

2010 N°7
ESPAÑA

zetes GLOBE



La centralización ayuda a **DHL** a aumentar su flexibilidad y mejorar la calidad del servicio

Los almacenes internacionales de Día hablan al unísono con **voz y RFID**

Los **errores cuestan €1.6 mil millones** al año a retailers y proveedores del Reino Unido

contenidos

03 VISIÓN TECNOLÓGICA

Una correcta trazabilidad empieza con la identificación exacta del producto (p3)
Gestionar la cadena de frío congela trabas relacionadas con la temperatura (p4)
¿Cómo elegir un terminal de carretilla adecuado a sus necesidades? (p4)

05 VISIÓN DEL MERCADO

El sector de repuestos de automoción pisa el acelerador (p5)
¿Está mi comida en su estado óptimo? (p5)
La centralización ayuda a DHL a aumentar su flexibilidad y mejorar la calidad del servicio (p6)

08 CASO DE ÉXITO

Los almacenes internacionales de Día hablan al unísono con voz y RFID (p8)

10 OPINIÓN

Los errores cuestan €1.6 mil millones al año a retailers y proveedores del Reino Unido (p10)
Una identidad más segura con la biométrica (p11)

11 VARIOS

¿Quién se beneficia de la identificación automática? (p11)
Agenda (p11)
Contacte con un experto (p11)

12 LA ÚLTIMA PALABRA

Morrisons: la importancia de trabajar con socios de confianza (p12)

Zetes
Isabel Colbrand, 10
Edificio Alfa III - Nave 93
Pol. Ind. de Fuencarral
28050 Madrid
Tel.: +34.91.358.95.11
Fax: +34.91.358.94.67
marketing@es.zetes.com

Passatge Amics d'Argentona, 36
Pol. Ind. Can Negoci
08310 Argentona - Barcelona
Tel.: +34.93.741.51.00
Fax: +34.93.741.49.10
marketing@es.zetes.com

Este boletín es la edición española del Grupo Zetes
Para obtener más información visite www.zetes.es
Responsable redacción: Sarah Dheedene,
rue de Strasbourg 3, 1130 Bruselas, Bélgica

zetes
GLOBE



editorial

Apreciado lector:

Bienvenido a Zetes Globe, la newsletter que le mantiene informado de todo lo que ocurre en el mercado de la identificación automática.

Con el fin de año a la vuelta de la esquina, la industria alimentaria se prepara para su periodo de mayor actividad. Es momento de analizar cómo la gestión de la cadena de frío evita malgastar toneladas de productos y aumentar la calidad de los alimentos. También veremos que la verificación de expediciones automatizada ayuda a cumplir con las normativas, evita errores y ofrece cortos plazos de entrega para los productos frescos. Además, el profesor Alan Braithwaite, de la Universidad de Cranfield, explica por qué manejar datos inexactos puede salir costoso.

En esta edición profundizamos en los retos que tienen ante sí las multinacionales interesadas en armonizar sus soluciones a nivel internacional. Tanto DHL como Día, empresas líderes en logística y retail respectivamente, nos explican cómo han racionalizado sus procesos.

Operar a escala local y apostar por la identificación automática es lo que hace Morrisons, retailer, y Doyen Auto, distribuidor de repuestos de automoción, ambos han implantado tecnologías para mejorar su competitividad.

La elección del producto adecuado es clave, en esta edición destacan los últimos avances en terminales para carretillas y en equipos de etiquetado automático. Pero también es clave seleccionar la tecnología más adecuada, en la República Democrática del Congo, por ejemplo, la biométrica ha vuelto a confirmarse como la mejor opción para inscribir a millones de votantes de cara a las elecciones del próximo año.

En Zetes conocemos la importancia de elegir la estrategia, la tecnología y el producto más adecuados, junto con un servicio y una asistencia de calidad. Esperamos que esta edición de Globe le sea de ayuda para identificar lo que mejor se adapta a su negocio.

Atentamente,

Alejandro Algora y Simón Ben Hamú
Country Managers
ZETES España

UNA CORRECTA TRAZABILIDAD EMPIEZA CON LA IDENTIFICACIÓN EXACTA DEL PRODUCTO

EL ETIQUETADO EFICAZ DE SUS PRODUCTOS NO TIENE POR QUÉ RALENTIZAR LA VELOCIDAD DE PRODUCCIÓN

INDUSTRIA | ALMACENAJE

Tal y como comenta Jean-Jacques Schormans, Director general del Centro de Innovación 3i Print & Apply de Zetes, «para cumplir con normativas nacionales e internacionales, las empresas de sectores como el farmacéutico o el de la alimentación deben asumir responsabilidades en la trazabilidad de sus productos». Y estas normativas son cada vez más estrictas. Pensemos, por ejemplo, en las recomendaciones de la EFPIA (Federación Europea de Industrias y Asociaciones Farmacéuticas) sobre la trazabilidad de productos farmacéuticos, que ya se han incorporado a la legislación de Francia y de Turquía. En el sector alimentario, el creciente interés por la calidad y el origen de los productos ha propiciado la adopción de una serie de normas, algunas de las cuales son europeas. Una de las últimas adoptadas por el Parlamento Europeo establece que la información sobre el producto que aparece en la caja debe ser más extensa, mejor y más visible.

Una sólida recopilación de datos, la clave para una trazabilidad óptima

El etiquetado y la identificación de los productos es el primer paso de la cadena de trazabilidad. Cada producto recibe una etiqueta con información básica para el consumidor: fecha de caducidad, número de lote y número de identificación de la línea de producción. La integración de la aplicación Print & Apply con el sistema ERP permite a la empresa incluir información correcta en la etiqueta. Posteriormente, los envases se empaquetan en cajas más grandes, que además de incluir códigos de barras con información sobre su contenido, deben identificarse para que la empresa pueda hacer un seguimiento de su producción. Pero la trazabilidad no termina ahí, estas cajas se colocan en palés para su posterior almacenamiento y transporte... Y naturalmente, también es necesario hacer un seguimiento de cada palé.

