



Black Friday

¿TODO LISTO PARA EL BLACK FRIDAY?

CÓMO AFRONTAN LOS LÍDERES DEL
SECTOR LA TEMPORADA ALTA DE CONSUMO

Índice

Todo se reduce a una buena preparación – Introducción a una temporada alta de éxito	3
Caso de éxito: Nordic Nest –	
Un tercio de las ventas anuales en solo unas semanas	4
Workshop de optimización –	
Cómo funciona y por qué deberías hacerlo	7
Caso de éxito: SportFits –	
Crecimiento inteligente en temporada alta	9
Caso de éxito: Helly Hansen:	
“Superamos el miedo a la temporada alta”	12
Cómo AutoStore y Element Logic afrontan los picos de consumo a gran escala	15
Consejos de nuestros expertos:	
el equipo de Element Logic comparte sus mejores recomendaciones para la temporada alta de consumo	17
Checklist para afrontar con éxito la temporada alta	20

Todo se reduce a una buena preparación

A medida que se acerca el Black Friday —y con él, las temporadas de mayor demanda— se percibe en el ambiente una tensión familiar. Y no solo entre los clientes, que esperan con impaciencia las mejores ofertas: detrás de cada pedido, los responsables de almacén y los equipos logísticos se preparan para lo que se avecina. Las expectativas son altas en ambos lados, y cuando todo funciona, no se trata solo de una venta exitosa: es el comienzo de una relación a largo plazo, de esas en las que el cliente siempre vuelve.

Para muchos retailers, la semana del Black Friday es el momento más decisivo del año. Pero no se trata solo de una gran semana de compras, sino de cumplir con todo lo que se espera de ella: rapidez, precisión, disponibilidad y eficiencia. Si fallas en los plazos de entrega, puede que pierdas a ese cliente para siempre.

Por eso, la escalabilidad lo es todo. La capacidad de acelerar el ritmo de las operaciones, asumir mayores volúmenes y seguir entregando con precisión es lo que marca la diferencia entre una campaña fluida y una caótica.

He visto en primera persona cómo incluso los planes mejor trazados pueden venirse abajo cuando la presión aprieta. En mi experiencia, la clave para evitarlo está en aprender de lo vivido en campañas anteriores. Analizar indicadores como la precisión de los pedidos o los tiempos medios de entrega permite detectar puntos de mejora. Por ejemplo, mantener una tasa alta de acierto en los pedidos reduce las devoluciones y refuerza la satisfacción del cliente, dos factores clave en plena temporada alta.

En este whitepaper descubrirás de primera mano cómo se preparan las empresas que triunfan en plena temporada alta. Nordic Nest, SportFits y Helly Hansen afrontan picos masivos de demanda durante la Black Week y comparten sus estrategias y aprendizajes para convertir esos repuntes puntuales en relaciones duraderas y crecimiento sostenido.

También encontrarás información práctica y consejos útiles de los propios expertos de Element Logic. Con más de 40 años de experiencia en intralogística, sabemos

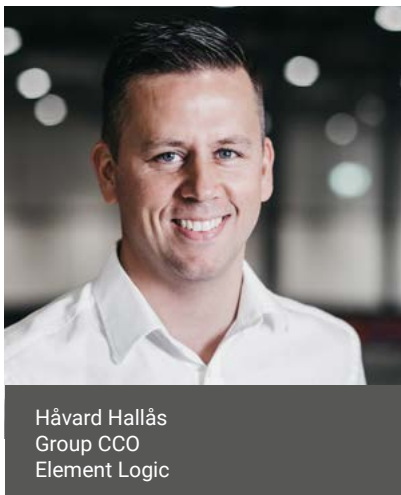
lo que se necesita para construir operaciones de almacén capaces no solo de superar la temporada alta, sino de destacar.

Y como broche final: una checklist para poner en práctica todo lo aprendido.

Disfruta de la lectura y que tu próxima temporada alta sea todo un éxito.

Un saludo,

Håvard Hallås
Group CCO, Element Logic



Håvard Hallås
Group CCO
Element Logic



Un tercio de las ventas anuales en solo unas semanas

NORDIC
NEST

Para Nordic Nest Group, una empresa de e-commerce en pleno crecimiento especializada en diseño escandinavo para el hogar, el último trimestre del año es decisivo. Cerca de un tercio de su facturación anual se concentra en estos meses, con la Black Week como el punto álgido indiscutible.

En tan solo unos días, se acumulan miles de pedidos. Las expectativas son altísimas: los clientes exigen precisión, rapidez y fiabilidad. Durante años, el equipo de Nordic Nest exprimió al máximo sus sistemas manuales, pero la presión no dejaba de aumentar.

"Retrasamos la automatización todo lo que pudimos", explica Johan Torudd, responsable

de Desarrollo de Operaciones en Nordic Nest. "Llevamos nuestros flujos manuales al límite, optimizando cada paso posible. Pero llegó un punto en el que resultó evidente que necesitábamos algo más: escalar simplemente sumando personas ya no era sostenible".



Llevamos nuestros flujos manuales al límite, optimizando cada paso posible. Escalar simplemente sumando personas ya no era sostenible.

