

Lujo en México: Revelando los Secretos de la Logística de Alta Gama en la Era del Crecimiento Exponencial

PLANEACIÓN DE LA DEMANDA

La industria de productos de lujo en **México** ha experimentado un ascenso meteórico en las últimas décadas, convirtiéndose en un **mercado dinámico y en constante evolución**. El lujo no solo se ha consolidado como un símbolo de estatus y exclusividad, sino que también ha generado un impacto económico significativo en el país. **México se ha vuelto el primer mercado de lujo en América Latina, superando a Brasil en 2014, y es el número quince del mundo con un crecimiento estable.**

En este contexto, la logística desempeña un papel fundamental para mantener el flujo ininterrumpido de productos de lujo desde su origen hasta el consumidor final, garantizando la entrega puntual, la preservación de la calidad y la experiencia exclusiva que caracteriza a esta industria. **Pues para el periodo 2023-2027 se prevé un alza de 27% para las compras de lujo personal y una expansión del 10% en el mercado de vinos y licores.**

Sin embargo, en toda empresa se cuenta, con oportunidades de mejora para **perfeccionar el rendimiento de sus procesos** en sus diferentes áreas, y así ofrecer el mejor servicio a cada uno de sus clientes .

Logística de México, se caracteriza por optimizar los procesos de los centros de distribución de las empresas y en esta ocasión no fue la excepción, pues en un proyecto con una importante empresa de vinos de lujos se tenía como **objetivo mejorar el control de productos por medio de la planeación de la demanda y el pronóstico de ventas**, además de ello, **mejorar el nivel de servicio, controlar y mejorar las promesas de entrega y asegurar la evaluación de la capacidad requerida del operador ante el crecimiento proyectado.**



Los principales retos que enfrentó LDM, fue la **falta de integración de las áreas involucradas en la gestión de demanda**, así como la **falta de documentos de procesos y estructura organizacional**, además de que **el equipo no contaba con una disciplina de evaluación a través de KPI'S y resistencia al cambio**.

Pues la empresa requería una claridad en el comportamiento de cada una de las áreas, para poder definir acciones correctivas o preventivas enfocadas al mejoramiento y así contar con un **enfoque estratégico y analítico para cada área, para lograr una disminución de tiempos en los procesos y la reducción de costos**.

Es por ello que desarrolló **tres etapas de mejora para optimizar la claridad de la información y datos de venta real** para mejorar el proceso de los almacenes y la rotación de sus productos entre sí.



Superando Obstáculos hacia la Eficiencia en la Gestión de la Demanda, el Servicio al Cliente y la Logística 3PL

PLANEACIÓN DE LA DEMANDA

En esta fase, el objetivo principal consistía en prever y **gestionar de manera efectiva la cantidad de productos** que los clientes solicitarían en el futuro. Esto se hizo con el propósito de asegurar que la empresa pudiera **satisfacer dicha demanda de forma eficiente y rentable, obteniendo así una visión clara de las ventas que debían cumplirse y alcanzar sus metas y cuotas anuales establecidas**. Para alcanzar este objetivo, LDM necesitaba establecer la **trazabilidad y medición de los cumplimientos en los procesos**. Esto implicaba **tener un seguimiento detallado de cada etapa del proceso, junto con la disponibilidad constante de productos en el almacén**. Esta medida se implementó para evitar un aumento innecesario en la rotación del inventario, asegurando así un manejo más eficiente de los recursos.

Además, se llevaron a cabo **análisis detallados de la información recopilada, utilizando métodos como la clasificación ABC para identificar productos clave** y determinar sus prioridades en producción y distribución. También se establecieron **KPIs para evaluar el rendimiento de los procesos y garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos**.

Por último, para asegurar la precisión y confiabilidad de los datos, **se realizó una validación exhaustiva de la información recopilada**. Además, **se desarrollaron Dashboards de ventas, herramientas visuales** que facilitaban la interpretación de los datos relevantes y apoyaban la toma de decisiones informadas en la empresa. Estas medidas combinadas permitieron a la empresa optimizar sus operaciones y responder de manera efectiva a las demandas del mercado.

CUSTOMER SERVICE

En esta etapa LDM distribuyó las actividades a realizar por cada uno de los involucrados en la carga de pedidos de cada cliente, asegurando la **correcta comunicación durante la ejecución del proceso, así como las mediciones de los indicadores clave para el área y control histórico de pedidos para facilitar pedidos sugeridos para los clientes.** brindando soporte y asistencia a los clientes antes, durante y después de comprar un producto. Es un aspecto crítico de las operaciones comerciales, ya que afecta directamente la satisfacción del cliente, la lealtad y la reputación general de una empresa.

Para lograr esto, **se diseñaron los procesos To Be, las responsabilidades y los KPI's para monitorear los resultados de la gestión de pedidos.**

3PL

La práctica de subcontratar funciones de logística y gestión de la cadena de suministro a un proveedor externo permitió que a la empresa de productos de lujos pueda **optimizar sus operaciones, cumpliendo los niveles de servicio de cada uno de los clientes.**

Además de asegurar la **evaluación de la capacidad requerida del operador ante el crecimiento de las ventas, para así garantizar que ante la demanda creciente que se tiene, su operador pueda atender las necesidades de operación futura.**





Planeación de la demanda

CON MÉTODOS
ESTADÍSTICOS A
SELECCIONAR DE ACUERDO
CON EL DESPLAZAMIENTO DE
LOS PRODUCTOS Y CANALES
DE VENTA

Integración

DE CUSTOMER SERVICE A
LA DIRECCIÓN DE CADENA
DE SUMINISTRO

Mitigación

DE LOS COSTOS
EXCEDENTES POR LA
ENTREGA URGENTE FUERA
DEL TIEMPO DE ENTREGA

Potencia el Crecimiento

GARANTIZANDO LA
EVALUACIÓN DE
CAPACIDADES PARA UN
FUTURO EXITOSO

Optimización

DE LAS OPERACIONES DE
LA CADENA DE
SUMINISTRO

CONTÁCTANOS

55- 5254- 3376 / Oficina
55-3028-2555 / Whats App
info@soyldm.com



soyldm.com