

Operativa de la preparación de pedidos

1. Introducción.

El proceso de preparación de pedidos tiene lugar una vez han sido realizados los procesos de recepción, manipulación y ubicación.

El primer paso es la clasificación de los pedidos dependiendo de la tipología de producto, la fecha de entrega, el tamaño, el área de destino del pedido, la urgencia y las indicaciones especiales que haya hecho el cliente.

Una vez terminado el proceso logístico de preparación de pedidos la empresa se dedica a hacer los pasos que vienen a posteriori.

El empaquetado del producto acostumbra a venir después, seguido de la expedición que sería el paso final para terminar el proceso entero de envío de paquetes.

2. Características y necesidad de la preparación de pedidos en distintos tipos de empresas y actividades.

La globalización está cambiando la forma en que las empresas distribuidoras se relacionan con los fabricantes, y aquella en la que los comerciales de ventas se relacionan con sus clientes.

Es esencial invertir en recursos que permitan asistencia remota, capacitar al personal con recursos que les permitan comunicarse con sus clientes a distancia es fundamental.

Las relaciones cercanas no desaparecen ni su importancia se difumina, pero ya no es imprescindible que esa relación cara a cara sea para cada interacción que solicite el cliente.

En unos tiempos donde el ritmo de intercambio de información es tan elevado y la caducidad de esta es efímera, que la comunicación entre nuestros clientes sea lo más fácil y ágil posible, no es más que un requisito imprescindible.

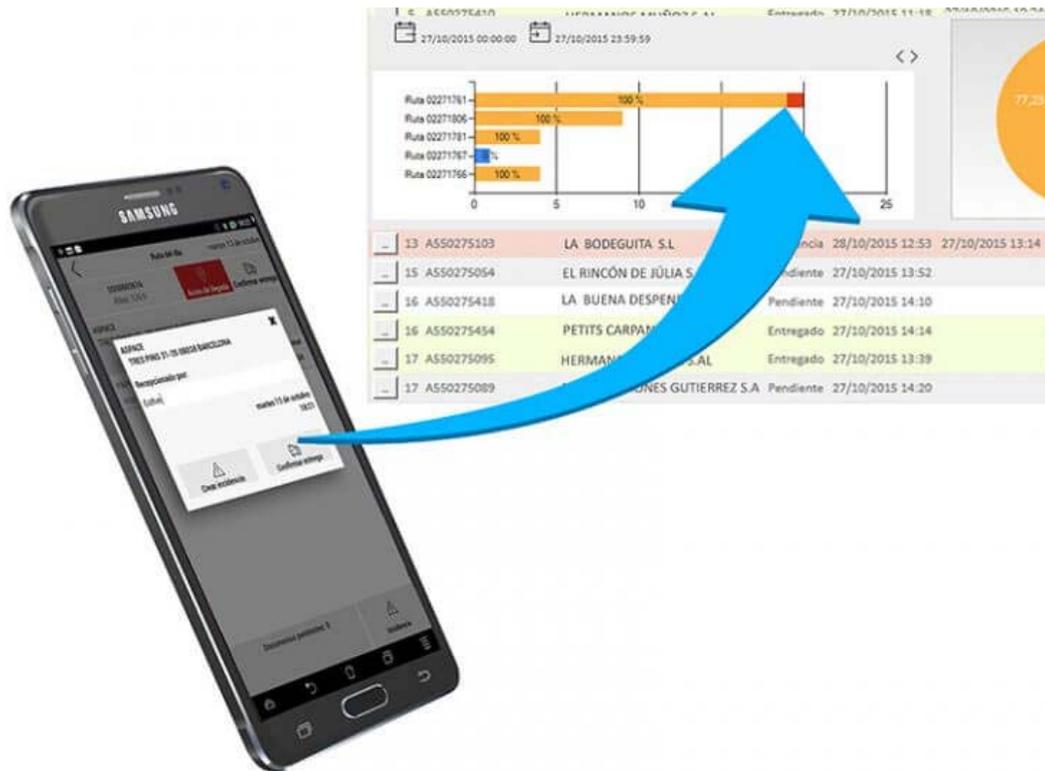


Se debe posibilitar poder tomar pedidos a distancia, como por ejemplo a través de una llamada debe ser una realidad fácil de llevar a cabo sin perder por ello la calidad de información que el comercial podrá transmitir a la hora de realizar el pedido, así como facilitar, también, la gestión del stock en el almacén, tarifas, ofertas, promociones, o cualquier observación relacionada con entregas y facturación de cada cliente

El cliente podrá recibir la toma de pedido en PDF con toda la información de productos, sus precios, incluso incluyendo imágenes asociadas del producto fuera necesario.

