

# FUL-MAR

LA INNOVACIÓN EN SOLUCIONES PARA EL CONTROL SOBRE SU FLOTA; AHORA TAMBIÉN EN TIEMPO REAL.

AVL

FUL-MAR

DE GRONING  
DG-512



Una empresa líder que marca los cambios.

Av. Eva Perón 5327 | C1439BSE | Bs. As. Argentina | Tel/fax: +5411 4684-0200 (rot.) | www.ful-mar.net | info@ful-mar.net

TECNOLOGIA I

## Casos exitosos de aplicación de RFID

La tecnología de identificación por radiofrecuencia mejora la atención al cliente, permite reducir stocks y evitar hurtos, entre otras cosas. Experiencias internacionales

Por **Andrés Asato**

Para *LA NACION*

En una librería, la tecnología RFID (identificación por radiofrecuencia, por su sigla en inglés) permitió bajar significativamente el tiempo necesario para localizar un libro entre miles de títulos clasificados temáticamente. En una tienda, más de un consumidor en los países desarrollados se ha sorprendido en el probador ante un espejo capaz de reflejar frente a él un descuento en el precio, los talles y los colores disponibles.

Esta tecnología de identificación tiene estos y otros beneficios que aún no son tan visibles para el común de la gente. Hay experiencias sorprendentes en áreas como administración de inventarios, seguimiento en la cadena de suministro, centros de almacenamiento y distribución, rastreo de los productos, trazabilidad y la automatización

de tareas en el mercado minorista.

Semanas atrás, durante las Jornadas 2008 de GS1 Argentina, se presentaron algunos casos exitosos en empresas de primera línea. El encuentro reunió a más de 300 invitados y sirvió para conocer los alcances de esta herramienta aplicada en etiquetas que contienen antenas y chips portadoras de datos que pueden ser leídas sin la necesidad de pasar un scanner sobre ellas.

El caso de la Librería Byblos, de Portugal, es el prototipo de un sueño personal. Hace un año, su propietario —que llevaba toda una vida dedicada a la venta minorista de libros—, con tres sucursales pequeñas, se propuso tener un sólo local de 3300 metros cuadrados, con capacidad para 250.000 libros, juegos y videos. El desafío era brindarle al cliente la posibilidad de disponer de una compra en un espacio más amplio y cómodo, ofreciéndole una rápida localización del libro requerido, completa y detallada información, más una forma

automática de pago. “Aplicando RFID logramos reducir el stock en un 30% y el tiempo de espera en la caja y el inventario en un 65%. Se instalaron 35 quioscos con pantallas táctiles, 14 puntos de venta, puertas de seguridad, pero es en la localización de libros donde se observa su mayor eficacia”, señaló Joao Vilaca, director de operaciones de Creativesystems, la firma que instrumentó RFID en Byblos.

Para Roger Hostalot Sanz, director de RFID Magazine, dos conceptos importantes son el de visibilidad y automatización: “Las empresas han dedicado buena parte de sus esfuerzos en la automatización de la gestión. Pero se han vuelto especies de cajas negras vacías de información. Se sabe cuando entra y sale un producto pero no lo que ocurre en el proceso intermedio. Y si no se tiene la información adecuada cuando surge un problema no se puede saber cuál es el error. Y eso implica el peor de los costos. Son como agujeros

negros y la aparición de RFID lo que nos permite es tener datos más precisos de lo que está pasando, en qué momento y dónde”.

Hace cuatro años, Tiendas Liverpool de México comenzó a investigar la tecnología RFID para la identificación de pallets y cajas retornables, en la implementación de lectura en ropas y accesorios, tomas de inventario y control de hurtos. Según Javier Méndez Trujillo, gerente de la empresa, antes de incursionar en RFID se debe estudiar “las áreas donde hace falta o es conveniente la nueva herramienta, capacitar al personal y realizar una prueba piloto”.

Liverpool pasó de tener 15 a 74 tiendas en algo más de una década, hoy tiene 40.000 empleados y las ventas en 2008 alcanzaron los US\$ 4000 millones. La empresa invirtió en logística US\$ 70 millones y para 2009 prevé masificar el uso de RFID entre sus proveedores. “Otro sector en el que se utiliza esta he-

rramienta es en el área de seguridad de las tiendas, en la sección de óptica donde cada armazón porta una etiqueta, que es monitoreada por el sector de prevención y pérdidas. Lo que hay que aclarar es que el código de barras desaparece, hay que combinarlo y cuanto más pronto se implemente la etiqueta mayores oportunidades de negocio habrá”, agregó el ejecutivo.

Una de las incógnitas que abre el uso de RFID es el retorno de la inversión. Para Méndez Trujillo destacó que los costos van de la mano con el nivel de eficiencia. “De ahí la importancia de un buen asesoramiento previo. Pero nuestra proyección es un retorno de inversión menor a dos años”. En Byblos los beneficios están a la vista: “La comodidad y la información permitieron aumentar un 30% las ventas”, destacó Joao Vilaca. Mientras que para Hostalot Sanz, el costo es un valor intangible que se encuentra en el aprovechamiento de los datos capturados.



Vilaca, de Creativesystems



Méndez Trujillo, de Liverpool



Hostalot Sanz, de RFID Magazine

VOLVÉ A SENTIR EL PLACER DE MANEJAR

www.fate.com.ar

Volvé a sentir el máximo agarre.  
Volvé a sentir que no hay caminos difíciles.  
Volvé a sentir todas esas cosas que te encanta sentir.