



DHL integra un algoritmo en sus almacenes para optimizar el e-fulfillment

El operador logístico DHL ha ideado un algoritmo con inteligencia artificial (IA) para volver las operaciones de e-fulfillment más efectivas. La tendencia al alza del comercio electrónico que la pandemia ha propiciado “supone un reto para los retailers de todo el mundo”, tal como ha recordado la compañía, con un aumento de los pedidos y una reducción del tamaño de los envíos. Por ello, DHL Supply Chain ha intensificado el uso de las predicciones basadas en las tecnologías de la información y herramientas analíticas. En los primeros despliegues comerciales que ha efectuado, la solución ha reducido la distancia recorrida por parte de los trabajadores de los almacenes hasta la mitad y ha aumentado la productividad de las ubicaciones individuales hasta el 30%.

“La herramienta de análisis IDEA es una de nuestras diversas respuestas a estos retos del ecommerce”, ha explicado el EVP Solutions Design en DHL Supply

Chain, Dietmar Steins. “Con su algoritmo, esta solución de inteligencia artificial ayuda a optimizar las rutas de picking dentro del almacén y los pedidos se agrupan de forma lógica”. A este respecto, Steins ha añadido que “planear tareas inteligentes e integradas también puede optimizar la distribución de la fuerza de trabajo para el personal de almacén y ayudarles a priorizar los envíos más críticos en el tiempo”. Según la compañía, la herramienta también permite reducir los errores y el tiempo requerido de formación de personal.

“La crisis de coronavirus nos ha mostrado que las fluctuaciones de volúmenes imprevisibles para productos individuales pueden tensionar enormemente las cadenas de suministro”, ha valorado el director de Información y Operaciones en DHL Supply Chain, Markus Voss. “La falta de claridad en relación a los niveles de stock y datos incorrectos de disponibilidad puede llevar a cuellos de botella para productos individuales y retrasos en los envíos a los consumidores finales”. Los rangos de productos cada vez más diversificados, la transparencia, la trazabilidad o las expectativas de los clientes para un servicio rápido han sido algunos de los factores que han motivado a DHL para apostar por este tipo de soluciones.

El algoritmo de IDEA, que es compatible con la mayoría de sistemas de gestión de almacenes tradicionales, puede integrarse en la infraestructura tecnológica existente y ayudar a reducir costes. “Trabajamos con nuestros clientes en algoritmos más resilientes al estrés y de confianza, así como en herramientas para anticipar las fluctuaciones de la demanda, optimizar la distribución de la fuerza de trabajo y acelerar la canalización de bienes y ciclos de pedidos”, ha concluido Voss.