GUÍA DE MEJORES PRÁCTICAS

Impulsar la excelencia operativa en el almacén

Contenidos

Cómo superar los desafíos (antiguos y nuevos) 3

Optimización de la preparación de pedidos 4

Cantidad de inventario y precisión de ubicación 4

El crecimiento del comercio electrónico ha creado la necesidad de contar con centros de locales 4

La seguridad y la salud de los empleados están acelerando la adopción de la automatización 5

Escasez permanente de mano de obra 5

Procesos de segmentación de clientes y de facturación 3PL 5

Logística inversa optimizada para la gestión de devoluciones y retiradas de productos 6

Cómo mejorar la cultura del lugar de trabajo 6

Apartarse de los modelos de negocio y procesos tradicionales 7

Aprovechar la automatización para obtener una mayor productividad 8

Obtener información accionable con la analítica avanzada para mejoras operativas 9

Reconocer las limitaciones y necesidades tecnológicas 9

Implementar cambios y mejores prácticas 10

Es fácil para las organizaciones dar por sentadas sus operaciones de almacén, a menudo pasando por alto la importancia funcional de los almacenes y su impacto directo en la satisfacción y lealtad de los clientes. De hecho, muchas organizaciones ven las operaciones de almacén simplemente como centros de coste debido a los requisitos de mano de obra, la gestión de equipos y capital circulante. Las operaciones de almacén suelen estar aisladas de otras funciones de la cadena de suministro, como la planificación de la demanda, la planificación de ventas y operaciones (S&OP) y el aprovisionamiento, debido a la distancia física que normalmente separa los almacenes de las oficinas de recepción, así como que las operaciones de almacén se ejecutan normalmente varias semanas o incluso meses después de la planificación.

Los modelos de negocio cambiantes (a través del comercio electrónico, omnicanalidad, recogida en tienda, impresión 3D, etc.) están ejerciendo una mayor presión sobre los almacenes y centros de distribución a operar de manera más eficiente. Para hacer frente a estos nuevos desafíos y responder de forma eficaz, las organizaciones deben lograr visibilidad en toda la red de distribución; y una verdadera visibilidad de la cadena de suministro de extremo a extremo, incluye una visión clara de las operaciones de almacén.

Lograr esto puede capacitar a una organización para introducir o perfeccionar las mejores prácticas de almacén que están diseñadas para aumentar la eficiencia, impulsar la productividad, garantizar un cumplimiento perfecto de los pedidos y promover la excelencia operativa a lo largo de todo el camino hacia la última milla.

Cómo superar los desafíos (antiguos y nuevos)

Los almacenes y centros de distribución pueden enfrentarse a retos que lo afectan todo a nivel general, desde la gestión del inventario hasta la estrategia operativa, pasando por la gestión de empleados y mucho más. Algunos de estos retos son el resultado de tecnologías que ejercen nuevas presiones sobre organizaciones que aún no están bien preparadas para afrontarlos. Algunas de estas presiones son el resultado directo de cómo las autoridades, las personas y las empresas se vieron obligadas a adaptarse a la pandemia mundial de 2020. Sin embargo, con cada reto también surgen nuevas oportunidades. A continuación, presentamos algunos de los principales retos a los que se enfrentan hoy en día las organizaciones y cómo pueden convertirlos en oportunidades.

Optimización de la preparación de pedidos

Muchas organizaciones carecen del nivel necesario de datos maestros sobre artículos para una cartonización óptima y una disposición ideal de las instalaciones. Sin la asignación adecuada de artículos y ubicaciones (basada en conceptos como la estacionalidad, actividades promocionales y proyecciones de ventas), una ubicación del inventario deficiente en el almacén a menudo comporta mayores costes y menor productividad. Sin embargo, gran parte de esa pérdida de tiempo y esfuerzo puede recuperarse cuando las organizaciones implementan una gestión más inteligente para saber dónde se encuentra el inventario en un almacén o centro de distribución mejorando sus procesos de asignación. Además, la asignación mejorada puede incluso habilitar una estratégica selección de procesos picking optimizados, como pick to pass, picking por lotes, pick to light, a través de voz, clasificación y mucho más para aumentar el volumen y el rendimiento.

