

Triplicar la capacidad y aumentar en un 27% los pedidos preparados

Para introducirse con éxito en el mundo del *e-commerce* y atender a todos sus clientes sin demora, Aghasa Turis se ha trasladado a un nuevo centro logístico en Leganés (Madrid), donde en una primera fase ha triplicado la capacidad de almacenaje y aumentado en un 27% el número de pedidos preparados. Para lograr una mayor eficiencia y rapidez en las tareas de almacenaje y preparación de pedidos, la empresa de ferretería y suministros industriales ha dotado al centro con la última tecnología. Asimismo, el SGA Easy WMS de Mecalux permite disponer de una solución logística integral, que gestiona simultáneamente y de forma combinada los dos almacenes automáticos (uno para cajas y otro para tarimas) y las zonas de almacenaje convencional.

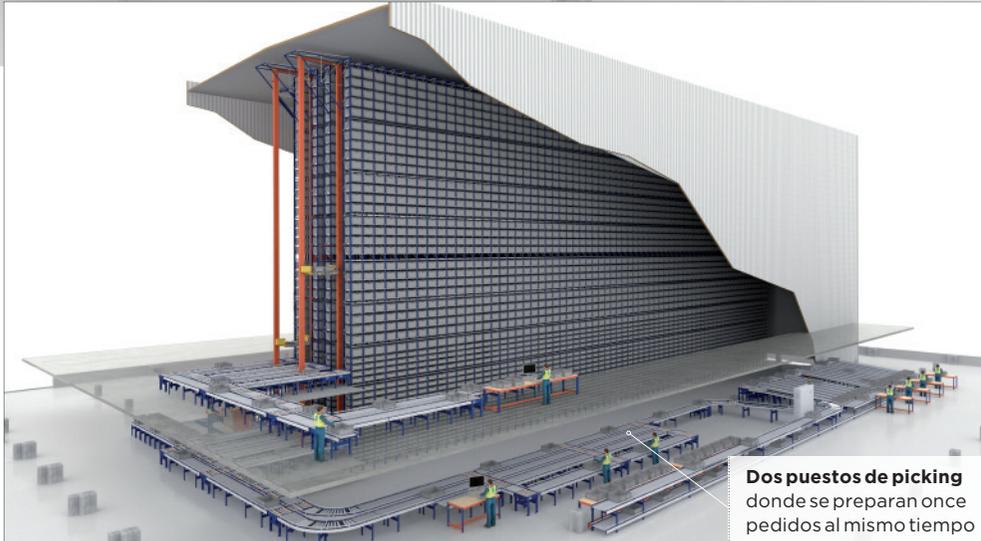
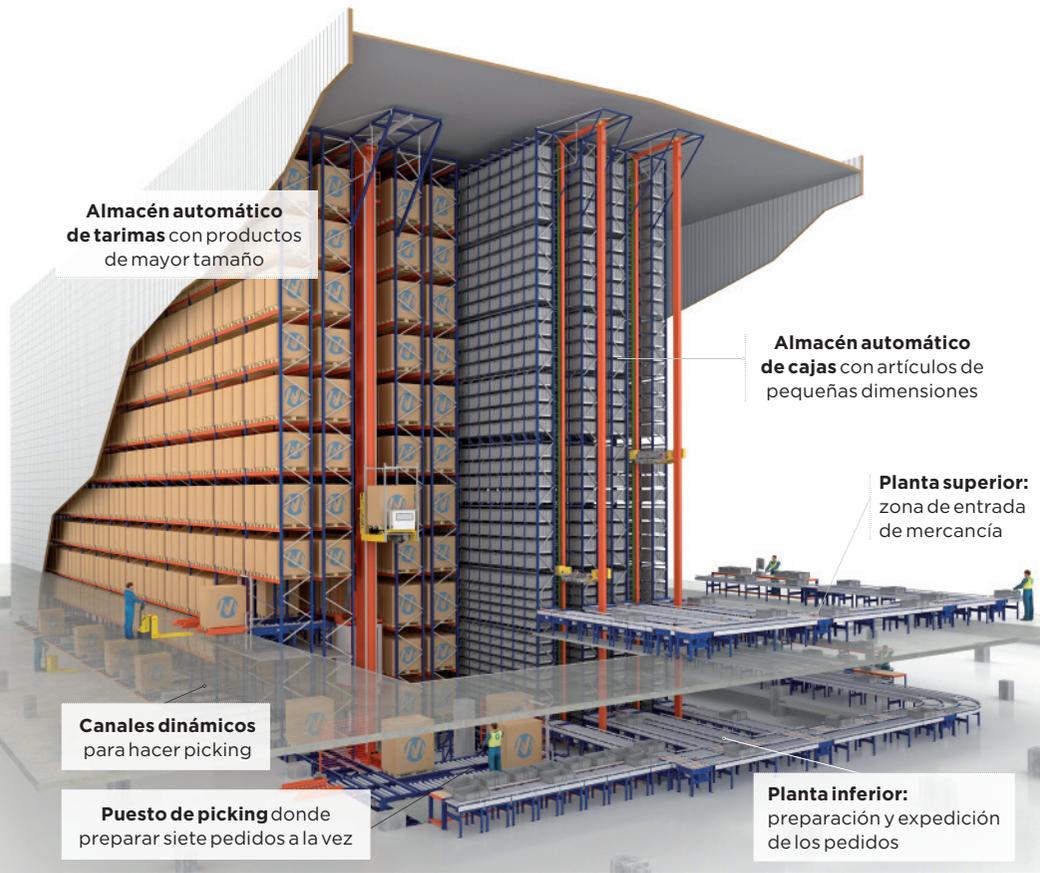
País: **España** | Sector: **ferretería y suministro industrial**