Integración

Toda instalación Print & Apply exige, por lo general, un gran nivel de integración con otras soluciones. La impresión y aplicación de etiquetas a escala del consumidor suele ser la parte más difícil, debido a la variedad de formas y tamaños de los productos. También es posible que se necesite un sistema de orientación de los productos para garantizar que éstos encajen correctamente la solución de etiquetado. El sistema integra controles de calidad (cámaras y lectores de códigos de barras) para comprobar la legibilidad de las etiquetas que se aplican en los envases. Además de la calidad, también afecta la velocidad de producción. Las soluciones Print & Apply deben integrarse fácilmente con líneas de producción de alta velocidad, sin ralentizar sus procesos.

Adaptación constante según evoluciones del mercado

La creciente necesidad de trazabilidad también supone una evolución importante en el propio sector de la identificación

automática. Los tradicionales códigos de barras conviven ya con otros medios de identificación. Las etiquetas RFID, por ejemplo, pueden leerse a gran distancia y son más adecuadas para entornos difíciles, etc., pero son más costosas y las interferencias son también un inconveniente. La llegada de Databar ofrece una alternativa a la identificación de productos pequeños, como frutas y hortalizas, por ejemplo. Datamatrix es un tipo de código capaz de almacenar más cantidad de información, incorpora información específica, como el número de lote, código del producto y la fecha de caducidad, y es más fácil de reconstruir si se estropea. Este es el código de barras recomendado por la EFPIA para la identificación de productos farmacéuticos.

Así pues, es importante que los proveedores de soluciones Print & Apply estén al tanto de estos avances y permitan a sus clientes beneficiarse de las mejoras tecnológicas, integrándolas en sus soluciones.

La experiencia

Instalar una solución de etiquetado exige experiencia en diversos campos. Zetes gestiona cada aspecto de la solución: ofrece todos los equipos necesarios e instala cintas transportadoras; integra las impresoras de etiquetas y de inyección de tinta; instala los sistemas de cámaras que controlan la legibilidad del marcaje en cada envase; desarrolla técnicas PLC que controlan todos los sistemas e integra la solución completa con el sistema de producción de la empresa. Jean-Jacques Schormans concluye, «nuestras soluciones están diseñadas para integrarse en líneas de producción de alta velocidad, garantizando un marcaje, un control y un almacenamiento de datos totalmente seguros».

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11



Las soluciones Print & Apply deben integrarse perfectamente con las líneas de producción de alta velocidad de la compañía

GESTIONAR LA CADENA DE FRÍO CONGELA TRABAS RELACIONADAS CON LA TEMPERATURA EL USO DE ETIQUETAS RFID CON SENSOR DE TEMPERATURA AMPLÍA EL TIEMPO DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y OPTIMIZA SU VIDA ÚTIL

LOGÍSTICA Y TRANSPORTE | 3PL | ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Para la correcta gestión de la cadena de frío es necesario un método de fabricación, almacenamiento y transporte de mercancías, normalmente de productos farmacéuticos y alimentos, a una determinada temperatura. Tradicionalmente, la temperatura de la mercancía se mide en distintos momentos y, según Pascal Durdu, Director de Innovación de Zetes, “este proceso sólo ofrece un control parcial, aunque la temperatura sea la correcta a su llegada, no se puede asegurar la temperatura durante el transporte.” Una óptima gestión de la cadena de frío exige vigilancia, registro y documentación continua, posible gracias al uso de etiquetas RFID con sensor de temperatura.

Mantener la calidad

Actualmente, los retailers se ven obligados a rechazar productos cuando no se siguen las recomendaciones de temperatura. Igual como descartan productos en perfecto estado, debido a que su fecha de caducidad ha vencido. Pascal Durdu explica, “obviamente la tecnología no puede mejorar la calidad de los alimentos, pero ayuda a retrasar su pérdida.”

Por ejemplo, cuando los plátanos no se transportan o almacenan en la temperatura adecuada, éstos pierden peso. El resultado es que su envase indica un peso mayor al que tienen en realidad. La temperatura también es fundamental para la fruta delicada, como las frambuesas, cuando no se manipulan a la temperatura correcta perecen con mayor rapidez.

Un sistema de gestión de la cadena de frío, basado en la lectura de etiquetas RFID con sensor de temperatura, es la solución a estos problemas de calidad. Pascal Durdu señala que “las etiquetas registran la temperatura del entorno del producto. El sistema recopila toda la información y avisa cuando la temperatura crítica está a punto de superarse, durante toda la cadena de suministro y con la participación de todas las partes interesadas.” De esta forma, es posible realizar mediciones en todo momento, evitando la pérdida de calidad y el malgasto. “Esta solución optimiza la vida útil de los productos por parte del retailer y supone una ayuda práctica en la toma de decisiones, dar salida primero a los productos que tengan una menor vida útil, en vez de limitarse a los procedimientos subóptimos de dar salida según orden de entrada y a los productos que caduquen primero.”

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

MUCHO MÁS QUE UN TERMINAL

EN LOS TERMINALES PARA CARRETIILLAS, LA FLEXIBILIDAD DEL DISEÑO, ACCESORIOS Y ERGONOMÍA MARCAN LA DIFERENCIA

INDUSTRIA | ALMACENAJE | RETAIL

La elección del mejor terminal de carretilla corresponde a distintos profesionales: al operario, que necesita un dispositivo sencillo que le facilite su trabajo; al director informático, que busca una instalación sencilla y estandarizar el parque de terminales; y al director financiero, que busca el menor coste de propiedad.

Según Martin Schön, Director General de IND, división de Zetes especializada en la fabricación de terminales de alta calidad, “no es la tecnología lo que distingue a un terminal, sino su capacidad de combinar las ventajas de la tecnología con una mejor ergonomía”. A la pregunta sobre que se debe tener en cuenta para elegir un terminal, Martin Schön responde:

Soportes de montaje: montar correctamente el terminal es clave. Es necesario que esté a la misma altura que los ojos del operario, para evitar reflejos en pantalla, etc. Es importante asegurarse que el proveedor ofrezca una gama variada de soportes, para realizar el montaje según necesidades.