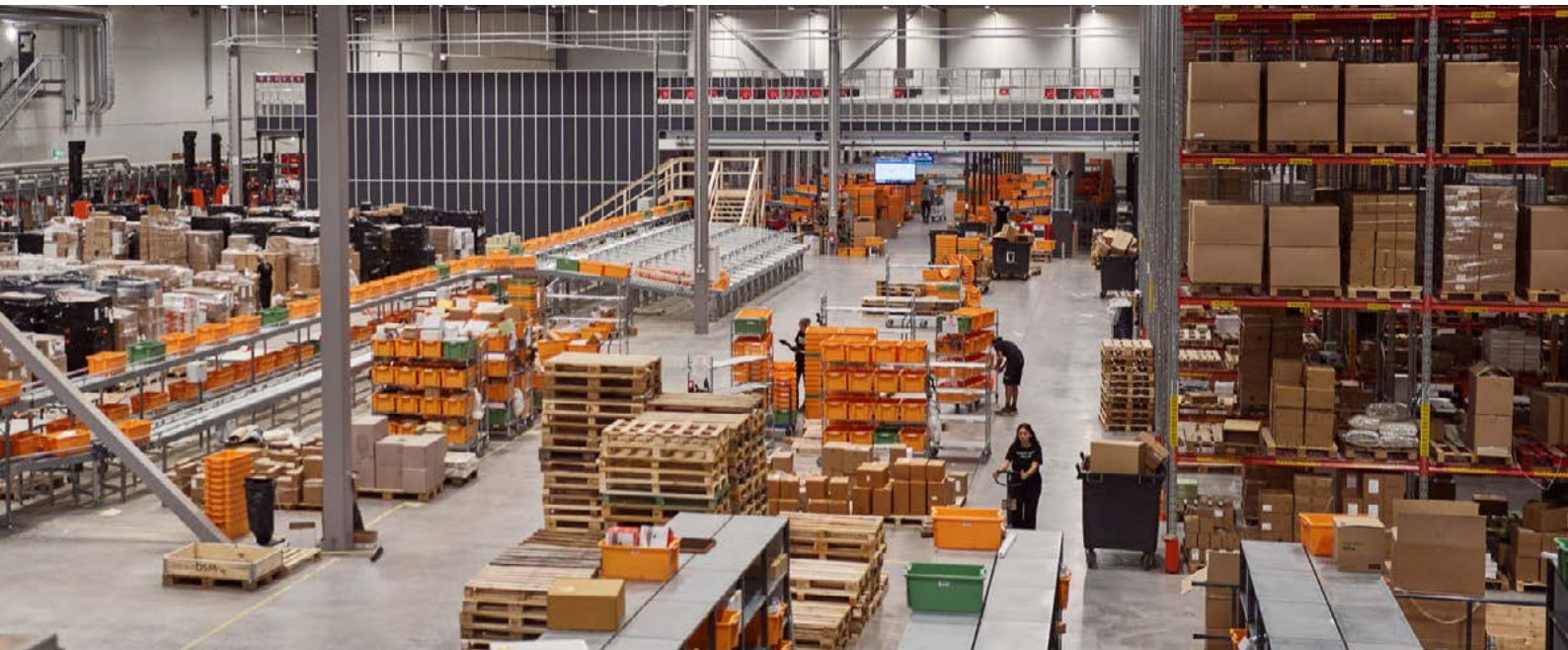
Una solución escalable que crece con el negocio

El punto de inflexión se produjo en 2022, cuando Nordic Nest decidió replantear su configuración logística. "Element Logic nos ofreció una solución AutoStore con la que podíamos crecer", explica Johan Torudd.

"A diferencia de muchos otros sistemas de automatización, que exigen tomar decisiones muy definidas desde el principio sobre tamaño, diseño y capacidad futura, AutoStore nos dio flexibilidad. Aunque nuestra instalación inicial ya incluía un número importante de cubetas y robots, su

estructura modular nos permitió escalar de forma gradual, añadiendo componentes según lo necesitábamos, en lugar de afrontar una gran inversión inicial. Esa libertad para adaptarnos fue clave para acompañar la evolución del negocio", detalla.

La implementación demostró rápidamente su valor. No solo como mejora técnica, sino como una herramienta que permitió a Nordic Nest planificar mejor, entregar más rápido y seguir creciendo, incluso en plena temporada alta.



La automatización no lo soluciona todo por sí sola

Aunque la automatización supuso un cambio radical para Nordic Nest, el equipo detectó ciertas tensiones en el sistema durante la Black Week de 2023.

"Había demasiado retraso en el sistema", explica Torudd. "No sabíamos exactamente por qué ocurría, pero teníamos claro que debíamos solucionarlo antes del pico de 2024".

Con ese objetivo, Nordic Nest organizó un workshop de optimización con

Element Logic para analizar los datos en profundidad y localizar posibles cuellos de botella ocultos. Como resultado, el equipo implementó un sistema de previsión que mejoró la disponibilidad de tareas. Y tras algunos ajustes adicionales, lograron resolver los retrasos.

"Nos sentimos más preparados y con mayor control. La primera oleada del pico de 2024 no nos golpeó con tanta fuerza como en años anteriores, lo que nos permitió coger ritmo desde el principio", concluye Torudd.

El rendimiento en temporada alta depende de la preparación

Durante la Black Week no hay margen para el error. Lo sabe todo el mundo. Para adelantarse a cualquier imprevisto, Nordic Nest se asegura de que su sistema esté revisado al completo antes del cuarto trimestre y cuenta con un técnico de Element Logic en alerta por si surge cualquier incidencia.



Johan Torudd
Operations Development Lead
Nordic Nest

"Rara vez hemos tenido problemas con nuestra solución AutoStore, pero cuando un tercio de los ingresos anuales se concentra en noviembre, no puedes

permitirte correr riesgos", afirma Johan Torudd.

Con la última Black Week aún reciente, ya ha empezado a preparar la siguiente. Pero eso no significa que el resto del año pase a un segundo plano.

"Por supuesto que ya estamos pensando en el próximo pico", reconoce Johan Torudd. "Pero no podemos dejar que eso eclipse los otros nueve meses, que son igual de importantes. Cuanto mejor planifiquemos y optimicemos de forma continua el almacén y los flujos relacionados, más fluidas serán las próximas campañas. **Al final, todo se resume en no conformarse nunca y cultivar una mentalidad en la que siempre hay margen de mejora, por bien que estén funcionando las cosas**".



Información técnica

Cubetas: 60.000

Robots: 136 R5

Carousel ports: 14

Conveyor ports: 10

Ubicación: Kalmar, Suecia



¿Y si tu solución AutoStore pudiera ser entre un **10 y un 20 % más eficiente?**
— incluso antes de que empiece la temporada alta

Incluso los almacenes mejor gestionados pueden afrontar dificultades al prepararse para campañas como el Black Friday. Para ayudar a sus clientes a detectar cuellos de botella ocultos, oportunidades desaprovechadas y preparar sus sistemas ante periodos de máxima presión, Element Logic ofrece un workshop de optimización a medida.