BENEFICIOS

- **Triplicar la capacidad de almacenaje:** las soluciones de almacenaje ya instaladas en esta primera fase han triplicado la capacidad de almacenaje en relación a su antiguo almacén.
- **Solución integral:** en un mismo centro logístico, Aghasa Turis dispone de un almacén automático de cajas y otro de tarimas, racks selectivos y un SGA capaz de gestionar las 25.000 referencias, así como todas las operativas que se llevan a cabo.
- **Picking un 15% más rápido:** la automatización ha aumentado en un 15% la velocidad en el picking, pudiendo entregar el 95% de los pedidos en menos de 24 horas.
- **100% de visibilidad del stock:** el SGA permite a Aghasa Turis saber en todo momento cuál es su stock y cuál es el estado de sus pedidos (cuántos se han preparado, cuántos están pendientes de terminarse, cuántos se van a expedir, etc.).





Traslado a un nuevo centro logístico

Aghasa Turis, cuyos orígenes se remontan a 1940, es una empresa de ferretería y suministros industriales con más de 25.000 referencias en stock de marcas líderes del mercado como Olfa, WITTE, Hailo o Eagle, entre otras.

El presidente de la compañía, Darío Alonso, afirma que “nos consideramos un eslabón de la cadena de suministro, lo tenemos muy interiorizado. Tenemos que estar a la altura colaborando verticalmente con nuestros proveedores y clientes, pero también transversalmente con nuestros partners logísticos, empresas de servicios, transportistas, etc. En Aghasa Turis, tanto la colaboración como la integración son fundamentales”.

En los últimos años, la compañía se ha adecuado a los cambios de tendencias y de consumo de los clientes, fomentando la venta *online* y la omnicanalidad. El presidente de Aghasa Turis explica que “nosotros no hacemos venta *online* como tal, sino que propiciamos que clientes de sectores más tradicionales puedan vender por internet. Tenemos una trayectoria de más de 80 años y en estos años no hemos dejado de transformarnos y modernizarnos para seguir colaborando con nuestros clientes”.

Aghasa Turis se ha visto obligada a adaptar toda su logística debido al incremento de pedidos. A su antiguo centro logístico en Boadilla del Monte (Madrid), equipado con un almacén automático de cajas y una zona de racks selectivos, le faltaba capacidad de almacenaje para dar cabida a todas las referencias. Con la ambición de mejorar su logística, Aghasa Turis se trasladó a un nuevo complejo logístico de mayores dimensiones (8.000 m²) en Leganés, a escasos kilómetros de su antiguo centro, con el que ya ha triplicado la capacidad de almacenaje y tiene previsto doblar la actual capacidad. Si algo tenía claro el presidente de la compañía era que su nuevo almacén debía contar con la última tecnología para lograr una mayor flexibilidad

Aghasa Turis dispone de una solución logística integral donde gestionar las 25.000 referencias con las que trabaja

e inmediatez, así como una mayor eficiencia en la preparación de pedidos. Toda la estrategia logística de Aghasa Turis gira alrededor de un único objetivo: entregar el 95% de los pedidos en menos de 24 horas. “No entiendo la gestión de un almacén con 25.000 referencias sin que todo esté totalmente digitalizado o lo más automatizado posible. Cada vez más necesitamos esa eficiencia que nos brinda la tecnología. No me entra en la cabeza que se pueda hacer de otra manera”, sentencia Darío Alonso.

