**Desafíos en la logística para el sector de la Moda**

**Controlar la variabilidad de la demanda, mejorar el nivel de servicio y, al mismo tiempo, hacer frente a la escasez de mano de obra son los tres grandes retos en la logística para el sector de la moda. El proveedor de intralogística TGW propone dos formas de superar estos retos. Las soluciones de vanguardia permiten a las empresas invertir en una alta automatización sin el riesgo de ser inflexibles.**

Las personas que están en el negocio del comercio minorista han mirado estas estadísticas de cerca: Según un estudio de la Asociación Alemana de Comercio Electrónico y Venta a Distancia (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland, bevh), las ventas brutas de bienes en el comercio electrónico aumentaron significativamente en 2018 - en un 11,4 por ciento a 65,1 mil millones de euros. En el estudio anual de la asociación "El comercio minorista interactivo en Alemania", se encuestó a 40.000 clientes de 14 años o más, entre enero y diciembre de 2018 sobre su comportamiento de gasto. De acuerdo con la encuesta, el actor de comercio electrónico fue capaz de aumentar las ventas adicionales en un 14,0 por ciento, o más de mil millones de euros, a 9,77 mil millones de euros. Y, los minoristas multicanal también crecieron en un porcentaje de dos dígitos en 12,9 por ciento.

Pero no todas las empresas de comercio al por menor pueden abrir una botella de champán cuando miran sus ventas y devoluciones. Durante años, el precio de las acciones de Gerry Weber, por ejemplo, sólo ha conocido una dirección: el descenso. La compañía se declaró en bancarrota en enero de 2019. La marca alemana es sólo un ejemplo de las varias empresas que enfrentan problemas en este momento. Hay más de una razón para encontrarse en una situación desesperada. Sin embargo, hoy en día una de las claves del éxito, aparte de los precios y el valor de la marca, es una estrategia inteligente de la cadena de suministro, sin importar si su empresa está activa en el negocio de la moda rápida o en el de la moda de lujo.

**Ratios impredecibles**

Además del crecimiento del comercio electrónico y de ciclos más cortos para nuevos productos, vemos otra tendencia en la industria de la moda: Nadie puede predecir la relación entre las ventas en tiendas minoristas y el comercio electrónico. "En un día como el Viernes Negro “Black Friday” la relación será completamente diferente de la del día anterior", indica Raffaele Destro, Industry Manager para la industria de la moda en TGW. En general, las encuestas dicen que los pedidos son cada vez más frecuentes y pequeños.

**La automatización como clave del éxito**

Como una solución, las empresas están invirtiendo en herramientas como el análisis predictivo o prescriptivo para sus previsiones. "Pero, considerando el éxito de la gestión de la cadena de suministro, esto no es suficiente. Por supuesto, el análisis predictivo se basa en datos históricos y puede dar una idea de cómo puede ser el futuro cercano. Sin embargo, las empresas deben asegurarse de que la red de distribución también funcione perfectamente a medio-largo plazo. La combinación de la analítica predictiva y la concentración en las formas de conceder flexibilidad a los cambios en el perfil de pedidos es el camino correcto", dice Raffaele Destro. Pero para las situaciones complejas de la cadena de suministro las empresas necesitan excelentes estrategias. La automatización es una de las herramientas más importantes para el éxito. Raffaele Destro: "La cuestión no es: ¿Debemos automatizar o no? sino más bien: ¿Qué nivel y tipo de automatización es la correcta?"

**Bajo inventario en las tiendas**

En general, todos coinciden en que es necesario enviar a las tiendas los SKU's adecuados en el momento adecuado y en la cantidad correcta. También es importante reducir el inventario en las tiendas para evitar el exceso de existencias. El tener stock no vendido al final de la colección o de la temporada a menudo obliga a hacer rebajas para deshacerse del inventario no vendido. Esto genera pérdida de ingresos y, lo que puede ser peor, pérdida de valor de la marca.