Se trata de un proceso práctico que permite analizar en profundidad el rendimiento real de tu solución AutoStore y detectar claramente dónde hay margen de mejora.

Todo empieza con los datos. A partir de

registros reales extraídos de AutoStore, eManager y otros sistemas, el equipo de Element Logic analiza indicadores clave de campañas anteriores, como la velocidad de picking, los tiempos de espera, la utilización de robots o la eficiencia del sistema.

La gestión del flujo de pedidos es clave para una temporada alta exitosa

Uno de los aspectos centrales del workshop es la estrategia de colas. ¿Cuántos pedidos deben enviarse al sistema AutoStore al mismo tiempo? Si se envían muy pocos, los operarios terminan esperando. Si se envían demasiados, el sistema puede saturarse. El workshop permite calcular ese equilibrio óptimo teniendo en cuenta factores como el número medio de líneas por pedido, la preparación de la cuadrícula y la capacidad de los puertos.

También se aplica el principio de Pareto — el 80% de los resultados proviene del 20% del esfuerzo— como parte fundamental del análisis. En un sistema AutoStore, esto se traduce en identificar qué productos concentran la mayoría de los pedidos y dónde están ubicados físicamente en la

cuadrícula. El equipo del workshop calcula la profundidad de extracción (dig depth) para evaluar si puede optimizarse. Cuanto más cerca de la superficie están los artículos, más rápido acceden a ellos los robots, lo que incrementa directamente la eficiencia operativa en el picking.

Además, se analiza a fondo la capacidad de los robots y de los puertos. ¿Están los robots distribuidos de la forma más inteligente? ¿Están los puertos configurados para facilitar el flujo óptimo? Todos estos datos se combinan con las observaciones realizadas in situ para elaborar un informe personalizado para cada almacén. El informe incluye tanto hallazgos como recomendaciones prácticas, muchas de las cuales pueden aplicarse de inmediato.



¿El resultado?

Una visión más clara de cómo responde tu sistema bajo presión y un plan concreto para mejorarlo antes de que lleguen las semanas más exigentes del año.



Crecimiento inteligente en temporada alta

Para SportFits, crecer con fuerza en un mercado de e-commerce tan competitivo requiere mucho más que buenos productos: exige excelencia operativa.

Este retailer alemán especializado en ropa deportiva y de outdoor se ha ganado un lugar como competidor destacado gracias a una estrategia clara: trabajar con más inteligencia, no solo con más esfuerzo. Y no hay momento del año en el que esta estrategia se ponga más a prueba que durante la temporada alta.

El invierno es siempre una época de gran actividad para SportFits, impulsada por las vacaciones de esquí y el aumento de compras típico de la temporada. Entre noviembre, diciembre y enero, el volumen de pedidos se dispara hasta un 80 % por encima de la media anual, y en los días de mayor demanda puede multiplicarse entre un 300 % y un 400 %.

Aunque diciembre es su mejor mes, es el Black Friday y, en especial, la Black Week lo que realmente pone a prueba su capacidad operativa. "Es cuando todo sucede al mismo tiempo", explica Dennis Latz, Project Manager en SportFits. "Un pico enorme de pedidos concentrado en solo unos días".

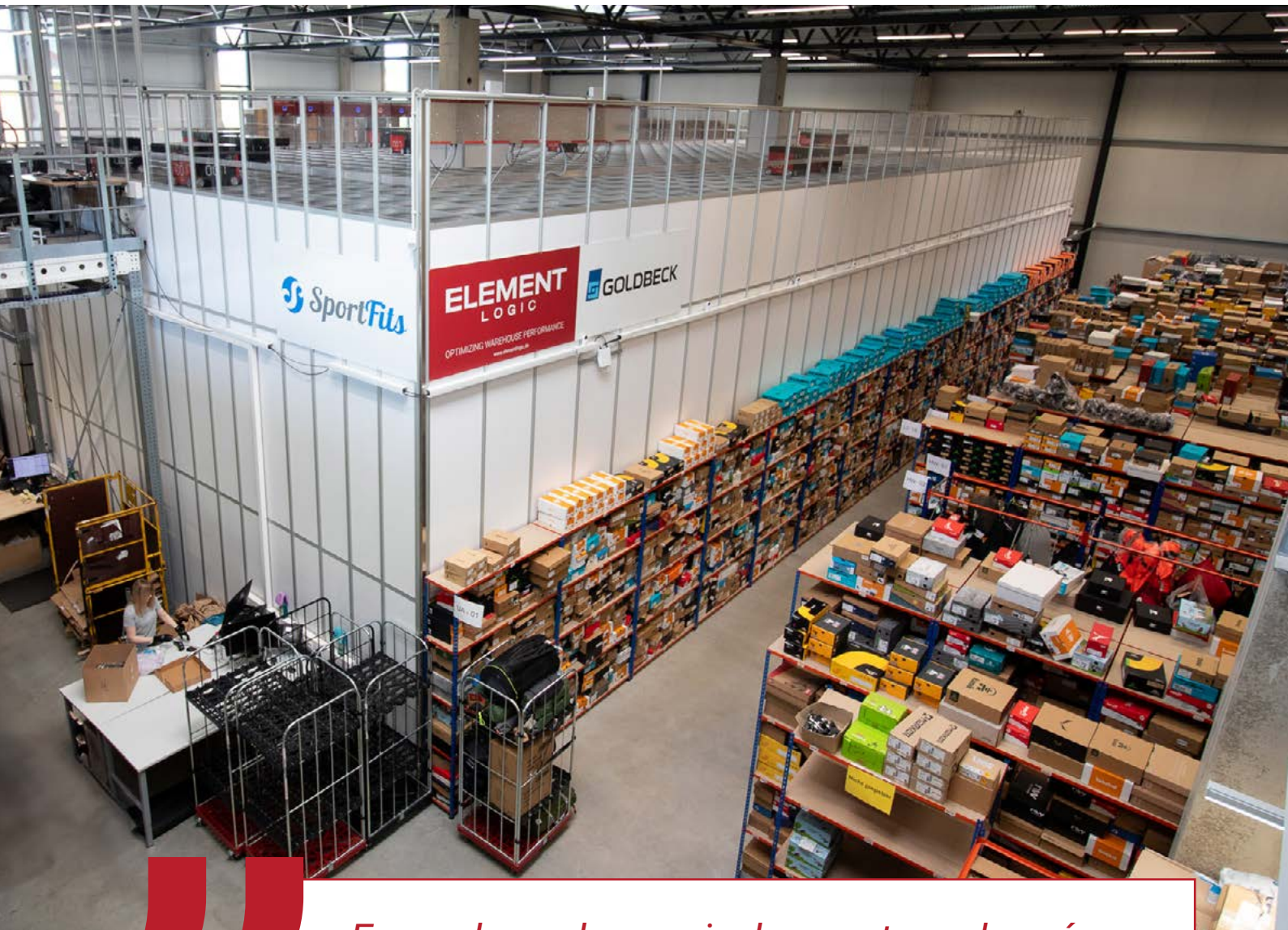
Latz recuerda perfectamente la Black Week de 2023, que coincidió con la primera gran nevada de la temporada. "Todo el mundo quería equipamiento de invierno al mismo tiempo. Fue un caos total", comenta. "Las empresas de transporte no daban abasto, el retraso se acumulaba y tuvimos que trabajar incluso los domingos para salir adelante. Hasta el personal de oficina se puso a embalar pedidos".