Cantidad de inventario y precisión de ubicación

La visibilidad de la cantidad de inventario y la precisión de ubicación dentro del almacén siguen siendo una carencia para muchas organizaciones. Esto puede deberse a una gran dependencia de los procesos manuales de gestión del inventario, como hojas de cálculo, hojas de picking, ausencia de recuento de ciclos, restricciones de capacidad o falta de monitorización digital. Sin visibilidad de la cantidad de inventario, las organizaciones pueden verse afectadas por tasas de cumplimiento decrecientes, agotamiento de existencias, pedidos atrasados, niveles de servicio reducidos, una disminución de la fidelidad del cliente y pérdidas de ventas.

El crecimiento del comercio electrónico ha creado la necesidad de contar con centros de cumplimiento locales

Durante algún tiempo, las organizaciones han tenido que hacer ajustes continuos en las operaciones de sus almacenes para hacer frente a los retos cambiantes del comercio electrónico global. El aumento sin precedentes en la actividad del comercio electrónico, provocado por las disrupciones a gran escala de la pandemia global de 2020, no ha hecho más que acelerar la necesidad de las organizaciones para realizar ajustes casi instantáneos en las operaciones, aumentar la escalabilidad a lo largo de sus instalaciones y estar mejor dispuestas a introducir nuevos modelos de negocio.

A medida que muchas organizaciones intensifican sus esfuerzos por entregar pedidos de todos los tamaños más rápido que nunca, el aumento de las carteras de productos y la proliferación de SKU están creando la necesidad de más capacidad y modelos de cumplimiento. Contar con capacidades de comercio electrónico y omnicanal con envíos en dos días o el mismo día a través de una red de disrupción se ha convertido en estándar, ya que tanto los clientes B2C como B2B esperan el "modelo de Amazon". Dado que la huella minorista sigue disminuyendo debido a que los clientes optan por la compra en línea, las organizaciones necesitan contar con operaciones determinadas para el comercio electrónico y la entrega directa al consumidor.

Para satisfacer estas necesidades y mantenerse al día con la velocidad del negocio digital, las organizaciones están expandiendo sus almacenes a centros de cumplimiento más pequeños y localizados en espacios utilizados anteriormente como escaparates. Esto les permite ofrecer recogida a pie de tienda, entrega el mismo día y mucho más. A medida que más clientes esperen este nivel de servicio, cada vez habrá más organizaciones que implementen este modelo.

La seguridad y la salud de los empleados están acelerando la adopción de la automatización

Las normativas de distanciamiento social y de equipos de protección personal resultantes de la pandemia global de 2020, han alterado el funcionamiento de los almacenes. Los nuevos desafíos y limitaciones en la forma en que los trabajadores realizan su trabajo podrían **acelerar la implementación de la robótica y la automatización** en las operaciones de almacén. Por ejemplo, la cadena de ropa estadounidense Gap **aceleró el despliegue de robots de almacén para la reunión de pedidos en línea** con el fin de reducir la interacción humana necesaria dentro de sus centros de cumplimiento. Aunque la adopción de la robótica y la automatización no son conceptos nuevos, las medidas de seguridad inmediatas adoptadas en almacenes de todo el mundo como resultado de la pandemia global de 2020 podrían convertirse en permanentes en muchos casos, lo que daría como resultado unos niveles más altos de despliegue robótico mucho antes de lo previsto inicialmente.