Características del centro logístico

El centro logístico está compuesto por dos almacenes automáticos adosados: uno para tarimas con 1.708 ubicaciones y otro para cajas con capacidad para 11.024 unidades de carga.

Se ha reservado un espacio junto al almacén automático de cajas para una futura ampliación cuando la compañía así lo requiera. Justo al lado, Mecalux ha habilitado una zona de almacenaje manual con racks selectivos y racks para picking.

Las dimensiones de los dos almacenes robotizados son muy similares: 52 m de longitud y 22 m de altura. La diferencia radica en que el de tarimas tiene un único pasillo con racks de doble profundidad (en cada ubicación se depositan dos tarimas, una detrás de otra) y el de cajas, dos pasillos de simple profundidad.



Aghasa Turis ha aumentado en un 15% la velocidad en el picking gracias a la implementación de Easy WMS y a la instalación de dispositivos luminosos *pick y put-to-light*, pudiendo entregar el 95% de los pedidos en menos de 24 horas

Planta inferior: preparación de pedidos

En la planta inferior del centro de Aghasa Turis se lleva a cabo la preparación de los pedidos. Para expedirlos en menos de 24 horas, se han habilitado diferentes sistemas que favorecen el picking en cinco áreas distintas:

Puestos de picking del almacén automático de cajas. En la actualidad, hay dos estaciones donde se preparan once pedidos simultáneamente, además de un espacio reservado para un tercer puesto de trabajo.

Puesto de picking del almacén automático de tarimas. Ubicado en la parte frontal del almacén, en él se pueden preparar hasta siete pedidos al mismo tiempo.

Racks de picking manuales. Ofrecen acceso directo a la mercancía, algo indispensable para manipular la mercancía con facilidad.

Canales dinámicos en el nivel inferior del almacén automático de tarimas dotados de un sistema *pick-to-light*.

Dos zonas de canales dinámicos manuales para cajas/tarimas, también con *pick-to-light*.

En los puestos de picking del almacén automático de cajas y de tarimas, la operativa en sí es muy similar porque los pedidos se

Ambos almacenes se dividen en dos plantas con operativas distintas: en la superior (cota 0 m) tienen lugar las entradas (se reciben las tarimas y se llenan las cajas que van a entrar en el almacén automático de cajas) y en la inferior (cota -3,4 m) se preparan y expiden los pedidos.

En el almacén automático de cajas se depositan los productos de pequeñas dimensiones (básicamente, artículos de ferretería y herramientas), mientras que en el de tarimas, los de mayor tamaño (como mangueras o materiales de riego y jardinería).

Por su parte, los racks para picking están reservados a los artículos pequeños y de mayor rotación y los racks selectivos, a los materiales más voluminosos que no pueden almacenarse en tarimas como, por ejemplo, las escaleras.

El nuevo centro logístico de Aghasa Turis ha permitido aumentar en un 27% el número de pedidos preparados, ya que ha sido dise-

ñado específicamente para ello. El centro cuenta con áreas distintas de trabajo donde se realiza esta operativa: racks para picking, un puesto de picking enfrente del almacén automático de tarimas y otros dos puestos de picking cercanos al almacén automático de cajas.

Igualmente, la compañía ha implementado el sistema de gestión de almacenes (SGA) Easy WMS de Mecalux para controlar en tiempo real el estado de sus 25.000 referencias. Este software, conectado con el ERP Kriiter de Aghasa Turis, organiza todos los procesos del centro logístico, automáticos y manuales, con vistas a lograr la mayor productividad posible. "Después de analizar otros SGA, vimos que Easy WMS de Mecalux se ajustaba del todo a nuestras necesidades. Este sistema está perfectamente integrado con el software de control de los almacenes automáticos (SCA)", afirma Darío Alonso.