Pantallas: cada aplicación necesita un tamaño de pantalla, de modo que el tamaño sí importa. Se debe elegir la que mejor se adapte a su aplicación y al vehículo, las de mayor comodidad y seguridad son aquellas cuyos ángulos pueden adaptarse fácilmente, asegurando una legibilidad óptima.

Accesorios: con miles de entradas cada día, contar con teclados robustos es imprescindible. Si tiene poco espacio y presupuesto limitado los teclados virtuales son muy útiles. También es imprescindible una fácil integración con otros dispositivos, como impresoras y escáneres.

Elementos estándar: los terminales de formato estándar y pantallas flexibles permiten armonizar la gestión del parque de terminales. También ahorrará costes si necesita pantallas nuevas (distintos tamaños) para cubrir necesidades de nuevas aplicaciones.

Cableado: un convertidor DC-DC acoplado a la parte posterior del terminal evita complejidades, exceso de cables y facilita las tareas de mantenimiento.

A principios de septiembre, IND lanzó al mercado sus terminales de última generación. Según Martin Schön, “nos seguimos diferenciando porque damos prioridad a la flexibilidad y la ergonomía. Escuchamos al cliente y, de este modo, ofrecemos mucho más que un terminal”.

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11



EL SECTOR DE REPUESTOS DE AUTOMOCIÓN PISA EL ACELERADOR

LA VOZ Y EL COMPROBANTE DE ENTREGA OFRECEN RAPIDEZ Y PRECISIÓN, AUMENTANDO LOS NIVELES DE PRODUCTIVIDAD Y LA CALIDAD DE SERVICIO

AUTOMOCIÓN | 3PL | LOGÍSTICA Y TRANSPORTE | ALMACENAJE

Doyen Auto, distribuidor europeo de repuestos de automoción, dirige un centro logístico en Seneffe (Bélgica) desde donde gestiona 76.000 referencias en su almacén de 17.000 m², lo que representa más de dos millones de piezas. Christian Célis, Director de Logística de Doyen Auto, explica la importancia de la identificación automática para sus procesos.

¿Cuáles son los principales desafíos que afronta su sector?

Christian Célis "Operamos en un mercado muy competitivo, donde la rapidez de entrega es clave. Dependiendo de dónde se haga el pedido, hacemos la entrega ese mismo día, por la noche o a la mañana siguiente. Dado que los clientes hacen sus pedidos muy tarde, a veces solo minutos antes de cumplirse el plazo, necesitábamos un sistema que nos permitiera procesar con precisión y rapidez gran cantidad de información, ya que esto es lo que nos diferencia".

¿Cómo se enfrentan a estos desafíos?

Christian Célis La identificación automática nos ayuda a acelerar nuestros procesos, registramos la recepción de los productos leyendo sus códigos de barras con terminales móviles, y para la preparación de pedidos utilizamos la voz. Combinando estas herramientas podemos trabajar con precisión y rapidez, nuestro índice de errores es increíblemente bajo, solo el 0,05%.

¿De qué otra manera se diferencian de sus competidores?

Christian Célis Permitir a nuestros clientes devolver los productos, aunque la entrega haya sido correcta, es uno de nuestros puntos diferenciales. Sin embargo, esto supone un reto logístico, ya que las piezas devueltas deben identificarse correctamente y volver al stock. Esta es la razón por la que hemos instalado un nuevo sistema que nos ayuda a registrar y aprobar el flujo de devoluciones. Leemos cada pieza por separado; posteriormente



Precisión y velocidad son los elementos que nos diferencian

el sistema comprueba en el ERP si la pieza devuelta es la correcta. Cuando las devoluciones se leen en las instalaciones del cliente, la aceptación de los productos se confirma con un impreso.

En general, ¿Qué ha aportado la identificación automática a Doyen Auto?

Christian Célis Sin ella, no habríamos podido lograr el actual nivel de productividad y calidad de nuestros servicios.

| ¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

¿ESTÁ MI COMIDA EN SU ESTADO ÓPTIMO?

LA PRECISIÓN EN LAS ENTREGAS Y LA COMPLETA TRAZABILIDAD SON CLAVES EN EL SECTOR DE ALIMENTOS FRESCOS

ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS | INDUSTRIA | LOGÍSTICA Y TRANSPORTE | 3PL

La normativa europea impone requisitos cada vez más estrictos en materia de trazabilidad. Desde el campo hasta la mesa, es necesario identificar y hacer un seguimiento de los productos, así como almacenar los datos para futuras referencias. Al procesar alimentos perecederos hay que tener en cuenta una serie de cuestiones, como por ejemplo, garantizar la gestión eficaz de la cadena de frío (véase artículo en página 4) y la correcta entrega de los productos, factor cada vez más importante. Además de generar costosas reclamaciones y devoluciones, las entregas incorrectas perjudican el margen de beneficios, ya que repercuten considerablemente en la duración de los alimentos. Seachill, una procesadora de pescado fresco líder en el Reino Unido, se enfrenta día a día a estos retos, con el añadido de que debe garantizar unos tiempos de entrega muy cortos. ¿Cómo lo consiguen?

Evitar multas y acelerar las entregas: más vale pescado en mano...

Seachill suministra pescado fresco a Tesco, el principal retailer del Reino Unido, por lo que debe enviar y entregar cientos de palés de pescado fresco a la semana. Según Steve Wallace, Director de Informática de Seachill, «los cortos plazos de entrega de Tesco

estaban resultando un quebradero de cabeza. Recibíamos los pedidos a última hora del día, lo que nos dejaba un reducido margen de tiempo para despachar los productos. El equipo de expediciones tenía problemas para procesar todo el flujo de datos durante los momentos con mayor volumen de envíos».

