

Los nuevos retos en ecommerce y gestión de almacenes

POR **FERNANDO MARTÍNEZ**
 Director de Consultoría en Seidor

El incremento del ecommerce es una realidad incontestable en el mundo actual. Las cifras no dejan de subir año tras año en la gran mayoría de sectores económicos. La pandemia, además, ha hiperacelerado esta transformación organizacional, las experiencias con las empresas son cada vez más digitales.

En este nuevo paradigma, el **Efecto Amazon** nos ha convertido a todos en clientes más exigentes. Queremos las entregas más rápidas y eficientes. Nos hemos acostumbrados a exigir calidad y rapidez, obligando a las organizaciones a multiplicar su eficiencia.

Durante la pandemia, muchas personas han tenido que aprender a comprar online y se han visto obligadas a comprar online por pura necesidad. El incremento de las comunidades digitales ha provocado que las empresas estén sometidas a un mayor estrés en el canal de logística y tengamos que avanzar en la calidad de su digitalización.

EL EFECTO VUCA EN LAS EMPRESAS CONTEMPORÁNEAS

Los especialistas coinciden en que vivimos en un entorno VUCA que define bien el momento de transformación que viven las empresas. VUCA es el acrónimo de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad. ¿Qué significa esto? Lo describimos a continuación.



- ▶ **Volatilidad.** Las organizaciones verán como las respuestas a sus retos tendrán que contar con la variable de transformación constante. Un ejemplo, el Iphone 4 hace cinco años era un móvil normal, a la vanguardia tecnológica, y ya hoy en día es casi una pieza de museo. Los tiempos se aceleran, transformando muy rápido la realidad de los sectores económicos. Los ciclos de cambio dentro de las empresas también se aceleran, las empresas entrenarán su capacidad adaptativa y sus soluciones serán cambiantes.
- ▶ **Incertidumbre.** ¿Quién iba a pensar hace tan solo un par de años que viviéramos un momento como el que estamos viviendo, en el que convivimos con una pandemia que ha transformado las relaciones humanas y organizacionales? A las empresas les ha cambiado la relación con los usuarios, y a los usuarios le ha cambiado sus experiencias. No sabemos cuándo nuevos condicionantes alterarán nuestra realidad. En el futuro, las empresas tendrán que aprender a adaptarse muy rápidamente para hacer frente a la incertidumbre.
- ▶ **Complejidad.** Pese a los cambios notorios, todavía queda un gran camino para que la Inteligencia Artificial sea más inteligente y menos artificial. La inteligencia artificial y el Machine learning nos va a cambiar la vida, ¿pero tan rápido como dicen? Aunque vamos camino de conseguirlo, aún falta mucho recorrido.
- ▶ **Ambigüedad.** Vivimos una situación de baja predictibilidad, donde iguales condiciones provocan consecuencias diversas. El caso de la farmacéutica Grifols tras la crisis de la Covid-19 es sintomático: después de la pandemia, y pese a estar presente en el sector sanitario en plena convulsión, se desplomó en bolsa porque los desplazamientos para donar sangre no sucedían y, por tanto, no había materia prima, esto afectó a su negocio. Este caso refleja la tremenda ambigüedad de los tiempos que corren.

EL CLIENTE ES EL REY

La exigencia de estos tiempos por parte del cliente se ha multiplicado y es factor condicionante para las empresas. En materia de gestión de almacenes, los clientes ya no quieren tener stocks, quiere que el proveedor le haga entregas el día de antes o el mismo día, hace pedidos pequeños, no tiene paciencia y se van rápidamente a la competencia, y hay cada vez menos tolerancia a los errores en las entregas.

Las empresas han pues de dotarse de herramientas tecnológicas que puedan acercarlas a ese estado idílico de respuesta a los clientes, en el que se da respuesta pronto y minimiza errores, minimizando la logística inversa, tan costosa para las empresas. En este complejo contexto, ¿cuál es la solución para servir a los clientes





¿Cuál es la solución para servir a los clientes con la máxima calidad con unos costes que podamos permitirnos?

con la máxima calidad con unos costes que podamos permitirnos?

¿OUTSOURCING O APUESTA POR LA TECNOLOGÍA?