Planta superior: entradas

Aquí se descargan los camiones de reparto

con la mercancía paletizada. Acto seguido, los operadores separan los productos y los clasifican según su referencia, dimensiones y rotación para determinar si se almacenan en alguno de los almacenes automáticos o en los racks manuales. A continuación, Easy WMS decide la ubicación de cada producto. Por ejemplo, en los almacenes automáticos, los artículos de mayor consumo se depositan en los extremos de los racks para agilizar su entrada y salida.

Para las tarimas que deben ser desfragmentados, se ha habilitado una zona de trabajo donde se introduce la mercancía en cajas que, posteriormente, se colocarán en el transportador de entrada al almacén automático de cajas. Los operadores siguen las indicaciones de Easy WMS para hacer este trabajo con mayor velocidad y sin riesgo de cometer fallos. En esta planta también hay un mostrador de venta y recogida directa. Aquí se almacenan los pedidos que algunos clientes vendrán a recoger directamente en el almacén.



El operador sigue las instrucciones de Easy WMS a la hora de recoger y clasificar la mercancía en un carro con cuatro ubicaciones, una para cada pedido

preparan según el criterio “producto a hombre”. Conforme la mercancía llega automáticamente a los puestos de trabajo, Easy WMS, a través de una pantalla, señala a los operadores qué cantidad de artículos extraer, así como la cantidad restante de producto que queda en la unidad de carga, realizando así un inventario dinámico del stock. Después, los artículos extraídos se clasifican en cajas (cada una de ellas corresponde a un pedido) situadas a sus espaldas. Para facilitar su trabajo, se han implementado dispositivos *put-to-light* que indican a los operadores

visualmente la caja en la que deben dejar cada artículo y la cantidad necesaria. Así, los pedidos se preparan de forma rápida y sin errores. Por otra parte, en los racks de picking manuales o en los canales dinámicos del almacén automático de tarimas, la preparación de pedidos cumple el criterio “hombre a producto” siguiendo las instrucciones de Easy WMS a través de un terminal de radio-frecuencia.

El operador, con un carro con cuatro ubicaciones (cada una de ellas correspondiente a un pedido), recorre los racks de picking manuales o los canales dinámicos del almacén automático de tarimas recogiendo y clasificando la mercancía en los pedidos. Estos carros también están dotados de dispositivos *put-to-light* para simplificar y agilizar el trabajo de los operadores.

El presidente de Aghasa Turis celebra que “gracias a la ayuda de Easy WMS y a los sistemas *pick* y *put-to-light* hemos aumentado, en esta primera fase, la velocidad en el pic-

king en un 15%. Con los ajustes que se están realizando y la puesta en funcionamiento de la segunda fase, que esperamos esté operativa en 2022, triplicaremos la capacidad de preparar pedidos respecto a la que teníamos en 2019”.

Asimismo, es posible que un mismo pedido esté compuesto por artículos procedentes de distintas zonas del almacén. En ese caso, Easy WMS ordena su preparación por separado en cada una de las zonas de manera independiente y, posteriormente, se reúnen y consolidan frente a los muelles de carga (hay un muelle en cada nivel).

Por último, el centro posee multitud de pantallas repartidas por el centro en las que los responsables de logística pueden comprobar la información que aporta Easy WMS sobre el estado de los pedidos (cuántos hay pendientes de terminar, cuántos se están preparando y en qué zonas, etc.). De ese modo, pueden planificar las tareas con antelación y tomar decisiones que contribuyan a mejorar el picking. “Lo que pedimos de un software es que sea robusto, flexible, escalable y preparado para conectarse con nuestros sistemas y los de otras empresas. Easy WMS cumple con todo ello y está integrado con las diferentes zonas de nuestro almacén”, comenta Darío Alonso.

Empaquetado y expediciones

El empaquetado y las expediciones son dos operativas críticas en el almacén de Aghasa Turis, de ahí que se hayan organizado y planificado debidamente. Se han habilitado dos zonas de trabajo:

Pedidos con artículos de pequeñas dimensiones.