Para responder a los requisitos de Tesco, Seachill instauró una solución de captura de datos basada en imágenes, que captura y analiza grandes cantidades de contenedores etiquetados en una sola lectura. Esta solución permite a Seachill procesar miles de cajas de pescado expedido al día y ha sustituido los lectores de mano, mucho más lentos. Además, les ayuda a garantizar una precisión del 100% en todas sus entregas. Si surgiese alguna incidencia, la solución ofrece una imagen del palé enviado como comprobante de que la entrega se realizó correctamente y del estado de la misma.

Con este proyecto, basado en la solución Visidot de Zetes, Seachill y Zetes han recibido un premio del CILT Reino Unido (Chartered Institute for Logistics and Transport) en la categoría de Tecnología y Equipamiento para el Manejo de Material.

| ¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

“CON LA CENTRALIZACIÓN HEMOS AUMENTADO NUESTRA FLEXIBILIDAD Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS”

AL CENTRALIZAR SUS PROCESOS DE ABASTECIMIENTO, DHL CONSIGUE AHORRAR COSTES EN COMPRAS DE PRODUCTOS Y EN LA GESTIÓN DE PROVEEDORES

LOGÍSTICA Y TRANSPORTE | MULTINACIONALES

Recientemente, DHL decidió simplificar sus procesos de abastecimiento y eligió trabajar con un número limitado de proveedores certificados. Erik Brager, Director de Equipos de Producción del Grupo y de la Flota Aérea de DHL Procurement Europe, resume las ventajas de esta decisión.

¿Cuál es la estrategia actual de DHL Logistics?

Erik Brager Las TIC son cada vez más importantes para DHL, como para cualquier empresa de distribución y transporte. Para los pedidos en línea y para el seguimiento y localización de los envíos, no contar con las TIC es simplemente inconcebible. Nuestros clientes nos piden continuamente más información y más rápida sobre dónde se encuentran sus paquetes. Para ello, confiamos en un sistema de seguimiento y localización que nos permite informarles con la mayor exactitud posible. El flujo de transporte físico y los flujos de información virtual deben, por así decirlo, estar sincronizados a todos los niveles.

Breve descripción de DHL

DHL ofrece servicios integrados y soluciones a medida de las necesidades de sus clientes para la gestión y el transporte de cartas, mercancía e información. La red internacional de DHL conecta más de 220 países y territorios en todo el mundo. DHL también posee una experiencia incomparable en transporte urgente por aire, tierra y mar, así como en soluciones logísticas bajo contrato y servicios de mensajería internacional. En 2009, el Grupo obtuvo unos beneficios de más de 4.600 millones de euros.

DHL ha agrupado sus servicios internos como “DHL Global Business Services”, que brinda apoyo a todo el Grupo y a todas las unidades de negocio del mundo, incluyendo las operaciones financieras, sistemas de información, recursos humanos y abastecimiento. Esta centralización ha permitido a la empresa aumentar la flexibilidad de sus actividades, mejorar la calidad de sus servicios y aprovechar las economías de escala y las ventajas económicas.

Cifras de interés

- 125.000 empleados en todo el mundo
- 8 millones de clientes
- Presencia en 220 países
- Flota aérea de 350 aviones
- Parque de 75.000 vehículos
- 4.700 oficinas

También la centralización es una tendencia generalizada en el sector internacional del transporte y la distribución; el objetivo es aumentar la flexibilidad de las empresas y mejorar la calidad de servicio. Nuestra estrategia logística consiste en armonizar las actividades de todos los países europeos reduciendo el número de proveedores. Para este fin y empezando con el abastecimiento, firmamos contratos con los proveedores elegidos por su capacidad de ayudarnos en los distintos mercados geográficos. Hasta hoy, todos los países donde opera DHL habían utilizado distintos integradores de sistemas y trabajaban por separado. Zetes ha sido elegido como proveedor en los trece países europeos donde está presente.

¿Por qué decidieron optar por un número limitado de socios preferentes?

Erik Brager Nuestro objetivo es reducir tanto los costes directos como los indirectos, lógicamente. Los costes directos son obvios, si compras grandes cantidades del mismo producto de una vez, el precio disminuye. Sin embargo, muchas empresas que operan a escala internacional tienden a olvidarse de los muchos costes



Nuestros clientes constantemente requieren de mejor información y más rápida

indirectos que acarrea el proceso de abastecimiento. Cuando este proceso está descentralizado, los esfuerzos recurrentes para seleccionar a los proveedores y para gestionar las relaciones con cada proveedor, vigilar su solvencia y gestionar los acuerdos de nivel de servicio y pagos, conllevan mucho tiempo. Por ello, un proceso centralizado resulta más rentable.

¿Cómo trabajan con sus filiales para poner en marcha un proyecto de este tipo?

Erik Brager Para centralizar este proceso, creemos que es muy importante conservar el enfoque local de las distintas filiales internacionales. Por esta razón, valorábamos especialmente a aquellos socios que tuvieran una amplia presencia geográfica. De este modo, procuramos no descuidar la especificidad local: Se pueden tomar decisiones centralizadas e internacionales en cuanto a la instalación de una solución de identificación automática pero, para conseguir más participación y aceptación local, las filiales locales de DHL y Zetes deben ponerlas en práctica. De esta forma, también aliviarnos la carga de nuestros empleados locales, ya no tienen que hacer trabajos repetitivos seleccionando proveedores y las relaciones con ellos se gestionan centralmente.

“SE PUEDEN TOMAR DECISIONES CENTRALIZADAS E INTERNACIONALES PERO, PARA CONSEGUIR MÁS PARTICIPACIÓN Y ACEPTACIÓN LOCAL, DEBEN LLEVARSE A LA PRÁCTICA LOCALMENTE”

DHL tiene necesidades muy amplias en cuanto a soluciones de identificación automática, tanto en lo que respecta a la tecnología como en el tipo de aplicación. ¿En qué criterios se basaron para elegir a los dos proveedores?

