**Retrofit: todo depende de escoger el socio y el momento adecuados**

* **El E-Commerce y la automatización aceleran el mercado del retrofit**
* **La sostenibilidad cobra cada vez más peso como criterio decisivo**
* **Resumen de los factores de éxito más importantes**

**(Marchtrenk, 9 de febrero de 2022) El compromiso de un envío cada vez más rápido y la construcción de cadenas de suministro más resilientes solo son posibles si los sistemas intralogísticos cuentan con la tecnología más moderna. Aquellos que estén planificando un proyecto de retrofit, deberían seleccionar un socio competente y tener en cuenta una serie de reglas.**

Hace ya 60 años desde que se inauguró el primer almacén de estantes elevados (HRL). El "Silo de libros" puesto en marcha en 1962 por Bertelsmann en Alemania está considerado la "madre" de todas las instalaciones. Desde entonces, se han construido miles de HRL, y algunos llevan décadas operativos. Ya sea un HRL o un almacén automático tipo miniload (AKL), prácticamente no existe un solo sistema que siga siendo exactamente igual que cuando se inauguró. Los componentes de acero son robustos, pero los elementos de TI y de control, así como la mecatrónica, deben modernizarse con frecuencia. Y si la gama de artículos, el volumen o los requisitos de los clientes cambian, las modernizaciones y ampliaciones son inevitables.

**Adaptaciones, ampliaciones y modernizaciones**

El tema del retrofit puede dividirse básicamente en tres subtemas: adaptaciones, ampliaciones y modernizaciones. En el primer punto se encuentran las medidas que pueden ser necesarias a los pocos meses de la puesta en marcha para orientar una empresa a nuevos requisitos del mercado. Las ampliaciones son especialmente inevitables para las empresas que crecen fuertemente tras su lanzamiento. Y las modernizaciones periódicas del control y la TI suelen ser necesarias cada cuatro o cinco años porque la tecnología cambia. La mecánica no suele renovarse hasta pasados diez o más años.

**E-Commerce, automatización y enfoque en las necesidades del cliente**

Creciente comercio online y aumento de la automatización: el mercado del retrofit también crece debido al creciente número de sistemas logísticos. En la actualidad, TGW desarrolla al año cinco veces más proyectos que hace diez años. Un impulsor importante es también la creciente concienciación de los usuarios de que solo se puede seguir el ritmo de la competencia si se adaptan a las necesidades del cliente. Y los que hacen promesas de entrega cada vez más cortas no pueden evitar construir una cadena de suministro resiliente. Las paradas no planificadas con una pesadilla para los responsables logísticos, y los tiempos de entrega prolongados una clara ventaja para la competencia.

Quien aplaza el tema de la modernización corre varios riesgos a la vez. Por un lado, las piezas de repuesto pueden dejar de existir o las tecnologías ya no estar disponibles. Por otro lado, en el transcurso de los años se pierden conocimientos, ya que los expertos en TI que, por ejemplo, aún se manejaban con lenguajes de programación C y C++, se jubilan. En el mundo de las unidades de control ocurre algo similar.

**Información en tiempo real**

Dado que el ritmo de los cambios tecnológicos se acelera, las empresas se equipan para el futuro con la ayuda de proyectos de retrofit. La actualización del software supone por sí sola un aumento de la funcionalidad. Un nuevo sistema de gestión de almacenes permite una mejor conectividad y, por tanto, un flujo de datos más coherente. El objetivo es poder intercambiar información en tiempo real a lo largo de toda la cadena de valor. Las empresas desean cada vez más integrar tecnologías autónomas, como pueden ser sistema de transporte sin conductor y robots, en sus soluciones completas. Esto solo funcionará de forma óptima si las instalaciones funcionan con tecnología a la última.

Los sistemas de gestión de almacenes modernos ofrecen la opción del control a través de pantallas táctiles. Ventajas: manejo sencillo y tiempos de formación cortos para los empleados. Esto aplica en igual medida al zoom continuo para la visualización: os usuarios pueden examinar los sistemas hasta el nivel de los sensores para, por ejemplo, localizar componentes defectuosos. Los trabajos de mantenimiento también resultan más sencillos y rápidos de realizar después de un retrofit, ya que se han integrado componentes más modernos.

