



INTELIGENCIA COLECTIVA EN LOGÍSTICA:

## MOTOR DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Por: Dr. Miguel Gastón Cedillo-Campos, M.G.T.I Hermes Orestes Cedillo-Campos y Dr. Juan José Méndez Palacios\*

La satisfacción de los cambiantes requerimientos del cliente final, la tendencia hacia la urbanización, el constante surgimiento de nuevos competidores de bajo costo y el continuo surgimiento de nuevas aplicaciones de la inteligencia artificial a la automatización de procesos, entre otras variables, están transformando la dinámica de las cadenas de suministro en las que se insertan nuestras organizaciones. En un mundo en donde la tecnología gana cada vez mayor involucramiento en nuestra vida diaria, mantener la dirección y operación de nuestras organizaciones con un enfoque “Business as Usual” es condenarse a morir.

Diseñar estrategias de negocio equilibradas en las que los avances tecnológicos convivan en armonía con aspectos difícilmente “automatizables” como la innovación con base en la creatividad o la emoción humanas, darán a nuestras organizaciones el diferenciador necesario que hoy se requiere para ser competitivos.

Sin embargo, impulsar y controlar la innovación dentro de cualquier organización es actualmente un reto mayor. La mayor parte de las innovaciones que actualmente están dando ventaja competi-

tiva duradera a empresas del sector logístico en América Latina, son todavía re-combinaciones novedosas de componentes tecnológicos, de proceso y/o de servicio, no innovaciones radicales. Continúa siendo complejo garantizar que los esfuerzos de innovación se mantengan alineados con los objetivos estratégicos de las organizaciones. De hecho, innovar es en ocasiones percibido como “un arte” para el cual se debería dar “completa libertad” de acción y presupuesto ilimitado, todo ello sin ninguna garantía de éxito.

Lo anterior es especialmente difícil para las empresas dentro del sector del transporte y la logística. De hecho, un estudio a empresas del sector logístico operando en América Latina y que fue desarrollado por el Laboratorio Nacional CONACYT en Sistemas de Transporte y Logística con sede principal en el Instituto Mexicano del Transporte [IMT], se detectó que un 96% no tenían ningún sistema para formalizar la innovación. En realidad, declararon que las innovaciones en sus empresas “ocurrieron un día” como resultado de la “reacción” de su personal operativo, a una solicitud específica de uno de sus clientes. Pero además, sólo en el 1% de los casos, dichas innovaciones se documentaron de forma

Quando  
“Business as  
Usual”  
ya no es  
suficiente

**YO**logístico

que fueran ampliamente difundidas dentro de la empresa y en algún momento, adoptadas como “mejor práctica” para contribuir a su ventaja competitiva diferenciada.

Lo anterior nos muestra de forma sintética, que aunque en las empresas logísticas de la región si existe la innovación, no se cuenta con procesos y sistemas que la “capturen y difundan”. Estamos ante una “sangría” de potencial innovador que reduce la ventaja competitiva de las empresas y del sector logístico en América Latina.

Si bien el concepto de “inteligencia colectiva” puede parecer complejo, la Asociación Mexicana de Logística y Cadena de Sumi-

La inteligencia colectiva aprovecha el poder de un amplio número de personas para resolver retos difíciles como un grupo. En éste sentido, entre las acciones que se deben implementar de forma inmediata para mejorar la innovación en la empresa están tres.

Primero, evitar desaprovechar el conocimiento generado por el personal de la empresa cuando desarrolla una solución. Es importante establecer los esquemas que permitan “capturar” la forma en la que el personal está resolviendo los problemas en la empresa.

Segundo, integrar un equipo especializado que identifique, analice, pruebe, estandarice y difunda, las innovaciones de forma que se vuelvan una pieza clave de la ventaja competitiva diferenciada de la empresa. No solo se trata de contar con nuevas herramientas para

nistro, A.C. [AML] ha establecido una definición que favorece su mejor comprensión. Para la AML (2017), “inteligencia colectiva en logística es la capacidad para resolver problemas de forma colaborativa con un amplio número de miembros de una cadena de suministro, quienes al actuar coordinadamente la optimizan a través de la constante interacción que moviliza sus competencias y recursos, favoreciendo la fluida integración de esfuerzos para lograr un desempeño conjunto que individualmente no les sería posible alcanzar.” Desde ésta perspectiva, la “inteligencia colectiva” para impulsar nuestros procesos de innovación ya se encuentra existente en nuestras organizaciones, en consecuencia, la pregunta fundamental es ¿qué debemos hacer para potenciarla?

