

## **A propósito de la Zona de Conectividad en Gómez Palacio, Durango: Logística como factor de competitividad.**

En la página de la Secretaría de Desarrollo Económico del estado de Durango ([www.promociondurango.gob.mx](http://www.promociondurango.gob.mx)) en un pequeño icono se puede tener acceso a una presentación sobre la Zona de Conectividad en Gómez Palacio, Durango. Un proyecto que busca crear un centro de redistribución, donde se reciba mercancía de los mercados asiáticos para enviarla al mercado de los Estados Unidos de Norteamérica. Recientemente, el Gobierno Estatal anunció que los empresarios invertirían en este proyecto USD \$30 millones de dólares en un plazo de diez años, con lo que se generarán 12 mil nuevos empleos. La primera etapa de la Zona de Conectividad es el desarrollo de un parque industrial, con una superficie de 34 hectáreas y con la infraestructura adecuada para la instalación de industrias ligeras no contaminantes y de naves especializadas en logística y en la distribución de mercancías en los mercados local, nacional e internacional.

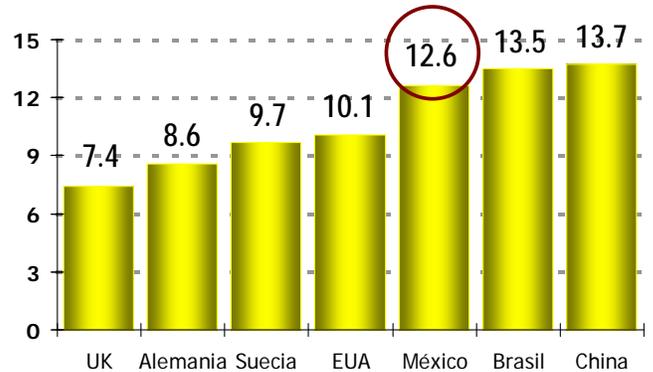
Desafortunadamente no hay más elementos para hacer un análisis de la viabilidad técnica-financiera de la Zona de Conectividad, por lo que haremos un diagnóstico de la logística como un factor para la competitividad que busca un estado como el nuestro. La logística se ha convertido en una función clave de la competitividad empresarial para dar respuesta adecuada al reto actual: ofrecer a los clientes la máxima calidad de servicio con una estructura de costos lo más esbelta posible. Una cadena de valor es eficiente y competitiva en la medida que elimina los procesos que no agregan valor e integra a todos los eslabones de una manera sistémica, desde los clientes, los operadores, los proveedores, etc.

Para ubicarnos en la importancia de la logística para las empresas, para un estado y para un país, revisemos el caso de la planta que fabrica electrodomésticos de la empresa coreana LG instalada en Reynosa, Tamaulipas. LG estuvo a punto de cerrar sus operaciones y despedir a unos 1,900 empleados de esta planta debido a los altos costos de transporte por la importación de insumos procedentes de Asia. Los altos costos se originaban en el puerto de Long Beach, California, desde donde se embarcaban los componentes que son necesarios para la fabricación de los refrigeradores de LG. Esa carga se transportaba a Tamaulipas a través de una compleja red de interconexiones de ferrocarril y camión. La solución a este problema, que por cierto fue una estrategia diseñada e implementada por un Ingeniero mexicano, consistió en la utilización de los puertos de Manzanillo y Lázaro Cárdenas, las 2 principales puertas de comercio exterior entre México y Asia, y el uso de los servicios de los ferrocarriles TFM, Ferromex y Autotransportistas Nacionales. El ahorro en esta operación fue de entre USD \$600 y USD \$800 dólares por contenedor, además del ahorro del pago del agente aduanal, se logró también, un ahorro de dos días en comparación con los puertos estadounidenses. En general, la derrama por el ahorro en todo el proceso logístico fue de USD \$12,000 dólares por TEU (unidad con la que se miden los contenedores). LG hoy, ha duplicado su facturación en México y emplea a 2,300 trabajadores que dan sustento a 11,000 personas.