Otra opción que aún aporta más autonomía al cliente es ofrecerle una **app** desde la que poder auto-gestionar sus propios pedidos.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN



Una aplicación que ofrezca imágenes de calidad, información sobre promociones o novedades, detalles como la disponibilidad o inventario en almacén, la hora deseada de recepción, donde ponerse en contacto con el mayorista para realizar cualquier pedido pase de ser una necesidad a ser una opción

La integración de todas las áreas de negocio con ERP facilitará la gestión de los diferentes departamentos de la empresa, sobre todo la gestión de esos departamentos que disponen de empleados que por sus tareas, deben desplazarse constantemente de la oficina.

Poder incluso integrar estos datos con aplicaciones de uso propio para el minorista lo cual le permita acceder a información importante del producto y que pueda revisar sus propias previsiones de stock e ir las manteniendo actualizadas cuando necesite hará que su experiencia como cliente sea mucho más satisfactoria.

La tecnología con la que contamos hoy en día dará lugar a un mayor flujo de trabajo sin que ello suponga una mayor inversión en personal.

La optimización del tiempo en traspaso de información entre departamentos representa una mejora en la eficiencia de toda la cadena de suministro.

3. Consideraciones básicas para la preparación del pedido.

Una de las actividades más laboriosas y costosas de un almacén es la técnica del **picking**.

En el sector de la logística este término anglosajón se utiliza para referirse a la preparación de pedidos dentro del propio almacén.

Los operarios deberán recoger las unidades indicadas en el pedido que, generalmente, estarán ubicadas en distintas zonas del almacén.

Con más o menos tecnología incorporada o más o menos automatización de los procesos, toda empresa tiene la tarea de diseñar el picking de su operación de la manera más eficiente y efectiva para responder a su demanda.

3.1. Diferenciación de unidades de pedido y de carga.

Una **unidad de carga** es la unidad básica de almacenaje y transporte dispuesta sobre un soporte o embalaje modular (caja, palet, contenedor, etc.) con el fin de conseguir una manutención eficiente.

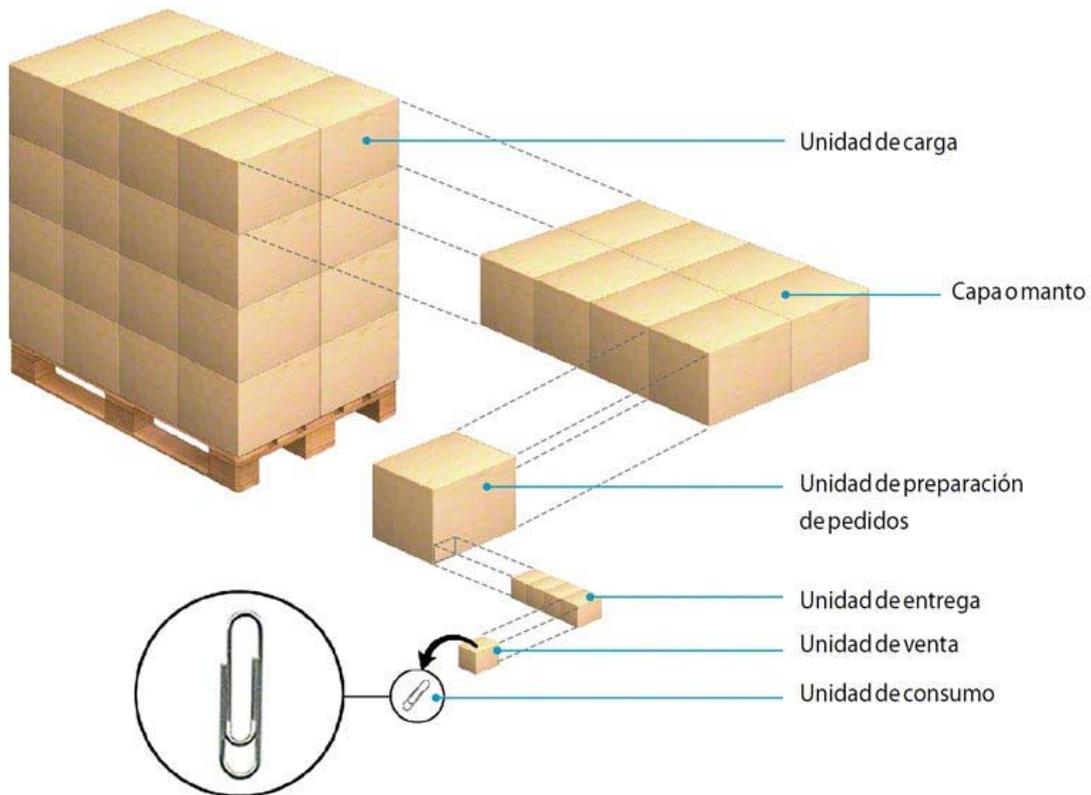
Las unidades de carga se manipulan en los puntos de trabajo tales como un almacén general, un almacén de reserva, un almacén de picking, un elemento de transporte interno, etc., por lo que en una misma instalación se puede manejar un único tipo de unidad de carga o pueden convivir distintas modalidades.

