

DGI-325

**MAYORAL 2: EL NUEVO ALMACÉN DE
DISTRIBUCIÓN**

MAYORAL 2: EL NUEVO ALMACÉN DE DISTRIBUCIÓN

Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor Jorge Bernal González-Villegas de San Telmo Business School, con la colaboración de D. Salvador García de Lucchi, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © octubre 2020, Fundación San Telmo. España.

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.

Do Not Copy or Post

Esta documentación ha sido redactada gracias a la Cátedra Mayoral de Mejora Continua.

mayoral

MAYORAL 2: EL NUEVO ALMACÉN DE DISTRIBUCIÓN¹

Rafael Domínguez de Gor, presidente de Mayoral, y su director técnico, Salvador G^a de Lucchi, atravesaban la entrada de la parcela que contenía el nuevo almacén automatizado *Mayoral 2* (ver Anexo 1). El resultado del proyecto iniciado algo más de dos años antes les llenaba de sensaciones: fuera de la fábrica, el olor a lavanda y romero de la vegetación ya crecida; la visión de la impresionante fachada de la nave que simulaba un tejido plisado; dentro, el sonido de cajas, perchas, prendas..., robots, carruseles y raíles..., girando, subiendo y bajando (G^a de Lucchi lo llamaba “sinfonía”; otros no percibirían su belleza y oírían solo ruido).

Pero sobre todo, les llenaba de orgullo el haber cumplido los planes que se habían impuesto al decidir su construcción. Era junio de 2020, 100 días después del confinamiento provocado por la pandemia del COVID-19. En esos meses, Amazon, el referente mundial de la venta *online*, tardaba 2-3 semanas en servir los pedidos por el crecimiento de la demanda. Mayoral servía sus pedidos *e-commerce* en 24 horas.

Mayoral era una historia permanente de mejora continua. En los últimos 11 años, de 2009 a 2019, había realizado cambios rupturistas y de mejora alternos: la automatización de *Mayoral 1* para doblar capacidad; después, las mejoras continuas en eficiencia para absorber crecimientos de ventas; más tarde, la automatización de operaciones de alta exigencia para cambios al canal *online*; por último, la filosofía multicentro con *Mayoral 1 + Mayoral 2* doblando la capacidad y con omnicanalidad.

Salvador decía:

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor Jorge Bernal González-Villegas de San Telmo Business School, con la colaboración de D. Salvador García de Lucchi, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada. Copyright © octubre 2020, San Telmo Business School. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.