

# **MICRO-FULFILLMENT**

**KAROLINA PULIDO**

## EVOLUCIÓN PARA EL NUEVO COMPORTAMIENTO DE CONSUMO

Hemos atravesado meses de incertidumbre a nivel macroeconómico, que nos han mostrado una nueva brecha de patrones de consumo que hay que comprender y satisfacer en tiempos récord. Aunado a que logísticamente hemos estado arrastrando la presión de las promesas de marca, que cada día se encaminan a ser ultra-inmediatas y a bajos costos.

Se estima que para 2030 habrá más de 8 mil millones de personas a nivel mundial y alrededor del 60%-70% de ellas viviremos en grandes ciudades urbanas, por lo que hoy veo más que necesario hablar puntualmente de las estrategias que nos permitan llegar a ser una Smart City, la solución que nos brindará un ecosistema óptimo para converger e interactuar. Así mismo, es de vital importancia poner sobre la mesa nuevos modelos logísticos que ya están dando resultados y que habrá que complementar y/o evolucionar para satisfacer necesidades básicas de la nueva integración: el Micro-Fulfillment (CMF).

### Detonantes del Microfulfillment



Micro-Fulfillment es una tendencia en la planeación logística que establece puntos logísticos estratégicos que complementan al Omnichannel y que permiten la preparación de pedidos en tiempos casi inmediatos. Incluso, dependiendo del grado de integraciones automatizadas, podemos obtener el surtido de órdenes en un máximo de cinco minutos. Aunado a que está encaminada en disminuir uno de los problemas más latentes en el mundo, la huella de carbono.

## ¿POR QUÉ EL MICRO-FULFILMENT ESTÁ REVOLUCIONANDO LA NUEVA PROMESA DE MARCA?

La necesidad por surtir órdenes de una manera muy flexible, rápida y eficiente cada vez es mayor, máxime presionados por los cambios de hábitos de los consumidores impulsados por el E-Commerce, lo que, en combinación con otros factores, ha dado pie a los CMF (Centro de Micro-Fulfillment), los cuales tienen como características principales:

- Acondicionados en espacios pequeños (típicamente 800 m2 en adelante)
- Modulares y fácilmente escalables tanto en área como en tecnología de automatización
- Una solución de MF puede ser implementada tanto en el Cedis como en áreas subutilizadas de la misma tienda física de retail o supermercado, en una Dark Store o en general en cualquier espacio que se pueda adaptar fácilmente para dicha actividad.
- La solución puede ser tan automatizada como la estrategia particular nos lo demande
- Está encaminado a lograr las promesas de venta de entrega en una hora, dejando las labores netas de surtido a cinco minutos



Esta tendencia del Micro-Fulfillment no es particularmente nueva en empresas europeas o norteamericanas; Amazon, el gigante del e-commerce, por ejemplo, ya utiliza centros de Micro-fulfillment debido a la practicidad y ahorro que les representan; otro sector que ha acogido con especial interés los CMF son los supermercados, pues apoyarse de esta nueva realidad tecnológica les permite cumplir con el procesamiento de pedidos de una manera muy dinámica, **además de crear lealtad de marca en los consumidores que por cierto cada vez ven con menor atractivo la realización de compras en piso de productos de consumo cotidiano, prefiriendo ir físicamente a la tienda solo para adquirir productos o servicios que les generan una experiencia.**

Sin duda, la implementación de CMF's y su instalación en zonas urbanas de alta densidad poblacional y demanda, reduce significativamente la distancia con el cliente, y, por ende, el costo de envío de última milla, que de acuerdo con Business Insider, puede ascender hasta al 53% del precio total del costo del envío, lo que pone en perspectiva la importancia de limitarlo.

Si te preguntas el por qué se encarece tanto este último proceso de entrega, simplemente porque intervienen diversos factores, ajenos en la mayoría de las veces a las marcas, por ejemplo: accidentes, altos niveles de tránsito, fallas mecánicas del transporte, poca accesibilidad de estacionamiento para el repartidor, etc. Para contrarrestar dicho problema, algunas marcas han desarrollado nuevos tipos de entrega para reducir la brecha de última milla, por lo que conceptos como el Crowdshipping; Click & Collect o Pickup; Trunk Delivery; Smart Lockers; Robots, entre otros, están siendo de mucha ayuda para mitigar dichas problemáticas inherentes a convivir en nuestros entornos actuales ciudadanos.

Como puedes ver, sólo la planeación y disciplina nos llevará a convertirnos en una Smart City, que abra oportunidades de convivencia, interacción y prosperidad justa y equilibrada para todas las generaciones e industrias. La competitividad a partir de ahora no sólo se medirá en términos monetarios, más que nunca requerimos una escucha y adaptación urbana, en donde los usuarios, sus necesidades, la tecnología y el ecosistema se sincronicen en armonía y en tiempo real.

El nuevo patrón de consumo está aquí, evoluciona a pasos agigantados y nos exige aliarnos para satisfacer necesidades, pero sobre todo para nuestra propia subsistencia. ¡Mantengámonos alerta, receptivos y flexibles!

Autor Karolina Pulido  
CEO  
G.I.Eicom  
karolinap@gieicom.com

Junio, 2020.

