



LOGÍSTICA Y 3PL

Siete pasos para elegir el sistema de gestión de almacenes adecuado

Innovación en los servicios logísticos

La innovación en los servicios logísticos es fundamental para mantener las ventajas competitivas. Las empresas de todos los tamaños e industrias están reconociendo que externalizar la ejecución de su cadena de suministro a proveedores logísticos de terceros (3PL) ofrece la capacidad de respuesta que los clientes esperan de sus proveedores.

Los 3PL ofrecen ubicaciones más cercanas al cliente que la mayoría de las empresas pueden permitirse construir y operar por su cuenta. Se puede ubicarlos, retirarlos o reubicarlos rápidamente para ofrecer a los proveedores la adaptabilidad que necesitan en los mercados de cambios rápidos de hoy. Además, los 3PL pueden brindarles a sus clientes la flexibilidad de aumentar o disminuir según las condiciones volátiles del mercado y económicas. En pocas palabras, la oportunidad de los 3PL nunca ha sido mayor; sin embargo, esto también ha creado un mercado altamente competitivo.

La diferenciación de servicios, calidad y valor nunca ha sido más crítica para los 3PL para atraer, ganar y retener clientes. En el corazón de su ventaja competitiva se encuentra la tecnología de información para ejecución de la cadena de suministro, y más específicamente su sistema de gestión de almacenes. Los clientes buscan relaciones de subcontratación estratégicas y personalizadas. Demostrar capacidades integrales de ejecución de la cadena de suministro es fundamental para la ventaja competitiva de un 3PL. Sin embargo, muchos 3PL se enfrentan a aplicaciones obsoletas, falta de capacidad de transacciones móviles e identificación automática (código de barras), gestión laboral ineficiente, falta de soporte para flujos de trabajo multicliente y gestión de inventario/espacio, problemas de facturación y muchos otros problemas relacionados con capacidades críticas para ganar en este mercado altamente competitivo.

Muchas empresas simplemente no conocen o no tienen los recursos para definir su estrategia y los requisitos para seleccionar e implementar nuevos sistemas de ejecución de la cadena de suministro, o ampliar o actualizar las capacidades de sus aplicaciones existentes. Entonces, aquí hay una hoja de ruta práctica para evaluar, definir y seleccionar las capacidades para competir y establecer relaciones estratégicas con clientes nuevos y existentes:

1. Desarrollar y comunicarles la estrategia comercial a gerentes y empleados.

Muchas compañías no han desarrollado, documentado ni comunicado su estrategia a las personas encargadas de ejecutarla. Al alinear estratégicamente los recursos operativos con su fuerza laboral, es más fácil ejecutar los procesos y actividades que mantienen a su empresa competitiva y productiva. Es más probable que una organización alineada estratégicamente con métricas de desempeño que estén alineadas con la estrategia tenga una fuerza laboral motivada, que trabaje de manera eficiente y productiva para lograr los resultados deseados.

2. Identificar al comité directivo y a los líderes de proceso internos o externos a tiempo completo para que administren el proyecto.

Esta no es una tarea de medio tiempo. Los expertos en el tema (SME), los propietarios de procesos, la gerencia, los operadores y otros participantes pueden ser contratados a tiempo parcial según lo requieran los gerentes de proyecto. El proyecto en sí, junto con la documentación y la comunicación con el comité directivo durante todo el proceso de selección, es una tarea de tiempo completo.

3. Evaluar y documentar los procesos actuales de ejecución de la cadena de suministro (flujos de trabajo), métricas y tecnología de la información.

Esto es particularmente crítico para un 3PL que sirve a múltiples clientes, incluso si las instalaciones están dedicadas a un solo cliente. Cada cliente tendrá diferentes requisitos, sistemas, flujos de trabajo y requisitos de costos / facturación. Es crucial que se pueda retroceder y revisar cada uno de los diferentes procesos de ejecución de la cadena de suministro en detalle para identificar áreas de mejora e innovación y determinar los requisitos del sistema. Los requisitos confusos son la razón principal por la cual las implementaciones salen mal o fallan.

4. Realizar investigaciones de mercado secundarias sobre sistemas y tecnologías de ejecución de la cadena de suministro.

La tecnología de la información ha madurado a lo largo de los años y se entrega cada vez más como herramientas y capacidades específicas de la industria. Muchos proveedores tienen años de experiencia específica en la industria y en aplicaciones integrales.

Aproveche esa experiencia. Invertir tiempo en la revisión de la funcionalidad, la tecnología de plataforma subyacente, las hojas de ruta futuras y la experiencia de la industria que ofrecen los proveedores de soluciones creará una comprensión básica de cómo la tecnología puede ayudar a construir una ventaja competitiva y operaciones de clase mundial. Cuanta más experiencia tenga un proveedor en las industrias a las que presta servicios, mejor será su tecnología para satisfacer sus necesidades.

5. Mapear sus hallazgos (funcionalidad y características) a los procesos, métricas y estrategias existentes.

Partiendo de la guía en el paso tres, también es importante hacer coincidir la funcionalidad disponible en el mercado con sus procesos específicos para identificar rápidamente cualquier brecha en la funcionalidad. Esto también ayuda a identificar y cuantificar la forma en que la nueva tecnología puede mejorar las operaciones. Al definir la funcionalidad estándar, identificar brechas que son críticas y únicas para sus procesos, e identificar qué proveedores son los más adecuados, podrá crear una solicitud de propuestas (RFP) y una lista breve de proveedores para evaluar.

6. Llevar a cabo una investigación primaria en una lista restringida de referencias.

Además de las referencias proporcionadas por los candidatos de su sistema, identifique a los usuarios de las aplicaciones que no son referencias. Prepare un conjunto completo de preguntas de entrevista y realice tantas entrevistas con los usuarios de las aplicaciones como sea

posible. Permítales explicar el proceso de selección por el que pasaron, la experiencia de implementación (buena, mala y fea), la experiencia con la operación y el mantenimiento continuos, la adopción de nuevas funcionalidades, la facilidad de integración y el soporte para flujos de trabajo, facturación y operaciones de múltiples clientes. Es importante realizar esta investigación antes de llevar a cabo la RFP y el proceso de selección; puede ayudar a solidificar sus requisitos y validar su lista restringida. También puede alertarlo sobre nuevas consideraciones que quizás no haya documentado.

7. Enviar una RFP a proveedores calificados, realizar un proceso de selección exhaustivo, cuantificar el valor y evaluar las soluciones disponibles.

Durante el curso de este proceso, es probable que identifique áreas de mejora e innovación dentro de sus operaciones actuales. También puede descubrir que sus sistemas existentes se pueden actualizar o ampliar con nuevas funciones o tecnologías, y que realmente no necesita un nuevo sistema. La clave es participar en una estrategia integral, y en la revisión de personal, procesos y tecnología y documentación para determinar los requisitos de su solución.

[Conozca más >](#)



Infor desarrolla software empresarial en la nube, específico para distintos mercados. Cuenta con 17.000 empleados y más de 68.000 clientes en más de 170 países, el software de Infor está desarrollado para el progreso. Mayor información en www.infor.com y www.latinamerica.infor.com.

Síguenos:   