Erik Brager DHL ha suscrito contratos internacionales para identificar, imprimir, etiquetar, preparar pedidos, seguir y localizar la paquetería -y para otras aplicaciones de identificación automática-, con grandes proveedores como Zebra Technologies, Datalogic y Motorola. Para nosotros era de vital importancia elegir socios con experiencia probada y conocimientos en la puesta en marcha e integración de la identificación automática con nuestros proveedores habituales de hardware en numerosos mercados verticales.

¿Cuáles son los desafíos del sector de la distribución y el transporte (dificultades y elementos de interés)?

Erik Brager Además de la necesidad de uniformidad y estandarización, observamos, a nivel estratégico, una



El proceso de adquisición implica una gran cantidad de costes indirectos

importancia cada vez mayor de mantenerse a la vanguardia tecnológica, para optimizar así de forma continuada la oferta de mercado de DHL. Otro de los motivos por el que elegimos a Zetes fue su firme compromiso en desarrollar soluciones innovadoras y también el hecho de que utilice las tecnologías más novedosas y contrastadas, como la RFID, la voz y la tecnología de visión.

Erik Brager comenta la larga colaboración entre DHL y Zetes:

DHL y Zetes comparten una trayectoria llena de éxitos. La primera instalación que Zetes realizó para DHL data de 1990, cuando la empresa instaló un sistema de escáneres a gran escala en el centro DHL Express del aeropuerto de Bruselas. Zetes también proporcionó terminales para operaciones de almacén e impresoras de etiquetas en otros países. Por eso sabíamos lo que Zetes podía ofrecer.

Además, su completísima gama de soluciones estructuradas, su experiencia empresarial vertical y su conocimiento del mercado local fueron elementos a su favor que tuvimos en cuenta a la hora de hacer la elección. Zetes es el socio tecnológico perfecto cuando se busca una solución global, desde el análisis y el diseño del sistema más adecuado al mantenimiento y el servicio técnico para configurar la solución.

| ¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

LOS ALMACENES INTERNACIONALES DE DIA HABLAN AL UNÍSONO

LA OPTIMIZACIÓN DE LAS TAREAS DE PICKING EN 3 CONTINENTES CON LA TECNOLOGÍA DE VOZ Y LA RFID LES APORTA MÁS SEGURIDAD Y PRODUCTIVIDAD

RETAIL | ALMACENAJE | 3PL | MULTINACIONALES

Con el objetivo de homogenizar los procesos que aportan valor a la compañía, DIA, filial del Grupo Carrefour, optimiza sus tareas de picking con la solución de voz 3iV Crystal de Zetes en 3 continentes (Europa, Asia y América Latina). En España está funcionando desde hace un año la combinación de esta solución vocal con un sistema RFID para el control del picking. El uso de soluciones novedosas permite a la compañía incrementar la calidad de sus procesos y ofrecer un mejor servicio al cliente. Julián Villena, Director Supply Chain del Grupo DIA, comenta «Siguiendo nuestra operativa habitual, todas las pruebas piloto realizadas con éxito en España se exportan al resto de países lo antes posible, de este modo, cada una de nuestras filiales dispone de la tecnología más avanzada».

En búsqueda de soluciones escalables a nivel mundial

DIA empezó a pensar en la voz en el 2005. Hasta entonces, utilizaba un sistema de radiofrecuencia que era el estándar de todos los almacenes de España y fuera del país, éste les permitió tener un almacén «sin papeles» con inventario en tiempo real. Sin embargo, después de efectuar pruebas piloto, se llegó a la conclusión que una solución de voz permitiría una evolución de las tareas de preparación de pedidos, mejorando la calidad y ergonomía de las mismas.

El piloto se inició en el 2006, en el almacén de Villanueva (Valladolid - España) con 10 operarios. Éste aportó resultados satisfactorios, en términos de productividad y simplificación de procesos, y se llevó a cabo la implantación progresiva de la solución de voz en el resto de almacenes españoles, franceses, portugueses y griegos del Grupo. Todas estas instalaciones fueron realizadas por las filiales locales de Zetes. También se exportó la solución a las filiales de América Latina y a la de Shanghai en China. Allí intervinieron los partners locales de Zetes, que dieron soporte técnico a la instalación. Hoy por hoy, DIA cuenta con unos 2900 operarios trabajando con voz en 38 de sus almacenes.

SOLUCIÓN Y BENEFICIOS

Voz

Software: 3iV Crystal

Proceso optimizado: picking

Instalado en: 38 almacenes en 7 países

Número de usuarios de voz: aproximadamente 2900

En combinación con la RFID

Proceso optimizado: control de picking

Instalado en: España – extensión prevista a nivel mundial

«La mayor dificultad de exportar cualquier sistema de este tipo es la adaptación técnica de los diferentes idiomas» dice Julián Villena. Por ello, era particularmente importante poder contar con contactos locales en cada país. El SGA, por su parte, también es el mismo en los 7 países en los que actualmente DIA trabaja con un sistema vocal. «Nuestras aplicaciones de gestión son, en su mayoría, desarrollos in house, añade Villena, de forma que se adaptan lo máximo posible a nuestro modelo de negocio.»

El proceso de aprendizaje y adaptación a los terminales de voz fue más rápido de lo esperado y los operarios valoraron positivamente la comodidad de los mismos, así como la mejora en la calidad de su trabajo. «Trabajar con voz ha permitido a nuestros preparadores disponer de mayor libertad de movimientos, puesto que evita que deban regresar a la máquina a confirmar cada línea de pedido. Esto repercute en una mayor seguridad en el trabajo, así como en un incremento de la productividad.»

“TRABAJAR CON UN SISTEMA DE VOZ REPERCUTE EN UNA MAYOR SEGURIDAD EN EL TRABAJO, ASÍ COMO EN UN INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD”

DIA contrató también el soporte técnico software con Zetes. Cada filial local de Zetes da este servicio en su propio país. La filial española, como iniciadora de los proyectos en su país, también proporciona soporte a Suramérica y a cada filial de Zetes, en caso que éstas tuvieran alguna consulta que realizar.