Escasez permanente de mano de obra

Incluso antes de las disrupciones provocadas por la pandemia global de 2020, el **sector logístico sufría una importante escasez de mano de obra**. La pandemia agravó aún más la situación de dos maneras clave: por un lado, se necesitaban más trabajadores para satisfacer el repunte significativo en la cantidad de mercancía que se enviaba (especialmente en la venta minorista de comestibles y el comercio electrónico); por el otro, muchas organizaciones tuvieron dificultades para satisfacer la demanda porque muchos trabajadores no acudían a sus puestos de trabajo por miedo a enfermar. Muchas organizaciones respondieron **aumentando la plantilla** para satisfacer la creciente demanda y garantizar que hubiera suficientes empleados disponibles si algunos trabajadores requerían ausencias prolongadas. Para que los almacenes siguieran funcionando en esta "nueva normalidad", muchas organizaciones implementaron estrategias avanzadas de programación, comprobaciones del estado de salud de los empleados y programas de higienización rutinarios para garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad.

Procesos de segmentación de clientes y de facturación 3PL

Los servicios especializados y personalizados son expectativas de los clientes cada vez más frecuentes. Proporcionar estos servicios, y hacerlo de manera rentable, requiere segmentar las operaciones y evaluar los modelos de coste de servicio. Con más organizaciones que buscan externalizar las operaciones de cumplimiento a proveedores de servicios de logística externa (3PL), muchos de los cuales atienden a numerosos clientes en una variedad de sectores, es de vital importancia saber cuánto cobrar por servicios específicos. Sin embargo, muchas organizaciones aún no han adoptado una estrategia de coste de servicio real y siguen aplicando "precios abiertos", a pesar de satisfacer las necesidades matizadas de los clientes. Esto suele ocasionar mayores costes de cumplimiento y menores ingresos debido a la pérdida de oportunidades.

Logística inversa optimizada para gestionar devoluciones y retiradas de productos

El aumento de los pedidos omnicanal también ha comportado un aumento de las devoluciones de los clientes. Por ejemplo, un consumidor puede realizar un pedido en línea de la misma camisa en tres tallas diferentes, con la intención de devolver al menos dos de los artículos recibidos. Lo más probable es que los costes de mano de obra y envío asociados al pedido superen los ingresos asociados a dicho pedido. Para las devoluciones (y las retiradas de productos también), es importante disponer de una estrategia de logística inversa optimizada para poder garantizar que los artículos se marquen correctamente para su reventa, reparación o reciclaje y ayudar así a maximizar el ciclo de vida y la rentabilidad de un producto.

Mejorar la cultura del lugar de trabajo

Antes de la pandemia global de 2020, el comercio electrónico estaba experimentando un crecimiento de doble dígito. Una vez que entraron en vigor las cuarentenas de 2020 y otras prácticas, el **comercio electrónico creció un 77 %**, según Forbes. Para llegar a este resultado en una situación normal, habrían sido necesarios entre cuatro y seis años. Algunas marcas minoristas tradicionales se han reinventado como almacenes de comercio electrónico. Por ejemplo, con un aumento del 85 % en ventas online, Bed Bath & Beyond **convirtió el 25 % de sus tiendas en centros de cumplimiento regionales** en abril de 2020.

Esto conlleva una transición drástica de la mano de obra, ya que los empleados del sector minorista son absorbidos por los sectores de logística, distribución y almacenamiento. Mientras que **Bed Bath & Beyond reabrió 600 tiendas y recuperó aproximadamente 11 000 empleados suspendidos** en junio de 2020, muchos de estos empleados tendrían roles claramente diferentes que requieren nuevas habilidades. Las organizaciones que busquen atraer y retener a nuevos trabajadores tendrán que adaptar sus métodos de contratación, incorporación y formación para proporcionar, tanto a los trabajadores nuevos como a los ya existentes, herramientas que les ayuden a garantizar su éxito.

