

www.andeani.com.ar



ETIQUETAS INTELIGENTES I

En busca de un salto en la productividad

Las empresas están impulsando el avance tecnológico para evitar stocks improductivos y errores en el abastecimiento

Por Leandro Uría

De la Redacción de La Nación

La distribución es mucho más compleja de lo que parece. Antes de que el producto que elegimos en el supermercado esté esperándonos en la góndola, debe pasar por muchas etapas sucesivas.

Una vez que se finalizó con su elaboración, es envasado y se destina al depósito del fabricante. Luego, se lo transporta y se lo lleva a un centro de distribución.

Desde ahí, se traslada a un supermercado o a otro punto de venta. Tras esperar un plazo prudencial en la trastienda del local, es ubicado estratégicamente en los estantes o vidrieras para que sea localizado por el potencial comprador.

La empresa que tenga el mayor nivel de información en cada una de estas etapas logrará menos costos de distribución, menos demoras

al entregar pedidos y, por supuesto, mayores márgenes de ganancias. Pero esto no es fácil, dado que integran este proceso distintos intermediarios y operadores; además, las comunicaciones entre ellos no siempre son las ideales, pese a los avances tecnológicos.

Por otro lado, la demanda cambia continuamente. Y si se atraviesa por uno de sus picos y no se distribuyen los bienes en tiempo y forma se llega al resultado más temido por los fabricantes de los productos: que el bien no esté en el punto de venta justo cuando es buscado por un comprador.

Para evitar este riesgo, bajar costos y reducir inventarios improductivos las industrias están buscando una transparencia total en la cadena de abastecimiento y las etiquetas inteligentes—que emplean la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID), por sus siglas en inglés) y consisten en un chip y una antena que emite seña-

las constantes—prometen llevar este deseo a la realidad.

Los especialistas creen que esta tecnología reemplazará al código de barras. Entrar otras razones, el cambio se dará porque no será necesario escanear continuamente los productos para conocer su ubicación, como sucede hoy.

Ventajas

“La incorporación del RFID traerá aumentos en la productividad de los depósitos, se simplificará el conteo de los productos y se incrementarán la calidad y el control en la preparación de pedidos”, aseguró a La Nación Alberto Ermili, gerente de cadena de valor de la Región Sur de Gillette Argentina, empresa que distribuye en el mercado local tres millones de cajas anuales de productos con su misma marca, y también Oral B Pro, Braun y Duracell.

Desde 1999, Gillette está trabajando en el desarrollo de esta nue-

va tecnología en un grupo del que participan 97 empresas—42 del rubro de consumo masivo y 55 proveedores de tecnología—junto con entidades como el reconocido Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y otros seis centros de investigación.

Ermili explicó que se está desarrollando un estándar global para el uso de las etiquetas en todo el mundo, denominado Código Electrónico de Producto (EPC, por sus siglas en inglés).

Algunas empresas, como Wal Mart, prevén comenzar a trabajar en forma inminente (el lanzamiento sería en enero del año próximo) con el EPC. Otras compañías, además de Gillette, tienen pruebas piloto relacionadas con el EPC, como DHL, Procter & Gamble, Metro Group, CVS Pharmacy/Target, Tesco, Chep, Michelin y Marks & Spencer.

Actualmente, se están desarrollando los lectores e impresoras de las etiquetas, además del software y del hardware necesarios para emplear la tecnología.

De todos modos, la adopción internacional del nuevo estándar no se dará de un día para el otro. “Tendremos líderes, seguidores y detractores”, vaticinó Ermili y recordó que la aceptación del código de barras fue lenta, luego de su aparición hace 27 años.

Pero se estima que, para 2013, el EPC se usará en la mayoría de las cajas y pallets que se comercializan en el mundo, según aseguró.



Alberto Ermili

Un obstáculo por superar

Aunque se mostró optimista respecto de que la adopción de un estándar global permita reemplazar a futuro el código de barras por las etiquetas inteligentes, el directivo de Gillette reconoció que aún existe “una limitación” para la rápida expansión del RFID. Es que la nueva tecnología experimenta un problema para emitir señales a través de ciertos materiales como los líquidos o los metales. “Nuestro desafío es solucionarlo”, aseguró el directivo de Gillette.

Sistema WORLDSAT

Protección satelital, para el control total de su flota.