La estrategia de un retador

SportFits aún no es un gigante en su sector, pero actúa como si lo fuera, gracias a una estructura logística diseñada para ofrecer flexibilidad, velocidad y control.

Su modelo de stock es híbrido: solo los productos más vendidos se almacenan in

situ, lo que permite entregas rápidas en 1 a 3 días, mientras que el resto se envía directamente desde los proveedores. "Eso reduce el espacio, los costes y, lo más importante, el riesgo. El exceso de stock es lo que acaba con empresas de nuestro tamaño", afirma Dennis Latz.



Eso reduce el espacio, los costes y, lo más importante, el riesgo. El exceso de stock es lo que acaba con empresas de nuestro tamaño

Trabajar con inteligencia, no solo con rapidez

Para asumir el volumen de pedidos de la temporada alta sin necesidad de contratar un ejército, SportFits apuesta por automatizar allí donde realmente aporta valor. En el corazón de su almacén se encuentra AutoStore, un sistema instalado por Element Logic que permite un almacenamiento compacto, una recuperación rápida de cubetas y una conexión directa con una línea de ensamblaje optimizada y una máquina de embalaje.

Cuando un robot recoge un artículo y lo envía a un puerto, el producto se embolsa, etiqueta y prepara automáticamente para el envío gracias a esa máquina de embalaje. "Entre el 60% y el 70 % de los pedidos pasan directamente por la máquina", explica Dennis Latz. "Ahorra una cantidad enorme de tiempo. Y, además, es constante, turno tras turno".

Eso es lo que permite a SportFits cumplir una de sus promesas más importantes al cliente: enviar todos los pedidos en un plazo

máximo de 12 horas, incluso en temporada alta. "Durante la última Black Week, mantuvimos el ritmo. Solo dos días fuimos un poco por detrás, pero nos pusimos al día de inmediato. Sin automatización, habría sido imposible".

Cada noche, durante la temporada alta, el equipo ejecuta rutinas de pre-picking, generando listas de picking basadas en previsiones de pedidos. Los robots AutoStore reorganizan la cuadrícula mientras el equipo descansa, moviendo a la parte superior las cubetas con mayor demanda para que el turno de la mañana arranque con todo preparado.

De octubre al final del invierno, el almacén opera en dos turnos: el equipo de la mañana gestiona los pedidos de salida, mientras que el de la tarde se encarga de las recepciones y la reposición. Es una operativa que equilibra automatización, planificación inteligente y un sólido trabajo en equipo.

Crece contra todo pronóstico

Pese a la desaceleración general del mercado deportivo y actividades al aire libre, SportFits creció un 27% en 2024. "No tenemos una plantilla enorme. Tenemos sistemas", explica Dennis Latz. "Mientras otros destinan una persona por marca, nosotros tenemos dos personas gestionando entre 10 y 20 marcas. Eso nos permite crecer rápido y de forma sostenible".

Y no tienen intención de frenar. Ya hay planes para seguir mejorando sus procesos y duplicar el sistema AutoStore de aquí a 2026.

Latz no duda en compartir las claves que, según su experiencia, les han funcionado:

"Automatiza todo lo que puedas. Planifica bien los turnos. Y forma un equipo que se apoye pase lo que pase".

Información técnica

Cubetas: 12.000

Robots: 12

Carousel ports: 3

Ubicación: Passau, Alemania



Del agotamiento al equilibrio “Superamos el miedo a la temporada alta”

Helly Hansen es conocida por diseñar ropa técnica de alto rendimiento que protege a profesionales y amantes del deporte al aire libre en las condiciones más extremas. Pero entre bastidores, el equipo del almacén de la compañía en Norteamérica afrontaba cada año a su propia tormenta: la temporada alta de consumo.

Con un pico en retail a principios de otoño y un repunte del e-commerce que culmina con el Black Friday y las fiestas navideñas, la presión llegaba por oleadas. Jornadas larguísimas, ritmo frenético y agotamiento físico eran parte habitual del trabajo.

El punto de inflexión llegó en 2022, cuando Helly Hansen se convirtió en la primera empresa de Norteamérica en automatizar

con AutoStore de la mano de Element Logic, justo después de que esta estableciera allí su filial.