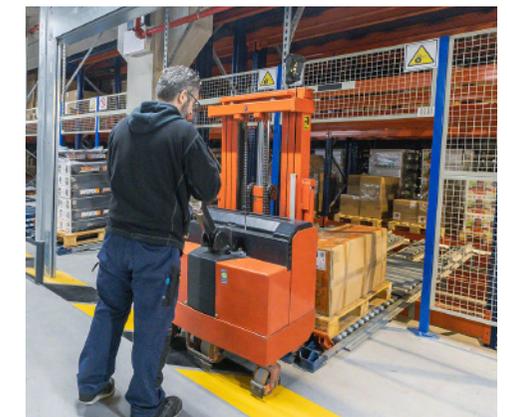
Estos pedidos, preparados en los puestos de picking de los almacenes automáticos o en las zonas de picking manual, se dirigen hasta una zona formada por diecisiete canales de transportadores dinámicos (en cada uno de ellos se depositan las cajas que conforman un mismo pedido). Después, se

trasladan hasta alguno de los cuatro puestos de empaquetado y etiquetado.

Pedidos con artículos de grandes dimensiones. Preparados en los canales dinámicos en el nivel inferior del almacén automático de tarimas o en los racks selectivos manuales, se empaquetan y etiquetan en una zona reservada próxima a los muelles de carga.

Sea cual sea el caso, en el proceso de empaquetado interviene Multi Carrier Shipping Software, una extensión de Easy WMS dedicada a automatizar la gestión de las expediciones de los pedidos. Easy WMS indica a los operadores qué artículos hay que empaquetar y estos los van situando en el interior de cajas de cartón según su peso y tamaño. Así, por ejemplo, si un pedido está compuesto por multitud de artículos, estos podrían colocarse en una misma caja para simplificar su traslado o en cajas distintas si fuera conveniente.

Multi Carrier Shipping Software genera una *packing list* en la que se especifica el número de artículos que conforman cada pedido. La gran mayoría de pedidos que se preparan en el centro logístico de Aghasa Turis están formados por artículos de pequeñas dimensiones, por lo que el proceso de empaque-





“La razón por la que hemos confiado en Mecalux para este proyecto tiene su historia. El primer almacén que montó mi padre ya tenía racks de Mecalux. Obviamente, es un partner logístico con mucha experiencia equipando todo tipo de instalaciones, desde pequeños almacenes hasta construcciones autoportantes de gran envergadura”.

Darío Alonso
Presidente de Aghasa Turis

tado y etiquetado es mucho más frenético en la zona con canales de transportadores dinámicos.

Para facilitar la tarea de los operadores en dicha zona, cada canal dispone de un dispositivo pick-to-light que les muestra la cantidad de cajas que deben extraer. Destacar que existen canales de transportadores dinámicos destinados exclusivamente a los pedidos que los clientes han comprado *online* y son objeto de envíos *dropshipping*. El motivo es que estos productos deben empaquetarse en cajas específicas de cada cliente y con un envasado adaptado al envío directo al cliente final. Además, son pedidos prioritarios que deben distribuirse con una trazabilidad muy detallada. Una vez terminado el empaquetado y etiquetado de los pedidos, estos se dirigen hasta los muelles, donde se reúnen los artículos que se entregarán en un mismo reparto.

Aghasa Turis trabaja con tres agencias de transporte encargadas de repartir los pedidos: GLS, DHL y Correos Express. MultiCarrier Shipping Software sabe con antelación qué agencia distribuirá cada pedido, por lo que genera e imprime automáticamente una etiqueta para cada paquete. Esta etiqueta incluye el número de seguimiento

(más conocido como *tracking number*) para que los clientes puedan conocer el estado de sus pedidos en tiempo real.

Logística preparada para seguir creciendo

Aghasa Turis se ha beneficiado de una solución logística integral compuesta por varios sistemas automáticos, racks selectivos y una gestión automática con la que, a día de hoy, ya ha aumentado en un 27% el número de pedidos preparados. Easy WMS ha ayudado a dinamizar el picking, así como a llevar un estricto control del resto de operativas y de las 25.000 referencias en stock. La ambición y las ganas de mejorar su cadena de suministro permiten a Aghasa Turis disponer de un eficiente y tecnológico centro logístico, capaz de preparar y expedir el 95% de los pedidos en menos de 24 horas y sin errores, satisfaciendo así a todos sus clientes.

En palabras de Darío Alonso, “las nuevas tecnologías propician que haya cada vez más cambios y que todo sea más rápido, por lo que nuestra logística debe estar preparada para ello. Está en nuestro ADN. No podemos quedarnos en nuestra zona de confort, debemos pensar en todo lo que puede acontecer mañana y estar preparados para afrontar cualquier reto”.