La **unidad de carga** puede dividirse en elementos más pequeños que también pueden manipularse.

La primera división lógica da como resultado las unidades de preparación de pedidos, que son las unidades mínimas de producto que se pueden servir a un cliente para cada **referencia**.

A su vez, **la unidad de preparación de pedidos** se puede dividir en unidades de entrega, que son agrupaciones formadas por unidades de venta que permiten una explotación optimizada de los sistemas de producción, distribución o comercialización. Si esta unidad no coincide con la de preparación de pedidos, esto significa que hay un mayorista entre el proveedor y el detallista.

Esta unidad de entrega puede subdividirse en **unidades de venta**, que son las menores unidades de producto que el consumidor puede comprar al detalle.



3.2. Tipos de pedido.

Un pedido se puede definir como un compromiso en firme entre dos partes (proveedor y cliente) que reúne todas las condiciones mínimas necesarias para establecer una relación comercial entre ellas de manera que una de las partes (el proveedor) pone a disposición de la otra (cliente) los productos o servicios comprometidos, bajo las condiciones pactadas.

Existen diferentes tipos de pedidos:

- El **pedido normal** suele ser encargos que se hacen un periodo corto de tiempo. Son pedidos reducidos para cubrir una semana, un mes o una temporada.
- El **pedido de reposición** salen generalmente del almacén y se hacen con la finalidad de reponer mercancía cuando los artículos están cerca de tocar el stock mínimo fijado por la empresa.
- Los **pedidos programados** son aquellos que se basan en un histórico de compras, y cuya entrega se fracciona en varias entregas al cabo del año, de esta forma se reducen costes de gestión y costes de adquisición por volúmenes de compra.
- El **pedido extraordinario** es aquel que por el motivo que sea se necesita con la mayor diligencia, ya bien sea por un exceso de demanda no contemplada o materiales de pronto empleo. Estos pedidos suelen descontarse de pedidos que ya están hechos.

Por ejemplo, cuando se tiene una cantidad de producto x pedida para el mes de agosto, pero se necesita que nos envíen lo antes posible 10 unidades de dicho producto. Estas 10 unidades suelen descontarse para que no afecte a los precios de compra.

- Los **pedidos abiertos** son aquellos pedidos que son aproximados pero aún no tiene obligación de compra.

Por ejemplo, una tienda de granizados artesanales tiene una previsión de venta para el verano de x productos y pide a su proveedor que le reserve una cantidad aproximada para esa previsión, pero a la llegada de la temporada de verano pedirá la cantidad que más se acerque a la realidad de su consumo.

3.3. Unidad de pedido y embalaje.

Una **unidad de pedido** es el proceso de recogida de material extrayendo unidades o conjuntos empaquetados de una unidad de empaquetado superior que contiene más unidades que las extraídas.

En general, el proceso en el que se recoge material abriendo una unidad de empaquetado o embalaje.



3.4. Optimización de la unidad de pedido y tiempo de preparación del pedido.

La preparación de pedidos es un apartado crítico del transporte y la logística. Según diversos estudios, la preparación de pedidos puede llegar a suponer hasta el 65% de los gastos totales del almacén.

Por eso, las empresas que preparan envíos deben tener en cuenta los siguientes conceptos básicos para mejorar sus resultados y optimizar los costes necesarios.

Está ganando importancia por el aumento de referencias en los catálogos de las empresas, por la reducción de stocks lo que provoca más envíos y, por tanto, más manipulación y por la disminución en el tamaño de los envíos que repercute en más labores de picking y menos envíos de palés completos monoreferencia, fomentado por el auge del ecommerce.