“Pasamos de 1970 a 2030 de la noche a la mañana. Ha sido una de las inversiones más inteligentes que hemos hecho”, asegura Andrew Aldworth, responsable de Cumplimiento de Calidad.

Una carga que se aligera

Antes de automatizar, la temporada alta significaba recorrer kilómetros cada día solo para poder seguir el ritmo de los pedidos. "Sinceramente, me sorprende que los operarios del almacén siguieran viniendo año tras año", comenta Andrew Aldworth sobre el equipo. "Era un trabajo físicamente agotador".

Ahora, los robots asumen las tareas más exigentes. "La energía es completamente

distinta. La gente está más tranquila". La carga de trabajo es mucho más sostenible, no solo a nivel físico, sino también mental.

Y los beneficios van mucho más allá de las operaciones del almacén. "Antes planificábamos con muchísima ansiedad durante meses", recuerda Andrew Aldworth. "Ahora afrontamos la temporada alta con calma. Confiamos en el sistema".

Ahorro más allá del tiempo

El paso a la automatización ha permitido a Helly Hansen reducir costes en personal temporal. Con menos personas recorriendo los pasillos y los robots gestionando las cubetas, también se han notado claras mejoras en materia de seguridad.

Además, se ha aliviado el estrés en la oficina. "Hay menos idas y venidas con las agencias, menos abandonos a mitad de campaña... en general, la operativa es mucho más fluida".



Cómo crecer sin dolor

En 2024, el almacén procesó cientos de miles de pedidos de e-commerce entre el 24 de noviembre y el 17 de diciembre, con un crecimiento de dos dígitos respecto al año anterior. Pero la situación era muy distinta hace solo unos años. "Antes de la COVID recibíamos, como mucho, 100 pedidos online al día", recuerda Aldworth. "Luego todo cambió. El comercio electrónico se disparó, y desde entonces no ha dejado de crecer".

Ante esta evolución, Helly Hansen ya está planificando una ampliación de su sistema AutoStore de cara a la temporada alta de 2025.

"En 2024 alcanzamos el límite de capacidad, así que este año vamos a incorporar más robots y más puertos", explica.

"También estamos valorando implementar herramientas más inteligentes de Element Logic, como las oleadas de picking, que nos ayuden a repartir mejor la carga de trabajo sin renunciar a un nivel de servicio excelente para nuestros clientes".

Aldworth y su equipo están analizando los datos del año pasado para dimensionar bien la ampliación... y adelantarse a los futuros cuellos de botella.

El AutoStore más limpio del mundo

Para que la transición de un almacén manual a uno automatizado fuera lo más fluida posible, Andrew Aldworth dedicó mucho tiempo a probar el sistema antes de su puesta en marcha. "No basta con instalarlo y cruzar los dedos", aconseja. "Pruébalo a fondo. Intenta que falle. Eso fue lo que hizo posible una transición tan fluida de un almacén manual a uno automatizado". Gracias a esa preparación previa por parte de Aldworth y su equipo, solo necesitaron una semana para formar al personal del almacén una vez llegado el momento del lanzamiento.

"Después de formar a las personas, todo se reduce a cuidar bien del sistema y mantenerlo limpio. Nos dicen que tenemos el AutoStore más limpio del mundo... y no es casualidad. El mantenimiento importa". Gracias a ese enfoque proactivo, el sistema de Helly Hansen ha mantenido de forma constante una disponibilidad del 99,98%.

Para Helly Hansen, la automatización no solo ha mejorado la eficiencia: ha hecho que el trabajo sea mejor para todos. "La temporada alta sigue siendo exigente, desde luego", señala Aldworth. "Pero la diferencia es que ahora estamos preparados para ella".

Información técnica

Cubetas: 50.000

Robots: 36

Carousel ports: 10

Ubicación: Sumner, Washington, EEUU



Domina la avalancha

Cómo AutoStore y Element Logic afrontan los picos de consumo a gran escala

Los volúmenes de pedidos se disparan. Los tiempos límite se acortan. La temporada alta no es una campaña más: es una prueba de resistencia para cualquier almacén. Un único SKU (unidad de mantenimiento de stock) puede pasar de estar inmóvil a ser urgente en cuestión de minutos. Para grandes operativas, especialmente en moda rápida, e-commerce o retail de gran consumo, un alto rendimiento no es una ventaja: es una cuestión de supervivencia.

Históricamente, AutoStore se ha asociado sobre todo con la densidad de almacenamiento y la precisión, más que con operaciones de alto rendimiento. Su sistema basado en cubetas era reconocido por estas

cualidades, pero muchos dudaban de su velocidad, especialmente en almacenes grandes y complejos con objetivos operativos muy exigentes.

Una idea obsoleta

Hoy, esa percepción ha quedado atrás. AutoStore implementado por Element Logic no solo compite en el segmento de alto rendimiento; está marcando nuevos estándares. Los resultados hablan por sí solos:

Boozt, una de las principales compañías

nórdicas de e-commerce de moda y lifestyle, gestiona una de las instalaciones AutoStore más grandes del mundo, con hasta 200.000 artículos procesados al día. El retailer noruego XXL, especializado en productos deportivos, alcanza 800 picks por hora por operario.