RFID: una tecnología que se integra perfectamente en los procesos de DIA

DIA también inició, hace un año, un proyecto de RFID para el control del picking. Antes de empezar la preparación de un pedido, la carretilla se coloca en una báscula y se pesa. Esta carretilla lleva un identificador registrado en un tag. Este número, junto con el peso se registran en el SGA. Una vez el operario termina la preparación de su pedido, vuelve a la báscula y se mide el peso total del pedido. El control se efectúa según el peso de cada artículo, que está almacenado en el sistema, y el peso de la carretilla vacía. Esta consulta en tiempo real con el SGA de DIA permite indicar al usuario la validez o no de la operación. Los controles que se hacían anteriormente implicaban la introducción manual de múltiples datos por parte del preparador, esta tarea no solo era más lenta y repetitiva, sino que requería otros controles extra para asegurar la calidad de la preparación.

“LA RFID NOS DA LA POSIBILIDAD DE AUTOMATIZAR EL PROCESO DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS, INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y ASEGURAR LA FIABILIDAD DE LOS DATOS”

Julián Villena dice: «La RFID nos da la posibilidad de automatizar el proceso, incrementar la productividad y asegurar la fiabilidad de los datos. Debido a la operativa del almacén, ésta era la única tecnología capaz de integrarse en nuestro día a día. La mayor satisfacción ha sido que, a pesar de la complejidad técnica y tecnológica del proyecto, la implantación y aceptación de los nuevos procesos ha sido positiva, sencilla y rápida.»

El proyecto se inició a finales del 2009 y está previsto que antes de finales de año DIA tenga el sistema RFID instalado en todos sus almacenes de España y, el año que viene, continuar con la implantación en Francia y comenzar la expansión en el resto de países. Al ser la estandarización de procesos y tecnologías uno de los éxitos de la compañía, se estima que todas sus plataformas contarán con RFID a corto plazo.

Innovar con el objetivo de mejorar, tanto en resultados como en calidad

La mejora de procesos logísticos se inserta en la estrategia global del Grupo de búsqueda continua de nuevos servicios, características y formatos que puedan adaptarse y satisfacer mejor a sus clientes, mientras sigue ofreciendo la mejor relación calidad-precio.

«Creemos que la tecnología más puntera es la mejor herramienta para seguir siendo líderes en el sector de la distribución» explica Julián Villena. «Por esta razón, siempre tratamos de innovar no solo con el objetivo de mejorar nuestros resultados sino también nuestra calidad, el proyecto de RFID para control de picking es un ejemplo más de nuestra mejora continua.»

“A PESAR DE LA COMPLEJIDAD TÉCNICA Y TECNOLÓGICA DEL PROYECTO DE RFID, SU IMPLANTACIÓN Y ACEPTACIÓN HA SIDO POSITIVA, SENCILLA Y RÁPIDA”

Respondiendo a esta lógica, DIA analiza continuamente cuáles son las tecnologías que podrían aportarle mayores beneficios. Entre otros proyectos, está investigando, junto con Zetes, nuevos usos de la RFID para optimizar sus procesos.



Los operarios aprendieron a manejar los terminales de voz más rápido de lo esperado y los encontraron muy fáciles de usar

«Iniciamos la colaboración con Zetes basándonos en la valoración positiva que hicimos de su experiencia en la implementación de proyectos vocales. Sus conocimientos en otro tipo de tecnologías, así como el hecho de que siempre buscan la que mejor se adapta a las necesidades de sus clientes, hizo que nos decidiéramos a contar con su apoyo en los siguientes proyectos. Debido a la homogenización de procesos, también es importante su red europea de filiales, así como su alianza con integradores de sistemas en otros continentes» concluye Julián Villena.

DIA en breve

52.000 empleados

Presencia en 8 países:

En España, Grecia, Turquía, Argentina, Brasil y China bajo el nombre de DIA

En Portugal como Minipreço

En Francia como Ed y DIA

46 centros de distribución con una superficie total de 900.000 m²

6.475 establecimientos

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

LOS ERRORES CUESTAN €1.6 MIL MILLONES AL AÑO A RETAILERS Y PROVEEDORES

SEGÚN UN ESTUDIO, LOS PRINCIPALES RETAILERS Y PROVEEDORES BRITÁNICOS PIERDEN HASTA UN 1% DE BENEFICIOS CADA AÑO



Alan Braithwaite, Profesor de Cranfield Management School

RETAIL

Según estudios realizados por LCP Consulting y por Cranfield School of Management, se calcula que la incoherencia entre los datos de los principales retailers de alimentación del Reino Unido y sus proveedores les cuesta nada menos que el 1 por ciento de sus beneficios, lo que al año equivale a 1.400 millones de libras (1.600 millones de euros). Esta cifra es muy superior a la pronosticada por un informe reciente de GS1 UK y de Cranfield School of Management, que la situaba en torno a los 200 millones de libras (231 millones de euros) anuales.

El Profesor Alan Braithwaite, co-autor del estudio, y el Profesor Richard Wilding, ambos pertenecientes a la Cranfield School of Management, elaboraron su investigación, aplicando estadísticas de Six Sigma a los resultados del estudio de GS1, e identificaron niveles extraordinarios de imprecisión en los datos de los retailers publicados por GS1: 29.000 veces peor que Six Sigma, lo que sugiere que uno de cada 10 datos es incorrecto, es decir, una incoherencia del registro de datos general (GTIN) del 80%.

En sus cálculos, el Profesor Braithwaite identificó con más detalle los factores de rendimiento relacionados con los retailers y demostró su influencia en los resultados de una empresa concreta. Según su experiencia, la precisión de los datos es deficiente, ya que presenta errores en las dimensiones físicas, en los precios y en los parámetros operativos, así como en la reposición de estantes, las cantidades a reponer y las cantidades de los pedidos. Lo que subyace tras este problema es un coste de

oportunidad importante. El profesor recomienda a las empresas revisar sus procesos de gestión de datos maestros y sus métodos de identificación y captura de datos.