Para muchas organizaciones, esto significa adoptar una cultura empresarial que reconozca habilidades y talentos individualizados, asignando los trabajadores a aquellos roles en los que más pueden contribuir. Muchas empresas utilizan soluciones de software con base científica para comprender mejor su cantera de talentos. Al comprender las características únicas, la personalidad y la adaptabilidad de cada empleado, las organizaciones pueden tomar decisiones inteligentes sobre cómo incentivar, desarrollar y desplegar el potencial de sus empleados. Las ventajas pueden incluir una reducción de los costes, una mejora de la eficiencia y una mayor satisfacción del personal, lo que contribuye a aumentar las tasas de retención.

Otro mecanismo de retención de la plantilla utilizado por los almacenes y centros de distribución es la implementación de una política de comunicación abierta. Esta plataforma de diálogo puede proporcionar a los empleados y a las operaciones de almacén la oportunidad de una mejora continua.

Al crear un entorno que fomente el crecimiento y la mejora de los procesos, es más probable que los empleados identifiquen problemas potenciales, como procesos arcaicos que generen mayores costes y una menor productividad. Cuando los trabajadores se sienten cómodos y seguros haciendo sugerencias sobre los cambios en los procesos, aumenta el compromiso y la satisfacción del empleado.

Incluso con esto, el ajetreado entorno de los almacenes, combinado con la especificidad de las funciones y responsabilidades de los trabajadores, puede hacer que los empleados de los almacenes sientan una carencia en su desarrollo profesional y que tienen pocas oportunidades de progresar. La mejor manera para que las organizaciones aborden esta problemática es ofrecer a los trabajadores opciones de desarrollo profesional y otras oportunidades de promoción. Esto no solo puede ayudar a reducir la rotación, sino que también puede atraer a trabajadores de otras empresas que no ofrecen oportunidades de formación intensiva.

Cuando los empleados aprenden muchas habilidades nuevas, pueden presentar sugerencias de mejora para una tarea o proceso fuera de su ámbito de responsabilidades diarias. Además, el conocimiento de otros puestos y requisitos permite a los trabajadores comprender mejor las necesidades generales del almacén, lo que les permite trabajar de maneras más inteligentes y menos intensas. Las organizaciones deben recordar que impulsar la excelencia operativa y mejorar la productividad comienza con las personas.

Otra área que las organizaciones pueden abordar para conseguir aumentar la retención de empleados es mejorar la seguridad y la protección de los empleados. Mantener la seguridad en el almacén ha sido una prioridad máxima para muchas organizaciones durante décadas. Pero igual que los almacenes evolucionan con el tiempo, la seguridad y la protección también deben hacerlo. Si las organizaciones desean mantener a sus empleados sanos y seguros, es necesario realizar revisiones regulares de las políticas y procedimientos de seguridad. La formación y las actualizaciones periódicas sobre seguridad ayudan a garantizar que los trabajadores sigan los pasos necesarios para proteger los equipos y protegerse a ellos mismos. Tener procesos para monitorizar tanto del cumplimiento de seguridad como la salud de los empleados permite a los directores actuar proactivamente en caso de lesión o enfermedad.

Apartarse de los negocios y modelos de procesamiento de pedidos tradicionales

La pandemia global de 2020 obligó a muchas organizaciones a acelerar sus modelos de negocio B2C, el cumplimiento omnicanal y el comercio electrónico. Muchos de estos cambios se produjeron de maneras que las organizaciones nunca podían haber imaginado, lo que hizo que, a escala mundial, se vieran obligadas a implementar procesos y sistemas de gestión para mantener los turnos de trabajo en funcionamiento y satisfacer la demanda de los consumidores.

En junio de 2020, solo unos tres meses después de la respuesta global a la pandemia, Deloitte informó:

> *A medida que las economías de todo el mundo pasan de la fase de "respuesta" a la fase de "recuperación" de la crisis pandémica, las empresas han entrado en un nuevo período de innovación. La COVID-19 ha puesto al descubierto las vulnerabilidades de muchas organizaciones y ha acelerado las tendencias que podrían conducir a mejoras significativas en la productividad, el rendimiento y la resiliencia, lo que les permitirá prosperar en la "nueva normalidad". Nunca antes habíamos visto una transformación operativa tan masiva en un período de tiempo tan breve como éste.*

Los fabricantes, distribuidores y minoristas tuvieron que adaptarse rápidamente a los nuevos modelos de cumplimiento para asegurarse de que así podrían seguir satisfaciendo la demanda y las expectativas de los clientes. Tuvieron que reevaluar sus capacidades de cumplimiento, la red de distribución existente, los ajustes de capacidad previstos, los requisitos de mano de obra, las necesidades de los equipos y mucho más.