Nuestra ventaja comparativa en el mercado de los Estados Unidos ya no es suficiente debido a la entrada de nuevos y agresivos jugadores en el escena del comercio internacional (China, India, Brasil, Corea). Debemos ser capaces de generar ventajas competitivas para re-conquistar los mercados de nuestro principal socio comercial. La logística, puede ser clave para crear estas ventajas competitivas sobre los productos chinos, hindúes o brasileños. En un estudio realizado por la Consultora AT Kearny destaca que los costos derivados de los procesos de logística en México ascienden a un 12.6% del precio de venta de un producto o un servicio, inferior al costo de Brasil o China, pero 1.7 veces más que los costos logísticos a los que incurren las empresas inglesas (7.4%).

### Costos Logísticos en las Ventas de las Empresas Porcentaje del Costo Total

Costos por País Seleccionado  
Porcentaje de las Ventas

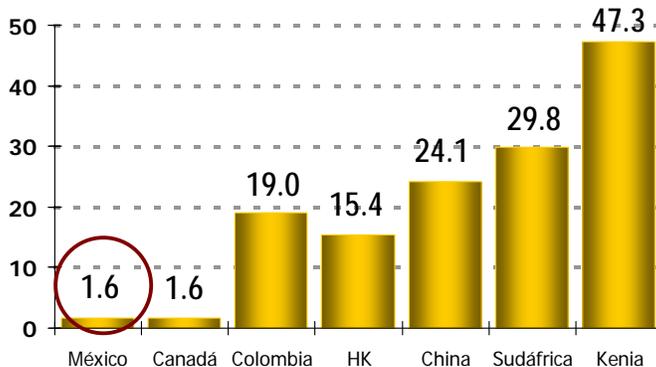


Fuente: Estudio de la Consultora AT Kearny

### Costos de Exportar un Contenedor de Ropa a Estados Unidos Porcentaje

País	Días		Costo Flete	Arancel	Total (%)
	#	%			
México	2	1.0%	0.6%	0.0%	1.6%
Canadá	2	1.0%	0.6%	0.0%	1.6%
República Dominicana	5	2.5%	1.7%	12.3%	16.5%
Colombia	10	5.0%	1.7%	12.3%	19.0%
China	12	6.0%	5.8%	12.3%	24.1%
Hong Kong	12	6.0%	3.1%	12.3%	15.4%
Sudáfrica	25	12.5%	5.0%	12.3%	29.8%
Kenya	61	30%	5.0%	12.3%	47.3%

Costos Totales por País Seleccionado  
Porcentaje



México tiene una ventaja de costos de exportación de:

- Un 45.7% sobre Kenia.
- Un 28.2% sobre Sudáfrica.
- Un 22.5% sobre China.
- Un 13.8% sobre Hong Kong.
- Un 17.4 sobre Colombia.
- Un 0.0% sobre Canadá.

Fuente: Subsecretaría de Industria y Comercio.

¿Es posible que México compita con China? Definitivamente si, no en una estructura de costos basado en la mano de obra barata, pero si en una estructura de costos basada en la minimización de éstos a través de la eficiencia en la logística. Por ejemplo, los costos de exportar un contenedor de ropa a Estados Unidos en México son menores a los de China, Hong Kong, Colombia, República Dominicana. Mientras que para México llevar un contenedor de ropa a Estados Unidos representa un costo del 1.0% por días de traslado; un 0.6% por flete y un 0.0% por arancel (un total de 1.6%), para China el costo de traslado es de 6.0%; el flete representa un 5.8% y un arancel del 12.3% (un total de 24.1%).

Cada proceso logístico es una oportunidad para la innovación que se debe de aplicar, tanto en el servicio del cliente, como a los procesos de pedidos, de gestión de inventarios y de transporte. En la gestión de información logística es aconsejable que se aplique en almacenes, suministros, empaque y embalaje, así como en la ingeniería del producto.

Esperemos que la Zona de Conectividad de Gómez Palacio madure y sea un proyecto exitoso, para el bien de Durango, de La Laguna, y por supuesto, de México.

Luis Armando de la Torre Cruz  
Consultor y Socio Fundador de GD Innovaciones  
[luis.delatorre@gdinnovaciones.com.mx](mailto:luis.delatorre@gdinnovaciones.com.mx) / [ldelatorre@hotmail.com](mailto:ldelatorre@hotmail.com)