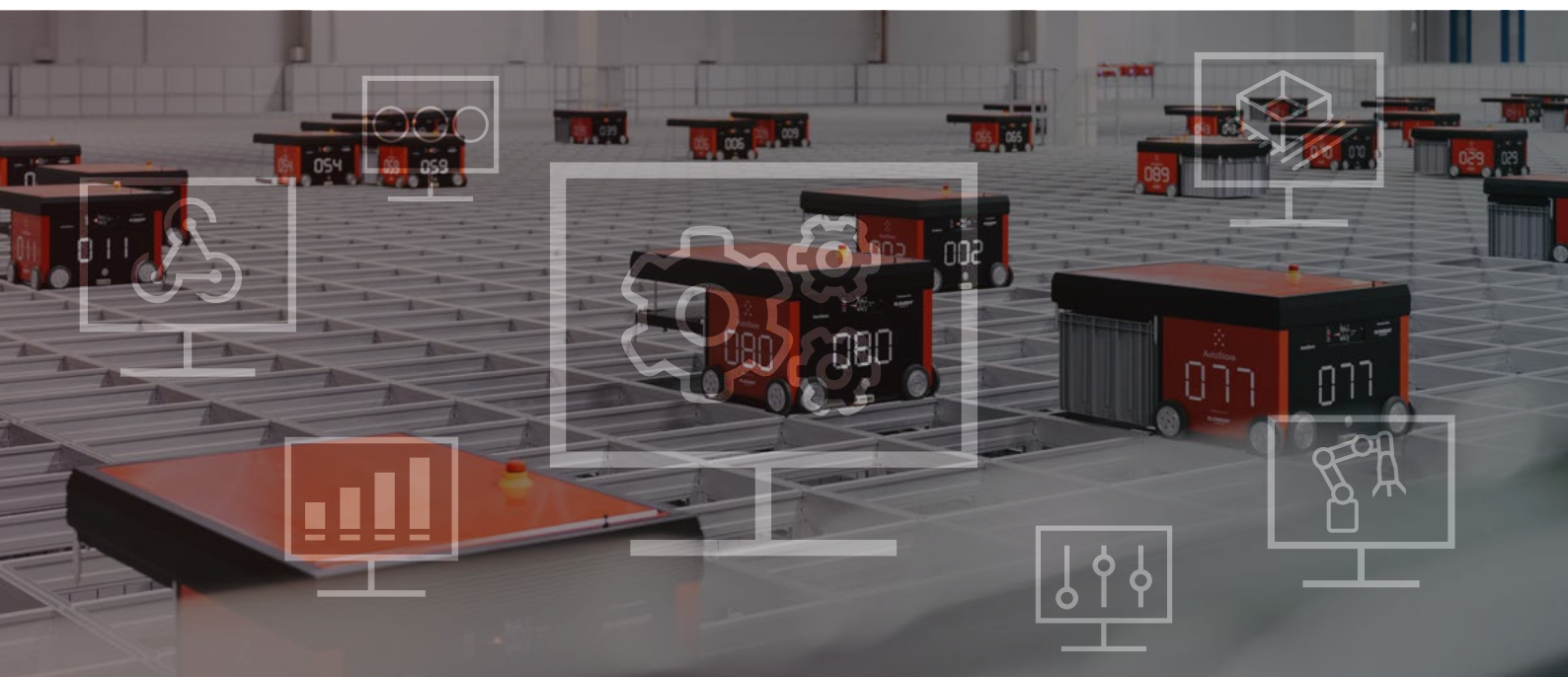
Entonces, ¿qué ha cambiado?

El arma secreta de Element Logic es eManager, una capa de software desarrollada específicamente para convertir la parte superior de la cuadrícula de AutoStore en una zona de preparación dinámica y de alta velocidad. Cuando se dispara la demanda de un SKU, eManager empuja automáticamente las cubetas adecuadas a la parte superior, listas para ser recogidas al instante. Sin excavaciones. Sin demoras. Solo flujo constante y rápido en todos los puertos.

Mientras tanto, el hardware de AutoStore también ha evolucionado. El robot R5Pro permite un funcionamiento en múltiples turnos con tiempos mínimos de carga. Las estaciones RelayPort gestionan más de

650 cubetas por hora, y el software Router garantiza que cada robot se mueva con precisión optimizada, incluso cuando el volumen alcanza su pico.

AutoStore ya no es solo una solución de almacenamiento compacta: **se ha convertido en un potente motor para operaciones de alto rendimiento.** A medida que la tecnología ha avanzado y las empresas pioneras se han atrevido a cuestionar sus límites, el sistema ha superado constantemente las expectativas. Combinado con la optimización de Element Logic, ahora ofrece la velocidad, escalabilidad y fiabilidad necesarias para dominar la temporada alta. Una y otra vez.





De la temporada alta a la precisión operativa: las claves de nuestros expertos

Estés donde estés, la presión del Black Friday se siente igual: entregar más rápido, con más inteligencia y sin margen de error.

Pero el caos no es inevitable. Con la preparación adecuada, la temporada alta puede convertirse en una gran oportunidad para ganar clientes nuevos y fidelizar a los actuales.

Preguntamos a tres expertos en automatización de almacenes de distintas sedes de Element Logic qué consejo darían a las empresas que se preparan para afrontar otro Black Friday. A pesar de la distancia, sus respuestas coinciden en un mismo mensaje: **el éxito empieza con una buena planificación.**

#1 Analiza el pasado para prepararte para el futuro



Marcus Rasmusson
director de Customer Success
Suecia

Según Marcus Rasmusson, el mejor punto de partida para prepararse ante la temporada alta es mirar hacia atrás. "Cada campaña te deja datos. La clave está en analizarlos: detectar dónde estuvieron los cuellos de botella, cuándo se ralentizó el sistema y por qué", explica. Revisar los indicadores de rendimiento del último Black Friday permite aplicar mejoras concretas antes de que

llegue el siguiente.

Ahora bien, ni la mejor planificación puede evitar lo inesperado. "Siempre pueden surgir imprevistos. Por eso, en Element Logic ofrecemos soporte 24/7 durante toda la temporada alta. Si algo falla, basta con una llamada. Y si estás preparado, hasta las sorpresas se pueden gestionar".