## Inteligencia de tu personal, una fuente de rentabilidad para tu empresa

conquistar nuevos mercados, sino para lograr una mejor adaptación a las cambiantes condiciones de la operación logística.

Tercero, ampliar el enfoque a otras empresas y al cliente final dentro de la cadena de suministro a la que pertenece la empresa. Las ventajas de la inteligencia colectiva en logística para convertirse en un motor de la innovación empresarial, estriba en la diversidad, independencia y cierto grado de descentralización de los participantes. Es en el interés de la empresa, integrar a otros miembros con diversidad cultural e independencia en sus opiniones para enriquecer la inteligencia de sus operaciones.

Dentro de las ventajas de implementar la inteligencia colectiva en logística dentro de las empresas, se encuentra el hecho de que incrementar el conocimiento del negocio por parte del recurso humano

**5 CILXG** International Congress on Logistics & Supply Chain  
**4-6 OCTUBRE 2017**  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA**  
 Ciudad Obregón - San Carlos, Sonora.



[cilog.aml.org.mx/CILOG](http://cilog.aml.org.mx/CILOG)

### FECHAS CLAVE

09  
ABR

Inscripción de resúmenes

28  
MAY

Inscripción de artículos completos

16  
JUL

Aviso de aceptación

30  
JUL

Inscripción final de artículos

15  
AGO

DDA-LOG límite para inscribir candidaturas

### ACTIVIDADES

- \* Conferencias de Investigación
- \* Conferencias Plenarias
- \* Talleres Prácticos

### INFORMES

+52 01 (444) 350 27 80

[cilog@aml.org.mx](mailto:cilog@aml.org.mx)

permite mejorar la capacidad de adaptación de la empresa ante entornos cambiantes. Del mismo modo, impulsa la búsqueda por optimizar las operaciones. Debido al clima de colaboración y comunicación interna que es necesario para desarrollar la inteligencia colectiva en logística, se crean nuevas formas de trabajar de forma incluyente que favorecen la comunicación informal más allá de los organigramas.

Debido a que inteligencia colectiva en logística coloca a la gestión de los recursos humanos en el eje de la gestión del conocimiento en la empresa, las ideas, estrategias y soluciones para reducir costos, incrementar las ventas y/o conquistar nuevos mercados, están tan lejos como la libertad y medios que la empresa otorgue a sus empleados para contribuir a la innovación del negocio. Como actividad eminentemente social, requiere de técnicas, métodos y sistemas que permitan a las empresas aprovechar sus flujos internos de conocimiento e información y conectándolos de forma útil con el mundo exterior.

\* Dr. Miguel Gastón Cedillo-Campos

Director Técnico

Instituto Mexicano del Transporte [IMT]

Laboratorio Nacional CONACYT en Sistemas de Transporte y Logística

Correo electrónico: [gaston.cedillo@imt.mx](mailto:gaston.cedillo@imt.mx)

M.G.T.I. Hermes Orestes Cedillo-Campos

Director Ejecutivo

YoLogístico.COM

Correo electrónico: [hermes.orestes@yologistico.com](mailto:hermes.orestes@yologistico.com)

Dr. Juan José Méndez Palacios

Coordinador del Doctorado en Gestión de la Tecnología e Innovación

Universidad Autónoma de Querétaro

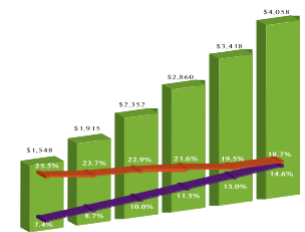
Correo electrónico: [doctorado.gti@uaq.mx](mailto:doctorado.gti@uaq.mx)

# Omnicanal, y la opinión logística sobre el siguiente eslabón en la evolución del e-commerce

Guste o no, se esté preparado o no, el e-commerce y sus variaciones seguirán en crecimiento de doble dígito, por lo menos, para los siguientes 3 años. Han pasado ya más de dos décadas desde que se vio nacer, y hay quien estima que para 2020 superará los 4,000 millones de USD de venta en todo el mundo; llegando a representar casi el 15% de las ventas totales de la categoría.

La logística, en un sentido amplio, pieza fundamental en un comercio electrónico exitoso, ha aportado la variedad

Ventas Minoristas de Comercio Electrónico a Nivel Mundial, 2015 - 2020  
Trillones, % de cambio y % del total de ventas al detalle



Nota: Incluye productos con envío en línea y compra en tienda. Excluye ventas de comercio electrónico del comercio de capitalización, alquiler y bienes raíces, seguros.  
Fuente: eMarketer, Ago 2016. [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)