Incluso antes de la pandemia global de 2020, muchas organizaciones ya buscaban formas de satisfacer el creciente número de pedidos de comercio electrónico. Las organizaciones que deseen aumentar las capacidades directas al consumidor posiblemente tendrán que plantearse algunas preguntas difíciles. Por ejemplo, ¿debería una organización aumentar su red de almacenes o sería más conveniente reducir la red, ya que se realizan más envíos salientes individuales en lugar de palets llenos? Y a medida que más fabricantes adopten modelos directos al consumidor, es probable que necesiten más espacio de almacenamiento y gestionen operaciones más complejas de forma eficiente y productiva.

Con la innovación en la tecnología de fabricación evolucionando rápidamente, es posible que algunos aspectos de la fabricación se produzcan dentro de los almacenes, en lugar de en la planta de producción tradicional. Por ejemplo, a medida que las capacidades de impresión 3D continúan avanzando, la capacidad de llevar a cabo tareas de industria ligera y montaje menor dentro de las cuatro paredes del almacén permitirá eventualmente a las organizaciones reducir el inventario disponible para determinados productos y mantener, al mismo tiempo, las capacidades de cumplimiento normales. La oportunidad de acercar parte de la fabricación al consumidor final es algo que muchas organizaciones deberían tener en cuenta.

Aprovechar la automatización para obtener una mayor productividad

Una encuesta conjunta de ARC Advisory/DC Velocity Magazine sobre las tendencias de prácticas, prioridades y expectativas de los ejecutivos de almacenes, reveló que sus **encuestados identificaron los sistemas de gestión de almacenes (WMS) como su máxima prioridad para la inversión tecnológica**. De hecho, la mayoría de los participantes en la encuesta observó que su propuesta de valor para la automatización de almacenes se esperaba que aumentase en los próximos tres años. Los resultados de la encuesta indican que los cambios operativos, como los costes y la escasez de la mano de obra y el aumento de los requisitos de rendimiento, están llevando a la organización a la automatización.

En cuanto a las tecnologías que los encuestados afirmaron que probablemente adoptarían, en los próximos tres años se espera que más del 60 % invierta en transportadores y sistemas de clasificación. Después de esas dos tecnologías, los encuestados identificaron los sistemas de lanzadera como una tecnología que esperan adoptar.

Un sistema de lanzadera puede ayudar a los almacenes a mejorar el rendimiento, la escalabilidad y la densidad del almacén. Un número significativo de encuestados también afirmó que espera adoptar un sistema automatizado de almacenamiento y recuperación (AS/RS) y vehículos de guiado automático (AGV) tradicionales, lo que indica que estas tecnologías siguen satisfaciendo las necesidades de los almacenes actuales.

Los encuestados también indicaron que el uso de otras tecnologías emergentes, como la preparación robótica de cajas, la robótica móvil autónoma y los palés mixtos, también tienen el potencial de crecer a un ritmo rápido. Aunque esta encuesta y otras similares (como **este informe de Gartner**) se llevaron a cabo antes del impacto de la pandemia global de 2020, los encuestados y las principales empresas de consultoría informaron de que el interés en la automatización (especialmente en los robots móviles autónomos) es más fuerte que nunca para muchas organizaciones. Todo esto significa que la automatización del almacén seguirá perfilándose como una solución valiosa. Además, la integración entre la automatización y las herramientas de gestión de almacenes será un componente esencial, ya que cada vez más organizaciones buscan adoptar permanentemente nuevos modelos de cumplimiento, como el envío directo, la recogida en tienda y la recogida en la acera.