El diseño del almacén es un factor clave para optimizar la tarea de preparación de pedidos, para aprovechar al máximo el espacio disponible, reducir en lo posible la inversión en suelo (pensar en altura, calcular cuánta mercancía y espacio vamos a necesitar, incluyendo el posible crecimiento de la compañía y de los clientes, además de la estacionalidad)

También, se debe asegurar que haya suficiente espacio para la movilidad de las personas y de la maquinaria (el uso de apiladoras pueden ayudarte a reducir el espacio necesario entre estanterías) y reservar sitios para las diferentes actividades (consolidación, playa, descarga, etc.).

Los principios del picking son dos.

Operatividad



Se trata de alcanzar la máxima productividad del personal y el adecuado aprovechamiento de las instalaciones.

Estos principios se resumen en dos:

- Minimización de recorridos con una adecuada zonificación ABC de líneas de pedido.
- Mínimas manipulaciones conciliando las unidades de compra y de distribución.

Calidad de servicio al cliente

Podemos concretar la calidad de servicio al cliente en los siguientes puntos:

- Rotación del stock controlando el FIFO y la caducidad.
- Posibilidades de recuento e inventario permanente.
- Información en tiempo real.
- Cero errores.

En la preparación de los pedidos en un almacén se consideran las ventas y se mide el volumen de operaciones con los pedidos de los clientes.

Las variables que influyen en el volumen y complejidad del picking son:

- Las dimensiones del producto: unidades, cajas, bases, palets, atados, bobinas, etc.
- Número de referencias en stock y en ventas.
- Número de pedidos al día.
- Número de líneas de pedido al día y por cada pedido.

A continuación, se muestra un cuadro con el tipo de almacén según la actividad de la empresa:

VARIABLES	Casos			
	Farmacia	Ferretería	Industrial	Menaje
	Distancia			
Unidad de almacenamiento	Palets y cajas	Palets y cajas	Palets	Palets y cajas
Unidad de picking	Cajas y envases	Cajas y envases	Palets y cajas	Cajas y unidades
Número de referencias	Pocas: 100	Muchas: 10.000	Muchas: 2.000	Muchas: 10.000
Número de L.P./día	Muchas: 500	Muchas: 400	Muchas: 1.300	Muchas: 500
Número de pedidos/día	Muchos: 100	Muchos: 50	Pocos: 5-10	Pocos: 5-10
Número de L.P./pedidos	Pocas < 10	Pocas < 10	Muchas > 50	Muchas 100
Tipo de estantería	Compactas/dinámicas	Convencionales/cargas ligeras	Convencionales	Convencionales
Tipo de carretilla	Retráctil/manual	Apilador/manual	Recogepedidos baja altura	Apilador



Aplicación práctica

¿Cuáles serán las tecnologías más demandadas en los almacenes del futuro?

Alimarket.esLogisticaNoticias. 28/12/2018

“Con la llegada de la industria 4.0 a todas las ramas del sistema productivo, la cadena de suministro está incorporando distintas tecnologías con las que ponerse al día y ofrecer también una logística 4.0. El internet de las cosas (IoT), la robótica y la inteligencia artificial son algunas de las novedades tecnológicas que con mayor rapidez se están incorporando a la supply chain.

Conscientes de que esta revolución no ha hecho más que empezar y de que las demandas de sus clientes irán en aumento, los principales fabricantes de sistemas de almacenaje y estanterías están trabajando para adaptar su oferta de servicios y productos a las necesidades logísticas del mañana.

Conscientes de que esta revolución no ha hecho más que empezar y de que las demandas de sus clientes irán en aumento, los principales fabricantes de sistemas de almacenaje y estanterías están trabajando para adaptar su oferta de servicios y productos a las necesidades logísticas del mañana.

Tal y como se analiza en un reciente reportaje publicado por Alimarket, los expertos coinciden en señalar que las tecnologías más demandadas a corto-medio plazo serán los entornos colaborativos hombre-máquina y todo lo relacionado con la automatización del picking.

Destaca así el aumento de la solicitud de sistemas "mercancía al hombre" como respuesta a las nuevas necesidades logísticas, en las que se impone la imprevisibilidad de la demanda y la reducción de tamaño de los pedidos, junto a plazos de entrega a cliente cada vez más cortos.

En esta línea, Ulma Handling Systems ha apostado por el desarrollo de robots de picking automáticos, especialmente diseñados para entornos colaborativos de preparación de pedidos en centros de distribución.

