



ARTICULOS

Logística de Perecederos: El desafío de la logística moderna

Cuando hablamos de perecederos se nos vienen a la mente frutas, verduras, pescados y mariscos, entre muchos otros alimentos. Esta categoría presenta importantes desafíos a la cadena logística que no han sido abordados en forma integral.



Hace más de 10 años, la industria de supermercados y proveedores acordaron cuál sería el elemento que permitiría trasladar productos no perecibles en forma rápida y eficiente, siendo el mismo elemento importante para el almacenamiento de los productos a ser trasladados posteriormente. ¿A qué nos referimos? Al Pallet.

En el mundo de los perecederos, el tema ha sido más difícil, ya que la masa de proveedores se encuentra mucho más atomizada y los niveles de tecnología son diametralmente opuestos entre los proveedores que conforman la oferta: bastante bajos cuando pensamos en frutas, verduras, pescados y similares, aunque existen excepciones; y de muy alto nivel tecnológico en el caso de las carnes y aves.

Hoy, los alimentos no perecibles llegan a los principales centros de compra apoyados por una vasta gama de herramientas y servicios ampliamente aceptados por los miembros de la industria. Es así como las órdenes de compra son transmitidas por Internet en un formato EANCOM, donde cada producto está plenamente identificado a través de su código de barra EAN.UCC, haciéndolo único a nivel mundial. Las maestras pueden ser alimentadas, mantenidas y actualizadas en forma permanente utilizando los servicios de un DATA POOL, por ejemplo.

En la cadena de abastecimiento poco y nada se ve del uso de estándares que permitan una cadena eficiente, siendo el único signo de estandarización las cajas plásticas con los cuales estos productos son transportados por el agricultor en forma directa a la sala de venta. Poco a poco, han ido apareciendo vegetales y frutas con un código de barra EAN.UCC que lo identifica y diferencia de los competidores al ser un producto con un mayor calibre, mejor color y mejor sabor.

El consumidor ha ido aprendiendo y encontrando productos que satisfagan sus necesidades en este tipo de productos, pero falta mucho por avanzar. Los consumidores de países del hemisferio norte pueden seleccionar entre 10 variedades distintas de manzanas u otra fruta, estando cada una de ellas identificadas, permitiendo al supermercado saber exactamente qué variedad de manzana se vende y qué tipo de cliente la adquiere. En la actualidad, hay un piloto en cadenas de supermercados de Estados Unidos, donde a vegetales y frutas se les está colocando un código de barras con el fin de leerlos en el punto de venta (el código de barras escogido para el piloto es el RSS). Este nuevo estándar posibilitará al supermercado diferenciar entre dos pimentones de calibre diferente y con un precio distinto, permitiendo a los productores ofrecer productos de mayor valor agregado y con un mayor precio. Pero, ¿qué pasa hoy? Los consumidores cambian las etiquetas de los pimentones llevándose los pimentones más grandes y más caros al precio de los más pequeños, produciendo una pérdida económica al

supermercado, por consiguiente no recompra al productor.

El sistema de estándares EAN.UCC cuenta con una serie de soluciones que permite que en la cadena de abastecimiento de los perecibles no sólo se pueda identificar el producto con un código de barra, sino que además crea las condiciones mínimas para contar con un sistema básico de trazabilidad. El código de barras del producto o del embalaje asociado a la fecha de recolección (frutas o vegetales) y al predio donde fue recolectado, identificado por un GLN (Código de Locación Global), permiten contar con las bases de dicha trazabilidad.

Los mercados de exportación para la temporada 2007 están recibiendo instrucciones precisas para identificar correctamente utilizando los estándares EAN.UCC, administrados por GS1. De esta manera, tanto los productos como sus pallets y locaciones deben indicar en un formato estándar el número de lote y fecha de producción del mismo. Para la temporada 2006, sólo se estaba solicitando identificar el pallet mediante el uso del código de barras SSCC (Serial Shipment Container Code). Los mercados externos se están volviendo cada día más exigentes y nuestro país está cada día más unido a los mercados globales, considerando que a la fecha ha firmado cerca de 30 tratados de libre comercio.

La cadena de abastecimiento de los alimentos perecibles tiene en la actualidad nuevas y mejores soluciones dentro de la oferta de soluciones del sistema EAN.UCC para satisfacer las necesidades de los consumidores, los clientes y todos los involucrados con esta clase de productos.

<http://www.emb.cl/negociosglobales/200701/columna2.mv>

ARTICULOS

Una empresa canadiense de transporte utiliza la RFID para realizar los inventarios de sus camiones

Action Trailer está utilizando la RFID para realizar el seguimiento de inventarios de más de 1.000 camiones de transporte aparcados en una superficie de unas 10 hectáreas. El sistema RFID ha sustituido a un sistema manual que conllevaba muchas horas de trabajo

La RFID es una tecnología emergente que ha ido penetrando poco a poco en los negocios. Según Bob Moroz, presidente de RFID en Canadá, la RFID pasará a ser uno de los principales componentes para la mayoría de los nuevos negocios y aplicaciones de consumo en un futuro próximo.

