



Con el objetivo de ir a la vanguardia y mejorar su manejo de inventarios de clientes, Intermark anunció la reestructuración y actualización de su WMS, lo que le permitirá ofrecer un mejor nivel de servicio ampliando la eficiencia del proceso, a su vez que se beneficia la calidad del mismo.

La empresa indicó que con esta reestructuración ofrecerá consulta de inventarios de manera remota por parte de los clientes; administrará tareas y procesos de los diferentes productos, tanto en inventarios fijos como en inventarios ocasionales por temporada o inventarios por maquilas; y generará reportes, control de KPI, código de barras y RFID.

De esta forma, podrá darles a sus clientes "un mejor nivel de servicio, optimizando así los tiempos y movimientos en la operación día a día, aprovechando nuestros recursos al máximo", aseguró la compañía. También, informó que ha incrementado sus espacios de atención, al adquirir nuevas instalaciones en la zona norte de la Ciudad de México, en el Salto Jalisco y en el puerto de Veracruz.

"En Intermark estamos comprometidos con nuestros clientes y al mercado, demostrándolo al incrementar nuestras habilidades y capacidades de los servicios que ofrecemos, lo cual hace que los mismos se encuentren altamente satisfechos, mejoran sus procesos y, a su vez, nos recomiendan como su operador logístico de confianza, haciendo de esta manera que nos encontremos en un lugar privilegiado del mercado considerándonos líderes en el ramo logístico nacional", señaló Intermark.



## Acemex diseña básculas para camiones y contenedores

Acemex-Electroamérica informó que sus básculas están dirigidas a terminales, productores, expedidores, consolidadores y en general a todo tipo de empresas del mercado mexicano que requieran verificar sus equipos de pesaje para asegurar el cumplimiento de la regulación del Convenio Solas.

El fabricante mexicano señaló que en julio de 2016 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) adaptó para México la regulación del Convenio Solas de la Organización Marítima Internacional (OMI), regulación que exige a todos los productores, expedidores y consolidadores la certificación de su Masa Bruta Verificada (MBV).

"Las terminales y empresas que cuentan con básculas certificadas y verificadas para pesar la mercancía son las únicas autorizadas para emitir el documento que acredite el peso de la MBV. Sin este documento, la carga no puede ser embarcada y los operadores logísticos involucrados estarán sujetos a multas y otros cargos", destacó Acemex.

Desde su fundación en 1970, Básculas Acemex-Electroamérica está dedicada al diseño, fabricación, instalación y servicio de básculas de uso rudo y sistemas de pesaje electrónicos, siendo una de las primeras compañías en instalar en Latinoamérica las básculas camioneras electrónicas sobre la superficie.

Además, las básculas camioneras y de plataforma de Acemex cuentan con las certificaciones NOM-NYCE, así como el registro ante la Dirección General de Normas (DGN).



## Invierten CEOs minoristas en transformación digital

Según el informe "Perspectiva de los Directores Ejecutivos para 2017: La transformación de la venta minorista", realizado por PwC para JCA, los CEO del sector detallista están invirtiendo en transformación digital, sobre todo en internet de las cosas (IoT), big data, robótica y realidad aumentada.

La encuesta de JCA señala que 82% de los ejecutivos planea aumentar su inversión en transformación digital el próximo año. Además, será su prioridad número uno en 2017 la generación de una estrategia en esta tema para comprender y conectar mejor con los clientes.

A nivel global, los minoristas chinos están más propensos a implementar una estrategia definida de transformación digital (82%) que en Estados Unidos (40%). Por otra parte, las aplicaciones móviles (82%), el big data (82%) y el uso de datos de redes sociales (82%) son las principales tecnologías en las que los encuestados están invirtiendo o invertirán en los próximos 12 meses.

IoT y la automatización están más abajo en la lista de inversión, pero ganando cada vez más impulso. El uso de medios sociales y big data es muy valioso para dar a los minoristas conocimiento profundo sobre los clientes para segmentarlos y obtener información sobre sus preferencias de consumo.

Además, sólo el 12% de los encuestados son capaces de obtener beneficios al cumplir con la demanda omnicanal y el 12% proporciona una experiencia de compra perfecta a través de los canales que la integran.