Gartner informa de que el 67 % de los clientes encuestados durante su proceso de Cuadrante Mágico de WMS de Gartner respondió que "**actualmente utiliza la automatización (41 %) o se planea hacerlo en los próximos dos o tres años (26 %)**". Sin embargo, según Gartner, muchas organizaciones aún tienen que desarrollar, documentar o comunicar su estrategia de automatización a las personas responsables de implementarla o trabajar junto a ella. Este no es un enfoque ideal, ya que algunos sistemas automatizados requieren un proceso de implementación bastante largo y una integración estricta. Obtener un comienzo temprano y alinear estratégicamente los recursos operativos con la fuerza laboral facilita la ejecución de los procesos y actividades que mantienen a una organización competitiva y productiva.

Obtener información accionable a través de analítica avanzada para mejoras operativas

A medida que aumenta la complejidad de las operaciones de almacén, la necesidad de análisis exhaustivos para dar sentido a toda esa información se está volviendo cada vez más imperiosa. Por ejemplo, sin acceso a una analítica útil, muchos directores de almacén y de instalaciones carecen de la información necesaria para mejorar los envíos entrantes y salientes, los volúmenes de inventario y la reposición, la productividad de la plantilla y el rendimiento de la actividad o, incluso, la facturación 3PL (como el detalle de la factura o la rentabilidad por parte del cliente).

Aunque la mayoría de los almacenes tienen acceso a muchos datos, a menudo, no son fiables, no tienen la calidad suficiente o no son fáciles de extraer o transferir a otras aplicaciones para permitir la obtención de información o generar informes significativos. Cuando un almacén cuenta con estas capacidades, los gestores del almacén pueden medir los KPI críticos a nivel de instalación (así como a nivel empresarial) y utilizar la información obtenida para realizar ajustes en las áreas que más necesitan mejorar.

Avanzando un paso más, cuando las organizaciones son capaces de combinar y aprovechar fácilmente los datos de múltiples sistemas, el análisis de estos datos combinados se pueden aplicar para lograr eficiencias operativas adicionales. Por ejemplo, tener la capacidad de incorporar perspectivas del sistema de gestión de transporte de una organización, el sistema de gestión de pedidos y el sistema de planificación de recursos, permite a los directores de almacenes y de instalaciones medir los cambios de volumen o rendimiento y programar al personal necesario en consecuencia. Esto puede ser crucial a la hora de considerar la estacionalidad, las promociones, las presentaciones de nuevos productos y mucho más.

Tener la capacidad de incorporar de manera efectiva la analítica en las operaciones de almacén proporciona una mayor visibilidad de lo que está funcionando y de lo que no, y proporciona a los directores del almacén y a los administradores de las instalaciones la información que necesitan para resolver los retos diarios asociados con la mano de obra y/o la disposición del inventario. Además, un sistema analítico moderno también puede agilizar significativamente la creación de informes, sustituyendo los procesos manuales y lentos que, de otro modo, se gestionarían a menudo a través de hojas de cálculo y el correo electrónico.

Reconocer las limitaciones y necesidades tecnológicas

Según informa **UC Berkeley Labor Center**, "utilizar un WMS es un elemento fundamental para la adopción de muchas otras tecnologías y, sin embargo, se estima que al menos un tercio de los almacenes en Estados Unidos no utiliza un sistema de estas características". En esencia, un WMS es un sistema de ejecución que recibe instrucciones de otros sistemas. Estos otros sistemas informan al WMS de qué artículos elegir, dónde enviarlos, dónde colocar los artículos entrantes, etc. El WMS ejecuta las acciones e informa a los sistemas originales para marcar las tareas como completadas.