#2 Planifica a tu equipo y deja que los robots hagan el resto



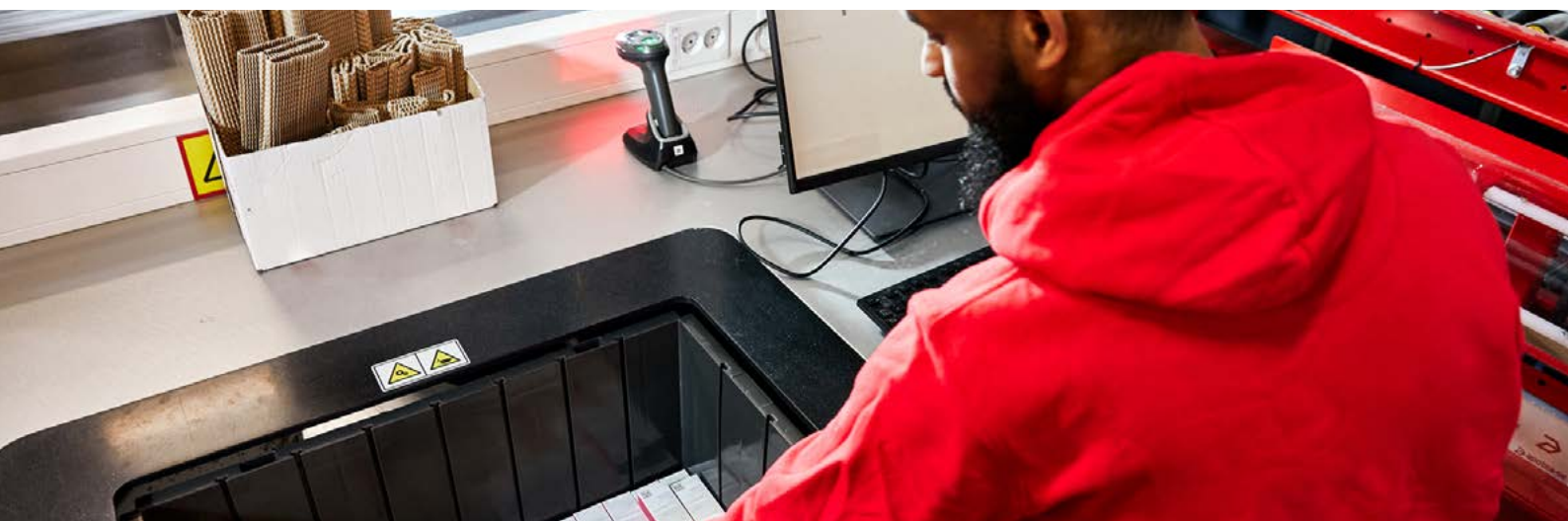
Joachim Kieninger
director de Desarrollo de Negocio
Estratégico, Alemania

"La gestión del personal es uno de los mayores retos durante las temporadas pico", afirma Joachim Kieninger. "Necesitas más turnos... pero todos los demás también". Su recomendación: planifica los horarios con antelación y asegura los recursos cuanto antes.

Aquí es donde la automatización ofrece una gran ventaja. "Los robots no necesitan descansos, ni cobran horas extra", señala. Pueden funcionar 24/7 con tiempos mínimos de carga.

Y cuando se trata de incorporar personal temporal, la usabilidad se vuelve fundamental. "El software eManager de Element Logic está diseñado para ser intuitivo, de modo que los nuevos trabajadores puedan aprender a usarlo en cuestión de minutos", destaca Kieninger.

También comparte un recordatorio muy práctico: "Ten siempre a mano las piezas de repuesto esenciales. Es un gesto sencillo, pero clave para evitar paradas innecesarias".



#3 El mantenimiento, mejor antes que en plena temporada



Krish Nathan
CEO
Element Logic Americas

"No esperes a la temporada alta para descubrir un problema», advierte Krish Nathan. "Programa el mantenimiento del sistema con antelación".

Si ya tienes una revisión prevista, su consejo es claro: adelántala. "Realizar tareas de mantenimiento preventivo antes de que llegue la presión puede ser clave para detectar y corregir puntos débiles en el sistema", explica.

Cuando el almacén funciona a plena capacidad, cualquier pequeño fallo puede convertirse en una gran interrupción. "En temporada alta, no hay margen para las paradas", añade. "Asegurarte de que el sistema está funcionando al 100% te da la estabilidad y la confianza necesarias para gestionar grandes volúmenes".

Por eso, muchas operativas ya confían en herramientas como

eLogiq, el módulo de mantenimiento proactivo de Element Logic, para anticiparse a posibles incidencias. Este módulo supervisa continuamente los indicadores de rendimiento y ayuda a los equipos a detectar y resolver problemas antes de que afecten al funcionamiento.

El impacto de adelantarse a los fallos es evidente: Helly Hansen ha registrado un

99,98% de disponibilidad operativa en los últimos 90 días.

Y, además, supone una preocupación menos para el equipo. "Un sistema bien mantenido permite que todos se centren en el rendimiento, no en apagar fuegos", concluye Nathan. "Y esa es la clave para ser eficientes cuando cada segundo cuenta".



#4 Un consejo extra para rendir al máximo

Para llevar la gestión de la temporada alta un paso más allá, cada vez más almacenes están incorporando picking robótico por unidades con eOperator de Element Logic. Se trata de un brazo robótico que trabaja de forma totalmente integrada con AutoStore para recoger artículos de manera automática, una solución especialmente útil cuando hay limitaciones de personal o el volumen de pedidos se dispara.



Checklist para afrontar con éxito la temporada alta

No importa dónde operes ni cuán avanzada sea tu solución logística: hay una verdad que siempre se cumple. Los almacenes que mejor rinden durante la temporada alta no reaccionan... se preparan.

A lo largo de este whitepaper, hemos escuchado la experiencia de empresas y expertos que han aprendido a dominar los momentos más exigentes del año. Todos coinciden en lo mismo: el éxito empieza mucho antes de que llegue el primer pedido.