Realizar un outsourcing de la logística. Existen buenas empresas que pueden dar un buen servicio a un precio

aceptable. Pero ojo, el problema es que en muchos contratos de outsourcing hay cláusulas no evidentes que hacen que el precio final suba bastante, y esta acción no nos exime de verificar la calidad de las entregas. Si tengo externalizado el servicio, pierdo flexibilidad. El outsourcing es una solución que tiene muchas complejidades y que no siempre nos proporciona la respuesta que estamos buscando.

La otra solución es confiar en la tecnología para que esta nos ayude a servir a los clientes de una manera rápida, eficaz y a unos costes asumibles. Pero ¿de qué hablamos cuando hablamos de tecnología en el mundo de la logística? Pues de **un abanico amplio de soluciones que permite optimizar la actividad empresarial.**

- ▶ Instalar soluciones de radio frecuencia y RFID.
- ▶ Sistemas de pick to light y put to light.
- ▶ Sistema de picking por voz, donde existen numerosas implementaciones y además es muy útil para ciertos sectores, como el sector del congelado.
- ▶ Sistemas de rotativos horizontales y verticales, sobre todo para piezas pequeñas (como, por ejemplo, para negocios de perfumería).
- ▶ Paletizadores y despaletizadores automáticos.
- ▶ Sistemas AGV, que han pasado de ser sistemas cada vez más autónomos y permitir muchas nuevas opciones.

Estos sistemas se han universalizado, pero cada día, en un mundo cambiante, surgen nuevas ideas e iniciativas que cambian la realidad de los negocios volviéndolos más competitivos.

Así, podemos hablar de tendencias relativamente nuevas en la industria: **las soluciones basadas únicamente en software.** La primera de ella se llama slotting (en castellano, podría interpretarse como reorganización), que intenta, mediante herramientas de Machine Learning, optimizar dónde están distribuidos los productos de nuestro almacén para realizar la preparación de la manera más rápida posible.

Otra tendencia es el surgimiento de **los asistentes virtuales, que dan servicio a nuestros clientes con herramientas automatizadas de manera virtual**, de manera que nos permiten reducir costes. Un ejemplo es el de un cliente o un proveedor quiere saber si hay stock de una referencia o reimprimir un albarán. Gracias al sistema de BOT puede ver satisfecha su consulta. En SAP el BOTs se llama SAP CAI (Conversational Artificial Intelligence).

Estos sistemas pueden trabajar conjuntamente gracias a la **tecnología basada en el Machine Learning o la Inteligencia artificial.** Por ejemplo, podemos conseguir que, ante una rotura o falta de stock, nuestra empresa ofrezca alternativas de compra para el usuario según su historial de compras (como experimentamos, salvando las distancias, en Netflix con las películas que creen que nos van a gustar).

Otro ejemplo más terrenal, podría ser el de un proveedor que se conecta a la web de la compañía pidiendo al sistema información sobre cuándo va a cobrar su factura. En este caso, el sistema le suministra toda la información no solo in situ, sino también se la puede mandar al correo electrónico para su posterior análisis. Las empresas ganan transparencia, agilidad y fideliza al usuario.

La tecnología puede ofrecernos inventarios adaptativos, en función del historial de servicio de los diferentes artículos, haciendo que algunos artículos se cuenten más o menos veces al año. Incluso en estos complicados momentos de crisis sanitaria, la tecnología ha ofrecido un plus adaptativo a las organizaciones, velando por la seguridad y las buenas praxis, permitiendo continuar con la actividad empresarial. Un ejemplo sería las soluciones que han surgido en los almacenes para evitar que los operarios se crucen en los pasillos o trabajen en el mismo espacio demasiado tiempo.

Como se puede comprobar, vivimos en un mundo exigente y que cambia rápidamente y la tecnología permiten a las empresas adaptarse y ganar competitividad. Es nuestra tarea saber interpretar los tiempos que corren y convertir los desafíos en generar nuevas oportunidades de negocio gracias al apoyo tecnológico. ■

En estos complicados momentos de crisis sanitaria, la tecnología ha ofrecido un plus adaptativo a las organizaciones, velando por la seguridad y las buenas praxis permitiendo continuar con la actividad empresarial