El tener los SKUs adecuados en el momento adecuado y en la cantidad correcta en las tiendas, con menos inventario en éstas, requiere un reabastecimiento rápido y frecuente. Otro motor de esa tendencia son los pedidos "click & collect" que se envían a las tiendas para su recogida.

**Fusión de los canales**

En el pasado, algunas empresas que se dedicaban principalmente al canal de distribución al por menor o al por mayor, no sabían exactamente cómo tratar con el comercio electrónico. Por lo tanto, algunas separaron los dos canales - a veces incluso en diferentes centros de distribución. Hoy en día eso es de la vieja escuela. Los campeones siguen otra estrategia: Fusionar los canales y asegurarse de ser lo más flexible posible. Esto significa: Debes tener soluciones inteligentes que puedan manejar cualquier situación, desde un escenario de Viernes Negro con una montaña de pedidos de comercio electrónico hasta un sábado lluvioso con miles de personas comprando en centros comerciales.

Las viejas soluciones intralogísticas no son la forma más inteligente de tratar esta situación. Entregas más frecuentes implican que más pedidos tienen que ser procesados cada día. Esto podría convertirse en un problema para las soluciones basadas en la clasificación estándar, debido a la limitación que representa el número de destinos físicos disponibles. Así, los pedidos más pequeños suponen que el efecto típico de los lotes se reduce; por lo tanto, la selección de lotes es menos eficaz, a menos que se encuentre en situaciones especiales.

TGW ofrece FlashPick® y OmniPick® para dominar lo impredecible. La empresa ha desarrollado una herramienta que ayuda a encontrar la solución más adecuada para las empresas de abastecimiento. FlashPick® y OmniPick® abordan, en comparación con otras soluciones, los tres principales desafíos de la industria: Las soluciones ayudan a las empresas a dominar la imprevisibilidad de la demanda, a aumentar el nivel de servicio y a gestionar la escasez de mano de obra

**FlashPick**®

FlashPick® es una solución inteligente de cumplimiento de pedidos de bienes a persona (GTP) para el picking de unidades. Se basa en un sistema de shuttle para el almacenamiento y recuperación automatizada (AS/RS) de contenedores. La segunda parte es un puesto de trabajo de alto rendimiento para el picking de unidades, en el que una persona o un robot realiza el picking. El principio que subyace es el cumplimiento discreto de cada pedido, por lo que TGW no utiliza un lote de pedidos. El proceso es muy sencillo para el operario: el sistema presenta un contenedor de SKU para recolectar y un contenedor de pedidos para recoger. Después del proceso de recogida, los contenedores de SKU vuelven al sistema, mientras que los contenedores de pedidos pueden ser encaminados hacia la zona de expedición.

**Cualquier tamaño de pedido**

La solución tiene varias ventajas: FlashPick® es una solución de un solo toque para pedidos que pueden ser recogidos directamente en cartones o cubetas. Si el sistema se combina con Rovolution, el robot inteligente de TGW para preparación automatizada de pedidos, la solución se convierte incluso en un sistema sin intervención manual. Los tiempos de entrega de los pedidos son tan solo de 10 a 15 minutos. El FlashPick® puede ser usado para operaciones “push–pull”, eso significa asignación inicial y reabastecimiento. Sin embargo, su ventaja principal es: Las compañías pueden usar FlashPick® para todos sus canales de distribución - minoristas, mayoristas, omnicanales y directos - y todos los modelos de negocio, desde la alta costura hasta la moda rápida, de lujo, etc.

**Tiempos de entrega reducidos**

En comparación con otras soluciones, FlashPick® tiene una serie de ventajas: TGW tiene los pasillos de shuttle más rápidos y los puestos de Picking más rápidos del mercado. A un ritmo constante, TGW gestiona hasta 600 líneas de pedidos por hora, si una persona recoge de una sola cubeta de SKU y deja caer el artículo en una cubeta de pedidos. El diseño también es flexible: Puede transportar cubetas de cualquier pasillo a cualquier puesto de Picking. Además, una empresa puede utilizar como último paso el PickCenter Rovolution de TGW, un robot de picking automatizado, junto con el sistema. "Hemos diseñado un robot cognitivo autónomo que es inteligente, autodidacta y flexible", afirma Raffaele Destro.