**La sostenibilidad como criterio decisivo**

Dado que el tema de la sostenibilidad cada vez está más en el punto de mira de la política, la sociedad y las empresas, se considera uno de los impulsores del sector del retrofit. Por lo general, los proyectos son inversiones sostenibles justo porque las empresas no solo prolongan la vida útil de sus instalaciones, sino porque también consiguen incrementar la eficiencia. Muchas empresas siguen ambiciosos programas de reducción de las emisiones: tratan los recursos de una forma más consciente que antes y examinan cada miembro de la cadena de suministro para identificar posibilidades de ahorro. Para ello, profundizan en las estructuras y comparan, entre otros, el consumo energético de los dispositivos de control o del sistema de manutención.

En definitiva, las empresas no deberían deliberar si hacer o no un retrofit, sino, más bien, cuándo y cómo. Naturalmente, deben planificar prever para ello. Pero, ¿cuál es la alternativa? Si la competencia satisface los deseos de los clientes con más rapidez y acierto, se corre el riesgo de perder cliente. En la era digital, la competencia está a un solo clic de distancia. Un ejemplo: antes, una entrega con 50 posiciones era suficiente para un usuario. En la actualidad, quiere recibir el pedido con el mismo volumen en diez lugares diferentes, con diez horarios distintos, siendo algo que conoce de reputadas plataformas B2C. Gracias a la implementación de "" en la recepción de mercancías, GAP ha conseguido aumentar la eficiencia con un retorno de la inversión inferior a dos años.Si tiene en cuenta este aspecto, se verá la inversión en retrofit y, por tanto, el retorno de la inversión, de un modo diferente.

**TGW como socio experimentado**

Quien detecta la necesidad de un retrofit o una ampliación, necesita al socio adecuado para la ejecución. A lo largo de sus más de 52 años de historia empresarial, TGW ha identificado sus fatores principales de éxito. Además de unos jefes de proyecto con experiencia, un plan estructurado y un cuaderno de especificaciones, la definición de los pasos de migración forma parte de los trabajos preparativos.

Además, el personal debe estar bien formado para que haya especialistas trabajando en el lugar que conozcan el entorno. Además, hay que encontrar el momento adecuado para un retrofit. Hay directivos que creen que basta con pensar en ello cuando la instalación está funcionando a pleno rendimiento. Pero, olvidan que el tiempo de ejecución de un proyecto es de hasta un año, y desde la irrupción del coronavirus, incluso más.

TGW se dirige al cliente ya cuando la intralogística está funcionando al 85 % de su capacidad, para que los especialistas puedan desarrollar junto con el usuario una solución que aporte los beneficios deseados en el momento adecuado. Los expertos también se encargan de que los especialistas en retrofit dispongan de amplios conocimientos técnicos. Además, se usan productos desarrollados específicamente para retrofits.

**Los siete factores de éxito para proyectos de retrofit**

1. Tener en cuenta el tiempo de ejecución y comenzar a tiempo
2. Escoger un socio y un jefe de proyecto que tengan experiencia
3. Elaborar un plan estructurado
4. Integrar soluciones de retrofit desarrolladas específicamente para ello
5. Elaborar un pliego de especificaciones detallado
6. Definir con precisión los pasos de migración
7. Formar al personal de forma intensiva

[www.tgw-group.com](http://www.tgw-group.com)

**Acerca de TGW Logistics Group:**

TGW Logistics Group es un proveedor internacional líder de soluciones de intralogística. Desde hace más de 50 años, el especialista austriaco crea instalaciones altamente automatizadas para sus clientes en todo el mundo, de la A de Adidas a la Z de Zalando. Como integrador de sistemas, TGW se encarga de la planificación, la producción, la realización y el servicio de centros logísticos complejos, desde la mecatrónica y la robótica al control y el software.

TGW Logistics Group tiene oficinas en Europa, China y EE. UU. y emplea a más de 4.000 personas en todo el mundo. En el ejercicio 2020/21, la empresa obtuvo una facturación total de 813 millones de euros.

Reproducción sin comisiones previa indicación de la fuente y para notas de prensa relacionadas principalmente con TGW Logistics Group GmbH. Queda prohibida la reproducción con fines promocionales.

**Contacto:**

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Straße 3

T: +43.(0)50.486-0

F: +43.(0)50.486-31

Correo electrónico: tgw@tgw-group.com

Contacto de prensa:

Alexander Tahedl

Communications Specialist

T: +43.(0)50.486-2267

M: +43.(0)664.88459713

alexander.tahedl@tgw-group.com

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communications

T: +43.(0)50.486-1382

M: +43.(0)664.8187423

martin.kirchmayr@tgw-group.com