Por su parte, Schaefer ha ampliado su gama de soluciones shuttles para carga ligera con el lanzamiento del SSI Flexi Shuttle, que puede almacenar multiformatos gracias a su tecnología ajustable al tipo de carga. Finalmente, Dematic, ante la complejidad que supone para la distribución la preparación de palés multirreferencia según su disposición en el punto de venta, ha desarrollado Dematic AMCAP (Automated Mixed Case Palletising).

Se trata de una solución de diseño modular para la paletización automática de pedidos eficientes en aquellos casos que requieren soluciones automáticas de preparación de palés.

Esta creciente demanda de sistemas automáticos en los centro de almacenaje está haciendo que los principales fabricantes estén viviendo una época de clara expansión, que aún parece no haber tocado techo.

Después de vivir unos duros ejercicios a finales de la pasada década, en los que la empresas perdieron prácticamente un tercio de sus ventas, en la actualidad el sector vive unos años dorados que les están permitiendo, no sólo recuperar el terreno perdido, sino seguir incrementado sus cifras. Según los datos recopilados por Alimarket entre más de una treintena de fabricantes e implantadores que operan en España, el crecimiento habla de un 2018 récord, con buenas perspectivas para el año que ahora comienza.”

Se pide:

Analizar y comentar el contenido del artículo.

4. Documentación básica en la preparación de pedidos.

Los documentos comerciales, también llamados documentos mercantiles, son todos los comprobantes extendidos por escrito en los que se deja constancia de las operaciones que se realizan en la actividad mercantil, de acuerdo con los usos y costumbres generalizados y las disposiciones de la ley.

4.1. Documentación habitual.

Entre los documentos que habitualmente se utilizan en la preparación de pedidos, encontramos las notas de pedido, albaranes, recibos y facturas.

También, es frecuente el uso de un documento denominado carta de porte y la documentación relacionada con seguros de transporte.

Nota de pedido

El pedido es una orden de compra de productos en firme que deberá servir al proveedor y al cliente en la cantidad, precio y fecha convenidos por ambos.

Deberán extenderse cómo mínimo dos ejemplares: uno que queda en poder del que lo suscribió (comprador) y otro, que es el que se entrega o envía al vendedor.

Los pedidos se pueden realizar por diferentes vías:

- Por fax: se hará una relación del pedido a solicitar
- Por teléfono: posteriormente el comprador deberá confirmar el pedido por escrito y remitírselo al proveedor.
- Por agentes comerciales del proveedor, que serán quienes tomen nota del pedido a realizar.
- Por correo electrónico

Los pedidos pueden ser de dos tipos: condicionales y en firme.

Pedido condicional: el comprador expone unas condiciones al vendedor (descuentos, plazos de entrega, seguros...) y éste decide si las acepta o no.

Si el vendedor acepta las condiciones solicitadas por el comprador, el pedido se considera en firme y el documento utilizado se denomina “propuesta de pedido”.

Pedido en firme: se realiza cuando el comprador y vendedor están de acuerdo en las condiciones de la operación y no esperan modificaciones.

El impreso utilizado se denomina “nota de pedido”.

Albarán

Las mercancías solicitadas llegan acompañadas de un documento denominado **albarán** en el que se relacionarán y describirán cada una de ellas comprobando con el mismo que se ajustan al pedido realizado.

El albarán es un documento oficial de **carácter mercantil** que acredita la recepción de un pedido o la prestación de un servicio entre varias partes.

Este documento es elaborado por el emisor o persona que envía la mercancía. Una vez recibida, el receptor debe firmar el albarán para darle validez al documento.

Legalmente, un albarán tiene el mismo valor que una factura.

Obliga a una parte a entregar a otra una mercancía.

Además, un albarán firmado le permite saber al emisor que el pedido ha sido recibido y llevar así, el control en la salida de existencias.

En España un albarán ha de incluir la siguiente información:

- Fecha de emisión
- Nombre de emisor y receptor, NIF y domicilio
- Número de la factura
- Producto
- Precio
- Firma del receptor

Una vez que las mercancías llegan al comprador, éste comprueba las mismas con el albarán, constatando asimismo éste con el pedido realizado.

Si las mercancías son incorrectas (faltan o sobran unidades, se encuentran en mal estado...) el comprador se pondrá en contacto con el vendedor para establecer las reclamaciones oportunas.

Existen dos tipos de albarán: el valorado o sin valorar.

Albarán valorado

No solo se consignan los datos que demuestran la existencia de una transacción, sino que también se debe incluir el precio individual de cada mercancía, los impuestos, los descuentos y el valor total de la operación.

