

#Logística

Estafeta cumple 44 años de operaciones

POR ARANZA BUSTAMANTE

El pasado 8 de agosto, Estafeta, la empresa mexicana de mensajería y logística, cumplió 44 años de operaciones. Con más de 12 mil colaboradores y una gran presencia en México, Estados Unidos y más de 200 países, se ha posicionado como el integrador logístico líder en nuestro país, pues día a día trabaja para apoyar y conectar comercios de distintos tipos y tamaños.

“Estafeta, orgullosamente tiene las capacidades y la infraestructura para poder competir con cualquiera a nivel internacional. Queremos que nuestro público entienda que ya no somos una empresa de paquetería y mensajería, somos un operador logístico y como operador logístico proporcionamos soluciones para toda la cadena de valor”, señaló Griselda Hernández, chief marketing officer de Estafeta.

En entrevista con Martha Reyes para el noticiero de Índigo Industria, la directiva explicó que en los últimos años su portafolio de servicios se ha expandido. Este abarca diversas rutas, transportes y tamaños de carga: marítimo, ferroviario, aéreo, carga pesada, además de trámites de importación y exportación. Actualmente cuenta con 3 hubs, 128 centros de distribución, 12 estaciones aéreas, 5,000 vehículos y 33 almacenes estratégicos.

“Tenemos una alianza muy importante con United Parcel Service (UPS) en donde nos apoyamos ambas compañías, porque ellos nos ayudan en todo el tema internacional, y bueno, Estafeta tiene presencia en Estados Unidos y México. Realmente hacemos una combinación y una sinergia muy interesante”, expresó.

Responsabilidad Social

Actualmente Estafeta maneja sus operaciones bajo un Modelo de Responsabilidad Social que busca generar desarrollo sustentable en las esferas económica, social y ambiental. Uno de sus objetivos es satisfacer las necesidades actuales de negocio sin comprometer los recursos de las futuras generaciones.

“La sostenibilidad es el componente que nos permite actuar en consecuencia. Entendamos que la sostenibilidad nos hace responsables de 17 elementos u objetivos de desarrollo sostenible que están asociados a tres áreas: la parte sustentable que tiene que ver con todo el tema del medio ambiente, la parte social y de la comunidad, y la parte de gobierno corporativo”, explicó Hernández.

Si bien la empresa cuenta con su propia flota aérea y terrestre, la chief marketing officer aseguró que suelen llevar a cabo acciones que ayuden a reducir su impacto ambiental. Por ejemplo, buscan que sus vehículos tengan la mejor tecnología para mitigar su huella de carbono y trabajan de cerca con asociaciones para que sus clientes también contribuyan en este proceso.

“La responsabilidad no solamente es de nosotros como empresas de logística, sino de nosotros mismos preguntarnos ‘oye, a ver, esto que estoy pidiendo lo voy realmente ocupar para mañana o podría tomar la decisión de que en lugar de que sea para mañana sea en dos, tres, cinco días [...]’. Tenemos que plantearnos un poquito más de conciencia sobre esa inmediatez en la que vivimos como sociedad”, dijo.

De acuerdo con Hernández, también planean muy bien dónde ubicarán sus centros operativos y centros alternativos, el tipo de instalaciones tendrán y se aseguran de que sea un espacio donde se pueda mitigar la huella de agua, donde se tengan energías limpias y donde el impacto en la comunidad sea el mínimo.

En ese sentido, Estafeta cuenta con la estrategia de puntos de contacto con la cual busca ofrecer a sus clientes mayores opciones para mandar y recoger paquetes. Comercios como tiendas, ferreterías y papelerías se convierten en puntos de entrega que facilitan la experiencia, además, esto contribuye a reducir la huella de carbono, pues los paquetes llegan a un solo punto.

La seguridad es otro aspecto que cuidan mucho: “Nuestros conductores tienen que tener todo un entrenamiento profundo en el cual aseguramos el manejo de la defensiva y a todos los capacitamos a través de los cursos. Tenemos un simulador propio en Estafeta justamente para que nuestros conductores de vehículos de carga pesada simulen las circunstancias que viven en las carreteras”.

Un año de cambios

Este 2023 viene con todo para Estafeta. Tras el decreto emitido por el ejecutivo



federal con el que suspendieron todas las operaciones cargueras del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, la empresa de logística decidió dividir sus operaciones entre el Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán de Puebla y el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles. Ambos espacios comenzaron a operar de forma regular el 11 y el 14 de agosto, respectivamente.

“Este cambio a Puebla nos va a permitir generar una oferta de valor para el suroeste del país, entonces estamos muy contentos. Estafeta ha invertido durante los últimos dos años más de 4 mil millones de pesos para prepararnos para todo lo que conlleva la pandemia y lo que conlleva el e-commerce. Hoy en México somos socios de muchas compañías de las cuales estamos muy orgullosos de servir”, finalizó Griselda Hernández.

Innovación Tecnológica

Recientemente, Estafeta anunció la integración de sus servicios de rastreo y cotización en el asistente virtual Alexa. Esta iniciativa refleja el compromiso continuo de integrador logístico 100% mexicano, por ofrecer soluciones omnicanal, innovadoras y accesibles para sus clientes.

A partir de ahora, los usuarios podrán rastrear sus envíos y obtener cotizaciones utilizando simplemente su voz, al descargar la Skill de Estafeta en la aplicación de Amazon Alexa desde su usuario.

De ser una empresa de paquetería y mensajería, se transformó a un integrador logístico en más de 200 países



FOTO: ARANZA BUSTAMANTE

Para ver la entrevista completa escanea el código QR