Para ayudarte a pasar de la teoría a la acción, reunimos los pasos clave en esta checklist práctica:

- ✓ Analiza el rendimiento de campañas anteriores y ajusta tu sistema en consecuencia
- ✓ Asegúrate de tener el stock listo antes del pico de demanda
- ✓ Programa el mantenimiento preventivo con antelación
- ✓ Optimiza el layout de tu almacén y ajusta tus procesos
- ✓ Planifica con tiempo las necesidades de personal: ¿cuántos turnos y trabajadores temporales necesitarás?
- ✓ Haz que el último turno realice rutinas de pre-picking para aliviar la carga del turno de mañana
- ✓ Ten a mano las piezas de repuesto esenciales
- ✓ Prepara el sistema de gestión de devoluciones
- ✓ Cuenta con un técnico de guardia 24/7 para posibles incidencias.

¿Preparado para convertir la temporada alta en una oportunidad de crecimiento?

Con la preparación adecuada, el software y el hardware correctos, tu almacén puede hacer mucho más que soportar la demanda: puede superar expectativas, atraer nuevos clientes y construir relaciones duraderas. En Element Logic ayudamos a empresas de todo el mundo a prepararse para los picos de actividad con automatización inteligente, soporte estratégico y soluciones que crecen al ritmo de tus objetivos.

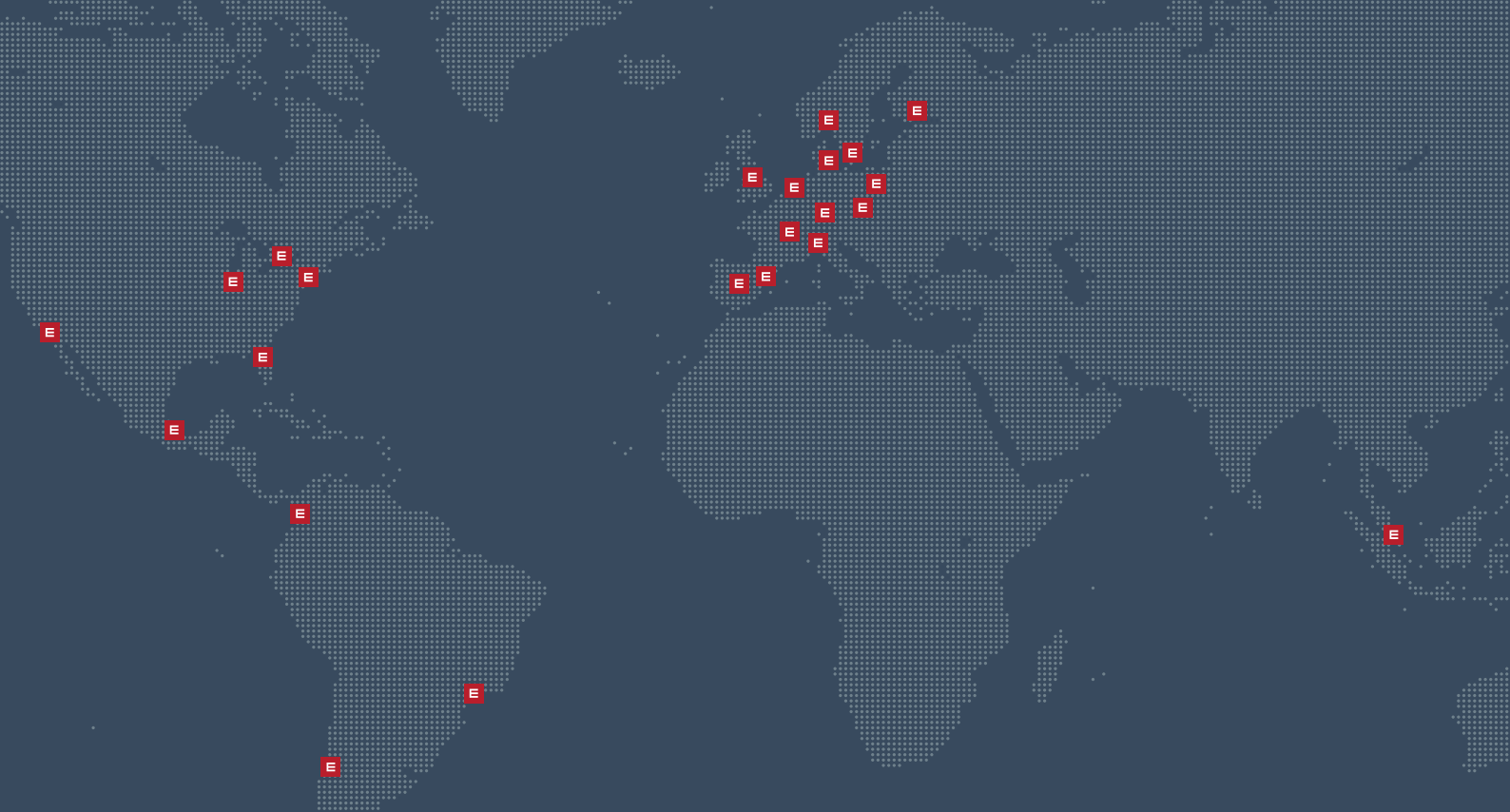


Cesar Nosti
Managing Director
Element Logic Spain

Contáctanos hoy mismo y asegúrate de que tu próxima temporada alta sea la más exitosa hasta ahora.

**Contáctanos
hoy mismo**





Since 1985, Element Logic™ has been optimizing warehouse performance.

Element Logic® is a global technology company specializing in intelligent warehouse automation. Since its founding in 1985, the company has grown to employ over 950 people across 30 countries and has established itself as the first—and leading—AutoStore™ partner worldwide.

Renowned for its commitment to innovation and people-centric approach, Element Logic enhances warehouse performance through a unique combination of cutting-edge technology, AI-powered software, and tailor-made solutions. This enables businesses across industries to improve efficiency, accuracy, and scalability in their logistics operations.

With a proven track record and deep expertise in intralogistics, Element Logic has become the go-to partner for organizations seeking to gain a competitive edge through automation. The company's culture is rooted in bravery, passion, and reliability—qualities that continue to drive its mission of optimizing warehouse performance.

To learn more, visit www.elementlogic.net or follow Element Logic on LinkedIn and YouTube.

ELEMENT
LOGIC

elementlogic.net