

Modernizar los almacenes y asegurar stock: el máximo desafío de las cadenas de suministro

Hoy la logística se enfrenta a grandes retos: asegurar stock y cumplir con las expectativas de sus clientes. Y es que entre la implementación de tecnologías íntegras, planes de acción ante el colapso de puertos en todo el mundo, la escasez de chip y el alza de precios pasa una época crítica.

El impacto en las cadenas de suministro ha sido profundo. Entre vitrineo virtual y las compras online, el retail vive sus días más intensos, por ende, negocios de todos los tamaños están modernizando sus centros de distribución para ser más competitivos y posicionarse en el mercado.

En ese sentido y en el marco de la Feria Internacional de Logística & Comercio Exterior (FILCE) 2021, **Claudia Camarasa**, Territory Channel Account Manager de Zebra aseguró que, si bien la modernización de las bodegas es clave, la mayoría de las empresas chilenas se encuentra en fases iniciales. “Tenemos un largo camino por delante, y hay que tomarlo con carácter de urgencia ya que el usuario es cada vez más exigente, busca entregas inmediatas y a menores costos”, aseguró.

Lo cierto es que, si las cadenas de suministro no toman acciones inmediatas, podrían colapsar a fin de año con las compras navideñas. Es por esto que el uso de nuevos dispositivos digitales debe ser con sentido y estrategia en mano.

“Los almacenes son el corazón del negocio y requieren encontrar su nivel de madurez para mantenerse competitivos. Lo primero que deben hacer es movilizar y poner la tecnología a disposición del empleado para luego conformar equipos de trabajo capacitados y conectados entre sí. De esta forma, el trabajador dentro del almacén tendrá una comunicación efectiva con sus pares, agilizando todo el proceso de la cadena productiva”, comentó Camarasa.

Prepararse para la contingencia: una necesidad

Hoy por hoy, todos los mercados se están enfrentando a problemas que antes no existían. Si bien la adopción digital en las cadenas de suministro es clave, la escasez de containers y de chips; demoras en los envíos; y el alza de precios en los productos ha provocado que el retail tenga que dar explicaciones por los tiempos de entrega actuales.

“El objetivo es planificar con más anticipación de lo habitual para asegurar productos para las próximas fiestas y fechas relevantes como navidad. Durante el primer semestre, vimos cómo se ralentizó el tema de envíos internacionales por lo que advertimos a nuestros clientes de los problemas de despacho existentes porque las industrias del mundo no podían fabricar debido a la escasez de envíos en puertos”, detalló Camarasa.

Según proyecciones de STG, el primer semestre del próximo año se mantendrá igual. Sin embargo, pese a la problemática, el retail se encuentra sobrellevando el desafío al implementar de manera rápida el uso de dispositivos inteligentes que contengan al máximo la alta demanda.

“Las empresas deben tomar las precauciones de manera anticipada ya que este fin de año será complicado desde el punto de vista comercial. Además, todavía existe un problema no menor: la logística inversa. Gestionar las devoluciones dentro del almacén será fundamental para fidelizar y satisfacer al cliente”, afirma Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.

Optimizando la tecnología

Actualmente, Chile es líder a nivel latinoamericano en términos de innovación en el retail. Sin embargo, se enfrenta a la presión de los tiempos de despachos. Ante este escenario, Claudia Camarasa asegura que las empresas grandes están siguiendo los pasos de los líderes industriales del mundo y aportando con iniciativas propias.

Antiguamente, se usaban equipos con teclas, robustos y lentos. Hoy, el mercado está migrando a pantallas táctiles que tengan una interfaz de usuario más sencilla. “La inversión para hacer más eficientes los procesos debe realizarse cuanto antes ya que urge rapidez. Para ello, invertir en tecnologías como RFID es clave. El siguiente paso es digitalizar los procesos y automatizarlos”, indicó Camarasa.

La urgencia de invertir en tecnología es evidente. Con el tiempo, surgirán nuevos métodos digitales con inteligencia artificial que se irán adaptando a las necesidades y demandas del mercado. “Hoy día el mundo, no solo del retail, es demasiado dinámico, si tú no cambias y tu competidor sí, te quedas fuera del negocio”, sentenció la especialista.