Según el profesor Alan Braithwaite, «Las ventajas que obtiene una empresa que invierte en sistemas y procesos de identificación son mayores de lo que cabe imaginar. Y es de vital importancia, no es necesario invertir en costes operativos para hacerlo bien, más bien se trata de centrarse en la organización e implantar buenos procesos e indicadores clave de rendimiento. La experiencia demuestra que cuando estos aspectos mejoran, también se ahorran costes».

Por su parte, el profesor Richard Wilding añade: «Los niveles de imprecisión registrados y sus costes asociados son preocupantes. Prueba de ello son las grandes inversiones que los principales retailers han hecho en la integración de sistemas de identificación de productos y captura de datos en la cadena de suministro, así como el enfoque que muchas empresas han puesto en métodos lean y de six sigma».

Desde la perspectiva de Zetes, este estudio viene a confirmar la importancia de contar con un sistema preciso de captura de datos en tiempo real implantado en toda la cadena de suministro. La visibilidad es la consigna de los retailers, mientras las empresas buscan implantar una cadena de suministro «just in time» que les permita gestionar su inventario en tiempo real. Si bien es cierto que existe tecnología capaz de integrar la precisión de la captura de datos de six sigma en un sistema ERP, este estudio demuestra que un proceso de gestión de datos deficiente limita las ventajas potenciales que de ello se derivan. Los retailers deberían tener en cuenta este hecho al comenzar un proyecto y realizar revisiones antes de invertir y de forma continuada.

En resumen, LCP recomienda ocho medidas básicas para incrementar la precisión de datos

1. Medir la eficacia real (de forma continuada).
2. En las dimensiones físicas utilizar equipos de medición para capturar cualquier dato que falte al recibir las mercancías.
3. Supervisar y analizar los ajustes de datos.
4. Implantar un proceso de auditoría perpetuo.
5. Aplicar el sistema para identificar el valor potencial y centrarse en las grandes oportunidades.
6. Mejorar sistemáticamente los procesos para gestionar la nueva información.
7. Integrar la exactitud de six sigma en los indicadores clave de rendimiento interfuncionales y responsabilizar a todos de la calidad de los datos.
8. Automatizar la alineación de datos siempre que sea posible.

Puede descargar un ejemplar completo del informe en www.zetes.com/data-accuracy.

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

UNA IDENTIDAD MÁS SEGURA CON LA BIOMÉTRICA

AUMENTA LA IMPORTANCIA DE LA BIOMÉTRICA COMO ÚNICO MEDIO PRECISO Y SEGURO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS

INSTITUCIONES PÚBLICAS Y GOBIERNOS

La identidad se resume en una sola pregunta: ¿cómo demostrar que somos quienes decimos que somos? Para abordar esta cuestión, los gobiernos expiden documentos de identidad con valor probatorio. Sin embargo, según Ronny Depoortere, Vicepresidente ejecutivo de Zetes PASS, «En los últimos diez años, los documentos de identidad tradicionales han demostrado ser insuficientes ante la creciente calidad de las falsificaciones». Y es aquí donde entra en escena la biométrica: la biométrica es un medio para identificar verazmente a las personas, basándose en uno o varios rasgos físicos intrínsecos, como rasgos faciales, huellas dactilares, la palma de la mano y el reconocimiento del iris. «Ofrece una gran ventaja, ya que dos personas pueden tener el mismo nombre o fecha de nacimiento, pero nunca tendrán los mismos rasgos físicos. Es más, a diferencia de los documentos en papel, que pueden manipularse, robarse o perderse, la información biométrica siempre la llevamos encima. Esto es lo que convierte a la biométrica en un sistema para identificar a las personas completamente seguro».

La biométrica en Europa y África

Esta es la razón por la que el interés por la biométrica de los gobiernos y de las instituciones internacionales aumenta sin cesar. Europa, por ejemplo, ha publicado una serie de directrices recomendando el uso de pasaportes con chip, que contengan

la fotografía y las huellas dactilares del titular. «Sin embargo comenta Ronny Depoortere-, estas recomendaciones requieren medidas especiales que garanticen la privacidad. De hecho, el uso de la biométrica en el mundo occidental ha generado inquietudes sobre la privacidad». En el continente africano, en cambio, la biométrica se utiliza habitualmente para crear las listas de votantes con el fin de evitar fraudes.

El mayor proyecto de este tipo fue el realizado durante las elecciones de la República Democrática del Congo en el 2006. Allí, 26 millones de ciudadanos fueron registrados con los kits biométricos de Zetes. Ahora, que se acercan las elecciones presidenciales de 2011, las autoridades han organizado la actualización de las listas electorales y han encargado 9.500 kits más. «Las huellas dactilares son el principal elemento para determinar la identidad, mientras que la foto sirve como mecanismo de control adicional. La foto también aparece en el carné de votante, a efectos de identificación visual». Tras la inscripción, cada votante recibe en el acto una tarjeta de identificación de votante, a modo de comprobante. Una vez terminadas las elecciones de 2011, los kits biométricos seguirán utilizándose en los municipios y formarán parte de la infraestructura de identificación de otros servicios públicos.

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11

¿MÁS INFORMACIÓN?

WWW.ZETES.ES/GLOBE7

¿QUIÉN SE BENEFICIA DE LA IDENTIFICACIÓN AUTOMÁTICA?

SYSTÈME U

El retailer francés Système U trabaja actualmente con la solución de voz 3iV Crystal en los terminales de Motorola VOW y WT4090, para optimizar sus operaciones de picking, cross-docking e inventario.

FLORAHOLLAND

La organización de subastas de flores más grande del mundo utiliza la voz para optimizar sus específicos procesos de preparación de pedidos durante las subastas.

SEACHILL

Seachill y Zetes han ganado el premio del Chartered Institute of Logistics and Transport por el proyecto de verificación de expediciones, basado en la solución Visidot.

REGATTA

Regatta, la marca líder de ropa al aire libre del Reino Unido, ha invertido en una solución de infraestructura inalámbrica y hardware móvil para su almacén, logrando un stock y una disponibilidad de producto completamente fiables, un picking más preciso y eliminando la cuenta anual de stock.

