



SINTEC CONSULTING

Sintec comparte con Deacero tendencias en la cadena de suministro 2021

En **Sintec Consulting**, somos mucho más que una firma de consultoría tradicional. Nos enorgullece ser el *trusted advisor* (consejero de confianza) de nuestros clientes, brindándoles valor mucho más allá de un proyecto puntual e invirtiéndonos en su éxito prolongado. Por tal motivo, celebramos el hecho de que el 11 de diciembre y por sexto año consecutivo, participamos como *keynote speaker* en la **Junta Anual de Planeación de Deacero**, en la Ciudad de Monterrey, con la temática **“Retos de las empresas B2B ante la omnicanalidad”**.

Frente a líderes de la Dirección de Logística y Abastecimiento de Deacero, empresa líder en el ramo siderúrgico con presencia en más de 20 países, **Horacio Gómez, Socio Responsable de la Oficina Monterrey de Sintec**, abordó un tema crucial no sólo para dicha empresa, sino para todas aquellas con la visión para capturar ganancias y fidelidad a través de la optimización de su canal online en miras de los retos que traerá consigo el 2021.

“Cada vez menos”, continuó Horacio, “se usa al representante de ventas como canal único de compras, y cada vez más se combina con los canales digitales.” En un año *sui géneris* como lo fue el 2020, la adopción del e-commerce se aceleró 2 años en México, y las empresas se transformaron digitalmente en 3 meses lo que hubiera llevado 3 años. En **Sintec**, sabemos que la clave será tomar en cuenta que una compra ya involucra más de un canal en sus diferentes etapas y que los clientes demandan que la experiencia sea consistente a través de ellos.

Productos industriales y el acero en México: Contexto y antecedentes

La industria del acero tendrá una **recuperación de 3.8%** a nivel global y de **9.2%** en economías en desarrollo.



La **adopción del e-commerce** se aceleró 2 años en México. **Empresas se transformaron digitalmente en 3 meses** lo que les hubiera llevado 3 años.

Efectos de COVID-19



30% de las compras de bienes industriales en México se realizarán en línea entre 2021 y 2023. El mayor crecimiento serán la industria automotriz, la construcción y la industria eléctrica.



La conveniencia de servicio y su **cultura customer-centric**, provoca que las empresas B2B optimicen sus capacidades comerciales y de cadena de suministro para continuar siendo relevantes.

Fuentes: Forbes, Adobe, The Future of Commerce



Acompañar y aconsejar a compañías tan importantes como **Deacero** en sesiones como la Junta Anual de Planeación de la Dirección de Cadena de Suministro, es razón de orgullo y testimonio del compromiso que llevamos a cada uno de los momentos de verdad que tenemos con nuestros clientes. Con los ojos puestos hacia el 2021, reiteramos nuestro compromiso por impulsar a una nueva generación de empresas a desafiar sus límites.

“Ya es una realidad; los compradores de las empresas, como cualquiera de nosotros, buscan un proceso de compra sencillo y fácil de navegar, donde encuentren toda la información relevante para tomar su decisión. Por lo tanto, es crucial para las empresas B2B poner atención en estas tendencias y generar canales de venta híbridos para ampliar sus posibilidades de venta y generar compra de forma más consistente”, explicó Horacio a los asistentes, recalcando también la importancia de mapear customer journeys que consideren todos los puntos de contacto con el cliente para asegurar una verdadera omnicanalidad.