a estas restricciones, la logística moderna debe reconsiderar ciertas tareas con el fin de mantener altos niveles de productividad y niveles de servicio.

Muchos hemos oído hablar de casos en que una empresa rediseña su empaque, y como consecuencia, es capaz de transportar más unidades de producto por viaje, con lo que se reduce importantemente el costo logístico. Sin embargo,

este enfoque es importante cuando se manejan grandes cantidades de productos, posiblemente en una logística inbound, pero no tienen tanta aplicación al pensar en la logística outbound, sobre todo en el surtido al cliente final.

En un reporte de Mintel llamado *Global Packaging Trends – A Fast-Forward Look at How the Next Generation of Packaging is Engaging Consumers in 2016*, se identifican 6 tendencias claves para la transformación de la industria del empaque, de todas estas, 3 tienen un impacto directo en la logística.

Una de las seis tendencias es generada por la llamada "Revolución digital", que ofrece la capacidad de crear empaques novedosos y personalizados, que permiten que el cliente se sienta tratado de forma individual y se alcance un mayor involucramiento emocional con los productos. Esto significa que el producto, utilizará un empaque individualizado que solo puede ser entregado a un grupo objetivo o específicamente a la persona destinataria, por lo cual, se debe tener un especial cuidado en la recolección y el surtido de cada pieza de cada pedido. El empaque y su logística serán totalmente personalizados.

Otra de las tendencias de alto impacto se refiere a la demanda por materiales que sean amigables con el medio ambiente y que en muchos casos, implica el que se diseñen para ser reutilizado, con lo que se genera la necesidad de estructurar y operar cadenas complejas de logística inversa. El reto no solo radicará en la recolección de los productos, sino en los sistemas tecnológicos para su planeación y control así como el reto de alcanzar al menos el punto de equilibrio en los costos asociados.

La presión por reducir el consumo, también ha motivado diseños con la menor cantidad posible de material considerando que se maneja en condiciones ideales, por lo cual, cualquier desviación de estas condiciones impacta fuertemente al empaque o al producto protegido. Un claro ejemplo es la disminución del calibre de las botellas PET de bebidas gaseosas que bajo condiciones extremas de calor pierden rigidez y generan colapsos.

La tercera tendencia relevante, se refiere a la demanda de productos de menor contenido y por lo

tanto de menor tamaño, los tiempos de productos empacados en tamaños "maxi", "jumbo" o "familiar" están quedando atrás. Los consumidores quieren opciones de compra y entrega en pequeñas cantidades, en parte afectado por la existencia de familias más pequeñas pero también por un manejo racional de los espacios y recursos financieros. Obviamente, esto hace más difícil las labores de carga y descarga de unidades, acomodo de mercancía en los almacenes y los anaqueles de venta al igual que en la recolección.

A lo anterior, tenemos que agregarle el crecimiento de la venta por medios no convencionales, como el teléfono o el internet, que ha generado un nuevo reto para las industrias de consumo masivo así como para su red logística. Bajo los nuevos modelos, los consumidores quieren comprar pequeñas cantidades con mayor frecuencia, lo que incrementa el número de transacciones con menos unidades y por consiguiente menos facturación. Un mal manejo logístico, puede hacer que el costo de entrega sea tan alto que el consumidor cambie de proveedor o se afecte dramáticamente el margen.



Sería fácil pensar que para responder a la demanda de menores cantidades, solo se requiere abrir una caja que contiene múltiples productos y surtir parcialidades, sin embargo, esto no es así de fácil por múltiples razones. La primera se refiere al etiquetado de los productos, si el producto no está diseñado para su venta individual no cumplirá con las normas para su comercialización, lo que puede acarrear fuertes penalidades a la organización. Si se decide etiquetar el producto, esto implica un trabajo extra tanto físico como de manejo de información dentro de los sistemas.

En algunos casos el empaque individual no es diseñado para su transporte ya que es el empaque secundario quien hace la mayor parte de la protección del producto, así que quedan expuestos a maltratos y además se hace difícil su manejo y acomodo, por lo cual se requiere improvisar o adicionar empaques temporales que incrementan el costo y el tiempo. El cliente no quiere recibir un empaque dañado aunque el producto esté intacto.

Por si esto fuera poco, las cajas que se quedan incompletas dentro del almacén pueden perder estabilidad o capacidad para ser estibadas en forma segura, requiriéndose de acciones extras para evitar el deterioro del contenedor y del contenido.

En base a todo esto, debemos reconocer la necesidad de un trabajo colaborativo entre logística, mercadotecnia y los diseñadores de los empaques, teniendo en cuenta los retos de los nuevos comportamientos de la demanda con relación a menores cantidades y entrega inmediata, y la necesidad de contar con una operación logística competitiva en tiempos de respuesta y costos de operación.

Encontrar un balance entre "atractividad" y eficiencia ha sido siempre un reto para las áreas creativas de las organizaciones, pero este solo se alcanza cuando los involucrados aceptan compartir sus objetivos y poner como prioridad la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio. 🌐

ASOCIACIÓN MEXICANA DE AGENTES DE CARGA



Punto de Reunión del Freight Forwarder en México

Nuestros Servicios

- **Capacitación.**

Somos el único instituto en México y Centroamérica certificado por FIATA para impartir el Diplomado Internacional en Logística y Transporte FIATA.

- **Soluciones Tecnológicas**

Transmisión electrónica de datos al SAT (VUCEM)

- **Representación gremial**

Somos la Asociación Mexicana mas importante que agrupa al gremio de agentes de carga en el país.

¿Cómo me beneficia ser miembro de AMACARGA?

- **Representación, Defensa y Promoción** de los intereses y actividades de los Agentes de Carga.
- **Innovación** de productos y servicios para los Agentes de Carga.
- **Grupos de trabajo:** foros especializados de discusión en el tema Aéreo, Legal, Marítimo, Mercancías Peligrosas y Terrestre

Nuestros Talleres

- Pricing
- INCOTERMS
- Demoras
- Límite de Responsabilidad

Visítanos en www.amacarga.mx

Síguenos en



AmacargaAC



@amacarga