Esta clase de albarán, además de evidenciar una transacción o la entrega de una mercancía, también incluye el precio individual y total de la operación. Aquí no solo se dan detalles de la mercancía, sino también se anota su valor.

Los valores que se detallan en esta clase de albarán no cuentan con efectos tributarios. El albarán es un documento que solo garantiza una entrega, si se le agrega el valor de la mercancía es solo para ofrecer un mayor detalle de la transacción.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

PORCINO S.A.
 Polígono La Paz, C/M. s/n - 44195 TERUEL.
 Teléfono: 978 611 250 - Fax: 978 611 284

Albarán	Fecha	Cliente	Su pedido
003542 B 3035	02/11/2006	43008057	

SOCIEDAD CL HONURA, 48-BAJO 08027 BARCELONA BARCELONA ESPAÑA

Artículo	Descripción	Lote	Cajas	Piezas	Cantidad (Kg.)
P42101	PALETA CPA - V PIEZA	021106	6	18	84,210
P40201	CENTRO JAMON D.O. PULIDO		2	2	13,360
P40102	JAMON D.O. TERUEL PIEZA	021106	1	2	19,075
P4L103	JAMON LONCHEADO TIERRANOBLE 150 GRS VACIO		1	20	3,000
P4L201	PALETA LONCHEADA 200 GRS. VACIO INTERLEAVER	021106	1	17	3,400
P4L301	LOMO EMBUCHADO LONCHEADO 100 GRS. ATM	021106	1	15	1,500
			12	74	124,545



Cajas Enviadas: 12

Cajas Devueltas:

Transportista	Conforme Origen	Conforme Transp.	Conforme Destino
TRANSPORTES, S.L. PG LA PUEBLA, C/RIO GALLEGO S/N B50888881 Vehículo: Conductor:			

Temperatura (°C): 0,0

Un albarán valorado debe ser emitido por las empresas que facturan a sus clientes por períodos de tiempo, ya sean periodos semanales, quincenales o mensuales. Así el comprador podrá conocer el valor de la mercancía sin tener que esperar la factura.

Albarán sin valorar

El albarán sin valorar, al no valorar económicamente la mercancía, debe mostrar solamente la cantidad de la mercancía y hacer una descripción de ella.

Aquí no se deja constancia ni del valor unitario ni del precio final de la operación.

Este tipo de albarán que solo hace una descripción de los productos y sus cantidades pero no detalla el precio unitario ni el total, se llama albarán sin valorar. Aquí solo se busca acreditar que una mercancía ha sido entregada satisfactoriamente.

Ya que este albarán sin valorar no consigna los precios de los productos, es común que junto a él se entregue la factura.

De esta manera, el cliente podrá conocer el valor de la mercancía que ha adquirido.

Como mínimo la factura debe extenderse por duplicado.

El original queda en poder del comprador y el duplicado queda para el vendedor y con el se contabiliza la venta y el cargo al comprador.

La factura es el documento principal de la operación de compraventa con ella queda concretada y concluida la operación.

Es un documento de contabilidad y medio de prueba legal.



Aplicación práctica

El día 3 enero de 2019 su empresa Vintage Moda con NIF A- 09878908 con número de teléfono 914566678, e-mail vintagemoda@gmail.com y con domicilio en calle Alvarado, 366 de Madrid 28005 emite una nota de pedido al mayorista Complementos Ruíz S. L con NIF B-09878909 y con domicilio en calle Jaime el Conquistador 22 de Madrid 28003 números de teléfono/ fax 91233445/912333446 y e-mail cruiz@gmail.com.

Le solicita la siguiente mercancía:

- 5 bolsos fiesta lentejuelas negras con broche dorado valorados en 46 euros/unidad.
- 3 pares de zapatos charol rojo valorados en 89 euros/par.
- 10 collares de perlas rosas de vuelta doble y cierre de plata por importe de 122 euros/unidad.

El número de nota de pedido es el 23.

Se pide:

Realizar la nota de pedido correspondiente.

4.2. Sistemas de seguimiento y control informático de pedido.

Cada negocio tiene sus necesidades concretas, por eso se han desarrollado herramientas muy diferentes con finalidades muy variadas que resultan muy útiles para muchas empresas.

Es de vital importancia encontrar un programa de gestión de pedidos que se adapte a las necesidades propias de la empresa.

Dependiendo del sector en el que desarrolle la actividad, volumen de ventas, de facturación y de la relación con los proveedores, se necesitará unas características concretas que mejoren el funcionamiento.