**OmniPick**®

En ciertos escenarios y considerando un ratio alto de comercio electrónico, tendría sentido utilizar la solución OmniPick®, que TGW presentó en LogiMAT 2019 por primera vez. La empresa trabajó fuertemente en la solución, ya que los expertos querían asegurarse de que todos los grandes desafíos de la industria se pudieran abordar con la misma solución. Las operaciones y el rendimiento de OmniPick® se basan en los artículos, y la estrategia de preparación de pedidos se basa en la agrupación de pedidos por lotes. Las empresas pueden utilizarlo como una solución de cumplimiento de pedidos de persona a mercancía (PTG). No obstante, obtienen los mayores beneficios de una solución de cumplimiento de pedidos de mercancía a persona (GTP). Esta última se basa en un sistema de shuttle para el almacenamiento y recuperación automatizada (AS/RS) junto con un sistema de clasificación de bolsas de alto rendimiento. Cuando se utiliza el sistema en operaciones de GTP, los plazos de entrega de pedidos pueden reducirse a 90 minutos.

Raffaele Destro destaca que el modo GTP es el más interesante. ¿Cómo funciona? Primero las cubetas de SKU se recogen del sistema de shuttle y se dirigen a los puestos de inducción. En un segundo paso, el operador saca el artículo requerido de la cubeta - la cantidad será según el requisito del lote - e induce un artículo a la vez en un bolsillo. En un tercer paso, la bolsa es dirigida en una posición colgante hacia un buffer dinámico.

**Descarga automatizada**

OmniPick® sería una solución de dos toques, si el sistema estuviera equipado con puestos de inducción manual y estaciones de embalaje manual. La característica principal sin embargo, es que el diseño de bolsillo patentado permite una solución de un solo toque. Esto es si el sistema está equipado con puestos de inducción manual y estaciones de descarga automatizadas para los pedidos, que pueden ser introducidos directamente en las cajas de envío o en cubetas. "La descarga automatizada ya es un gran beneficio. En el último paso, el sistema puede incluso convertirse en una solución sin intervención manual – de cero toque-, si está equipado con una estación de inducción automatizada, nuestro PickCenter Rovolution automatizado, y puestos de descarga automatizados", explica Raffaele Destro. Los expertos han contado hasta 1.000 artículos por hora que fueron descargados directamente en cajas o cubetas de pedidos.

¿Qué hace que OmniPick® sea único? El experto en comercio minorista Destro dice: "Con respecto al modo totalmente automatizado, en términos generales la solución tiene el nivel más alto de automatización para un clasificador de bolsas en el mercado. Incluso en la configuración básica, los clientes se benefician de ventajas decisivas porque la descarga automática es una característica estándar”.

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

**Sobre TGW Logistics Group:**

El Grupo TGW es un proveedor líder a nivel global de soluciones intralogísticas. Por 50 años, este especialista Austriaco ha suministrado sistemas automatizados para clientes internacionales – desde la A como en Adidas a la Z como en Zalando. Como integrador de sistemas, TGW suministra planificación, producción y realización de centros logísticos complejos – desde la mecatrónica y robótica a soluciones de software y sistemas de control.

Con más de 3,500 empleados a nivel mundial, el grupo tiene oficinas en Europa, China, y Estados Unidos de América. Durante el año comercial 2018/2019, la compañía alcanzó ingresos de ventas de 719.6 millones de euros.

Contactos:

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Strasse 3

T: +43.(0)50.486-0

F: +43.(0)50.486-31

E-Mail: tgw@tgw-group.com

**Contactos de prensa:**

Alexander Tahedl

Marketing & 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