A medida que una organización se vuelve más compleja con el paso del tiempo, su WMS puede conectarse a un sistema de gestión del transporte para combinar mejor los pedidos y reducir costes. O un WMS puede conectarse a una plataforma de mercado de comercio electrónico que genera instrucciones de cumplimiento para un artículo o grupo de artículos.

Incluso los nuevos avances en robótica de almacén y uso de drones en el recuento de ciclos pueden aprovecharse para aumentar la eficiencia. Sin embargo, para aprovechar el poder obtenido al conectar estos sistemas y tecnologías con un WMS, el WMS debe ser capaz de ampliar las instrucciones e informar a estas herramientas. Puesto que cada vez más sistemas requieren una conexión con el WMS de una organización, la necesidad de una integración abierta es crucial para garantizar que el WMS pueda recibir y ejecutar todas las tareas.

Lamentablemente, muchas organizaciones utilizan sistemas de gestión de almacenes basados en pilas tecnológicas más antiguas que no son capaces de conectarse a otros sistemas. En muchos casos, los sistemas se han quedado obsoletos en términos del hardware y la base de datos sobre la que se construyeron. A menudo, estos sistemas más antiguos ya no son compatibles o los desarrolladores han programado la finalización del soporte en breve. A veces, la empresa que desarrolló o vendió el software ya no existe. Estas limitaciones y la posible falta de apoyo externo significativo pueden poner a las organizaciones en una posición precaria. Por ejemplo, recuperarse de un WMS obsoleto fallido puede ser un proceso largo que implica aprovechar conocimientos difíciles de encontrar, enigmáticos y costosos.

También puede resultar difícil adaptarse un WMS a medida que surgen nuevas necesidades, como la preparación de pedidos a través de voz y la conectividad con tabletas y otros dispositivos móviles.

Un WMS más antiguo podría significar que un almacén no es capaz de aprovechar las ventajas de la preparación de pedidos de manos libres para mejorar la productividad de la plantilla. Además, una interfaz de usuario antigua y complicada puede servir como elemento disuasorio para la contratación y retención de miembros de la plantilla actual.

Otro problema es que muchos de estos sistemas más antiguos suelen carecer de la escalabilidad necesaria para los artículos y promociones de temporada, los aumentos y disminuciones en el volumen y la expansión a nuevas instalaciones. Como resultado, las organizaciones a menudo lidian con los retos de la capacidad del almacén, la gestión inadecuada de la mano de obra o los bajos niveles de servicio, lo que se traduce en mayores costes y oportunidades perdidas.

Implementar cambios y mejores prácticas

Establecer la excelencia operativa tanto dentro del almacén como en la red de distribución comienza por identificar qué áreas de los procesos de gestión de almacenes necesitan mejorar. A partir de ahí, implica crear una estrategia para implementar los cambios y las mejores prácticas con el objetivo de lograr una preparación perfecta de los pedidos, aumentar los niveles de servicio, mejorar las capacidades omnicanal y crear una sólida cultura en el lugar de trabajo en la que los empleados estén preparados para el éxito. Aunque el cambio no se produce de la noche a la mañana, la necesidad de adoptar nuevos modelos para las operaciones de almacén nunca había sido tan imperiosa como ahora, a medida que el mundo continúa redefiniendo la “nueva normalidad” y respondiendo en consecuencia.

MÁS INFORMACIÓN

Síganos:

Gold Channel Partner

Copyright© 2024 Infor. Todos los derechos reservados. La palabra y el diseño establecidos aquí son marcas y/o marcas registradas de Infor y/o de sus afiliados o subsidiarias. El resto de las marcas listadas aquí son propiedad de sus respectivos dueños. www.infor.com.

Infor en España, Paseo de Gràcia, 56, planta 4ª, 08007 Barcelona, www.infor.es

INF-3010034-es-ES-0324-1

soluciones@grupo-novatech.com

www.grupo-novatech.com

Av. Brasil N39-91 y Av. América. Edf. IACA, 4to. Piso. Quito - Ecuador. Telf.: +593 2 2447802