

Robotización y automatización, claves para la cadena de suministro

Debido a la crisis producida por la pandemia, el comercio electrónico y los centros de distribución han sido las únicas vías de suministro para las personas. En ese sentido, las empresas se enfrentan a la exigencia de entregas rápidas y la reducción de los costos para el cliente.

Las demandas de los consumidores crecen de forma sostenida. Y para que no se transforme en un problema logístico, es fundamental contar con soluciones tecnológicas que den eficiencia y solución, por ejemplo, la escasez de mano de obra.

“Los hábitos de compra cambiaron. Las empresas, acostumbradas a un mecanismo B2B, ahora pasaron a B2C. En ese sentido, la robótica y la automatización están permitiendo consolidar inventarios al dedo y en línea, con bodegas inteligentes que mejoran los tiempos de recepción y despacho. De esta forma, la experiencia y satisfacción del cliente final es mejor”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.

Soluciones innovadoras para el almacén

Debido al impacto del Covid-19 en una menor dotación de personal, tecnologías como Click and Collect, Voice Picking y robots colaborativos están permitiendo una gestión de activos más sincronizada y automática, permitiendo, por ejemplo, facilitando el pronóstico de demanda con inteligencia artificial.

“En los almacenes siempre habrá personal en los pasillos, pero con la tecnología y su uso adecuado, se eficienta su labor. Con la incorporación de plataformas y sistemas de optimización, los centros de distribución están conectados con la demanda, permitiendo una óptima rotación de inventario y despacho automáticos. De esta forma, se consolida una experiencia más satisfactoria al cliente”, comenta Navarrete.

Hoy, la mayoría de los robots de un almacén requieren la participación humana a través de una interfaz de pantalla. Sin embargo, en los últimos meses ha tomado fuerza la interacción por voz. “Esta tecnología aborda los problemas de escasez de mano de obra, consolidando una fuerza laboral más compacta y leal, manteniendo la cadena de suministro en movimiento en un periodo corto”, señala Navarrete.

Hoy en día, las empresas logísticas deben atreverse a invertir sin pensar en un retorno en el corto plazo. Las tecnologías permiten posicionarse mejor en un mercado cada vez más competitivo y exigente, con mayor visibilidad del inventario y un análisis más predictivo de la demanda. Hay que pensar en cómo ganar la confianza del cliente, cómo ofrecer mejores experiencias e impactos significativos en la sociedad.

“El usuario actual no solo se preocupa de comprar, sino que evalúa cómo opera la marca. En ese sentido, exigen mayor visibilidad de los procesos productivos pues son más conscientes de la responsabilidad ambiental. La tecnología permite operar desde una gestión ecológica y

sustentable", sentencia Leonardo Navarrete.