AGENDA

VOZTRACK 2010
18 NOVIEMBRE 2010
Hotel Barceló Sants
Barcelona - España

FARMATRACK 2010
18 NOVIEMBRE 2010
Hotel Barceló Sants
Barcelona - España

JORNADA ALDEFE
24 NOVIEMBRE 2010
Instituto Logístico Tajamar
Madrid - España

LOGIMAT
8-10 FEBRERO 2011
NEUE MESSE
STUTTGART - ALEMANIA

CONTACTE CON UN EXPERTO

PROYECTOS MULTINACIONALES

Jan Vermeesch
VP Cuentas Multinacionales
mna@zetes.com
+32 475 230 716

VOZ

Sathish Sastry
Responsable del Centro de Innovación de Voz
sathish.sastry@zetes.com
+31 20888 41 66

PRINT & APPLY Y SOLUCIONES DE ETIQUETADO

Jean-Jacques Schormans
Director General del Centro de Innovación 3i P&A
j.schormans@zetes.com
+32475818383

BIOMETRÍA

Ronny Depoortere
VP Senior Zetes Pass
ronny.depoortere@zetes.com
+32 2 728 37 11

PARA OTROS TEMAS PUEDE CONTACTAR CON

Sarah Dheedene
+32 2 728 37 11
sarah.dheedene@zetes.com

VARIOS

“EL ÉXITO DE TODA ALIANZA ES SIEMPRE COSA DE DOS”

GARY BARR, DIRECTOR IT DE MORRISONS, EXPLICA LA IMPORTANCIA DE TRABAJAR CON SOCIOS FIABLES



Izda.: Andrew Southgate, Director Comercial de Zetes en el Reino Unido
Dcha.: Gary Barr, Director IT de Morrisons

RETAIL | 3PL | ALMACENAJE

¿Cuáles son los principales retos de Morrisons en la actualidad? ¿Están preparados para afrontarlos?

Gary Barr Morrisons opera en un mercado altamente competitivo, donde es difícil sobrevivir y tenemos que competir con empresas muy buenas. Los supermercados están más protegidos de la recesión que otros sectores, pero tenemos que trabajar duro para ganar cada venta que hacemos.

En una reciente entrevista, Dalton Phillips, su nuevo consejero delegado, mencionaba las ventajas que había observado desde que utilizan el picking por voz en el almacén. ¿Podría hablarnos de ello?

Gary Barr Durante mi trayectoria profesional he estado al frente de muchas implementaciones tecnológicas y puedo decir que, en términos de aceptación de los usuarios, el sistema de voz de Zetes ha sido sin lugar a dudas el más fácil de instalar. No hubo ni la más mínima resistencia por parte de la empresa, fue un proyecto excepcional que proporcionó ventajas inmediatas. La voz ha reducido rápidamente los costes, hemos visto aumentar la eficiencia y la productividad por encima de nuestras expectativas y ahora trabajamos con mucha más exactitud.

¿Qué otros proyectos tecnológicos está implementando Morrisons en la actualidad?

Gary Barr En este momento estamos sustituyendo todos los sistemas IT de nuestra empresa en el marco de nuestro proyecto Evolve. Con este programa pretendemos actualizar todos los sistemas de nuestro almacén, las operaciones de fabricación y la tecnología backoffice, encargada de las finanzas, el marketing y de las tiendas. Estamos en la mitad del proyecto y la iniciativa de optimización de la cadena de suministro ya está en marcha. Nuestro objetivo es equipar a la empresa con lo necesario para que pueda hacer honor a su eslogan: ofrecer los productos más frescos y con la mejor relación calidad-precio.

Con vistas al objetivo de ofrecer calidad a sus clientes, ¿qué esperan de sus proveedores?

Gary Barr Los clientes esperan tres cosas de Morrisons: frescura, valor y servicio, y eso es precisamente lo que nosotros esperamos de nuestros socios. En este caso, la frescura estaría relacionada con la innovación, la capacidad para sugerir nuevas ideas sobre cómo utilizar la tecnología de forma que mejore nuestra posición competitiva. Siempre buscamos valor y operamos con márgenes de beneficios muy estrechos. Por eso esperamos lo mismo de los proveedores, así como ayuda para nuevas inversiones. Por último, hay que tener en cuenta que en el sector servicios es inevitable que, en ocasiones, las cosas salgan mal, pero 11 millones de consumidores confían en nuestra completa infraestructura. Ofrecemos un gran servicio a nuestros clientes y esperamos que los proveedores nos ayuden a que continúe siendo así.

Hace poco hicieron una evaluación de sus proveedores. ¿Qué opinión le merece el trabajo que ha realizado Zetes en Morrisons?

Gary Barr Una empresa del tamaño de Morrisons cuenta con muchos proveedores, por lo que es importante saber cuáles le son imprescindibles. El año pasado evaluamos a los proveedores según su importancia estratégica: del 1 al 4, asignábamos un 1 a socios tecnológicos clave como Zetes y un 4 a los proveedores de artículos de consumo. Durante este proceso, resumimos las expectativas de los proveedores y compartimos con ellos nuestras percepciones sobre su empresa. Como corresponde a su carácter dinámico, Zetes fue el que mejor respondió, se comprometió por completo con el proceso, lo que es de agradecer y se corresponde a su dinámica cultura.

Se ha referido a Zetes como un socio tecnológico estratégico, ¿puede explicar la importancia de esto?

Gary Barr La relación con los proveedores tecnológicos es distinta de la que mantenemos con otros proveedores. Toda organización está estrechamente interrelacionada y el proveedor no es fácilmente sustituible. En efecto, nuestro éxito depende en muchos sentidos del éxito de Zetes como empresa, por lo que mantener una buena relación es muy importante. Con nuestro programa de evaluación de proveedores, garantizamos que podemos seguir aportándonos valor mutuamente y de que ambos nos beneficiamos de esta alianza.

¿MÁS INFORMACIÓN? | para contactar con un experto vea la pág. 11