Para RFID Canadá, la mayoría de empresas en Norte América que están involucradas en proporcionar soluciones utilizando tecnología RFID, lo están haciendo, la mayor parte de ellas, como respuesta a los mandatos de los minoristas acerca del uso de la RFID para identificar cajas, palets y también ítems. Moroz cree que aunque los sectores minorista y de cadena de suministro serán los mayores mercados para las soluciones y la tecnología RFID, en este momento, quedan todavía unos dos años antes de que estos sectores empiecen a generar las ventas RFID esperadas.

Mientras tanto, la RFID se está desplegando en prácticamente todas las demás industrias, incluyendo la industria del transporte. Una de las empresas que ha implementado un sistema RFID en el último año es Action Trailer Sales de Mississauga, Ontario, Canadá. Action Trailer Sales, vende vehículos sirviendo a la industria del transporte, proporcionando camiones nuevos y usados, servicios de alquiler, leasing, mantenimiento y aprovisionamiento de piezas.

Action Trailer está utilizando la RFID para realizar el seguimiento de inventarios de más de 1.000 camiones de transporte aparcados en una superficie de unas 10 hectáreas. A cada camión se le ha asignado un tag RFID que un empleado a través de un terminal portátil lee una vez al día. Los ahorros de tiempo y la precisión son los primeros beneficios observados de la utilización de la RFID para esta implementación.

El hecho de asegurar que las localizaciones de cada camión en el lote se conocen a cada momento, ha sido el mayor beneficio obtenido del sistema. Como resultado, el ROI se ha conseguido en 12 meses.

Action Trailer Sales presentará la solución RFID y las aplicaciones que ha desplegado en la próxima Canadian RFID Conference 2007 que tendrá lugar en Markham, Ontario los próximos 8 y 9 de mayo.

<http://www.rfid-magazine.com>

Caso de éxito. Herramientas tecnológicas en los procesos logísticos

Grupo Dico hace frente a los retos de la globalización con la reestructuración de su logística adaptando las mejores prácticas y tecnologías de la industria de muebles en México. Con la incorporación de nuevas tecnologías la empresa mejoró su productividad desde la toma de decisiones. Esta certeza permitió un mejor control de inventarios y administración de almacenes, así como una optimización en el transporte y distribución de mercaderías, al contar con indicadores de control y reportes de todas las variables.

Introducción

El uso de nuevas herramientas tecnológicas en la función de los procedimientos logísticos mejora la productividad a través de la optimización de tareas; proveen soluciones para los tres niveles de decisión: estratégico, táctico y operativo, tanto para el control de inventarios y administración de almacenes, como el de transporte y distribución, contando con los indicadores de control y reportes de todas las variables. Esto permite una visualización centralizada en tiempo real de toda la cadena de suministro para una rápida y acertada toma de decisiones.

Sin embargo para que la tecnología genere resultados es necesario no solo decidir entre una lista cada vez más grande de soluciones disponibles en el mercado, exige una alineación de los objetivos y cultura de la organización, así como los procesos actuales e infraestructura disponible.



Las empresas que mejoran su competitividad en etapas de crecimiento, son aquellas que han podido adaptar y alinear las soluciones tecnológicas del mercado a sus procesos, infraestructura y organización.

Este es el caso de Grupo Dico una empresa 100 % mexicana especialista en la industria de muebles, que surgió en la década de los cincuentas como una distribuidora de colchones y que ha asegurado su consolidación y crecimiento en el mercado gracias al diseño y selección de muebles de acuerdo a las necesidades, deseos y expectativas del mercado mexicano, así como a una cadena de suministro que asegura un servicio ágil y eficiente, para surtir el mueble adecuado en el momento adecuado, en casa de más de 12 mil clientes al mes.

El reto

Grupo Dico, contaba con dos almacenes que habían sido utilizado por más de 20 años como sus bodegas centrales, a través de las cuales, abastecían a más de 55 puntos de venta a lo largo del país.

Como parte de su planeación estratégica en logística, y con el objetivo de soportar los altos índices de crecimiento proyectados para los próximos años, Grupo Dico tenía la necesidad de reestructurar su red de distribución (almacenaje y transporte).

A finales de Junio del 2003 y después de varias evaluaciones, Grupo Dico integra a su comité de logística a la empresa Netlogistik, quien mediante un diagnóstico de toda la red logística identifica una serie de áreas de oportunidad importantes.

Ineficiencia en el almacenaje

Los siguientes apartados hacen mención general de la evaluación que realizó el proveedor de soluciones tecnológicas en la empresa de muebles:

- La capacidad de los almacenes se encontraba bloqueada por producto descontinuado en 30 %.
- La visibilidad y control de las mercancías no era suficiente.
- La espera era excesiva por parte de los proveedores para la entrega de su mercancía.
- Además, la eficiencia en la distribución y entrega eran un punto clave para abastecer de una mejor logística a la

empresa mexicana, ya que:

- Se dedicaba demasiado tiempo en la elaboración de rutas.
- La entrega de mercancías tardaba hasta en 72 horas con el riesgo de afectar el servicio por un crecimiento fuerte con procesos manuales.

Ante este panorama, el objetivo consistía en desarrollar un plan integral de logística que respaldaran las proyecciones de crecimiento y que permitiera asegurar el mejor nivel de servicio, procesando más del doble de las órdenes, comentó Alberto Salinas, Director de Logística de Grupo Dico.

El directivo agregó que "Netlogistik apoyo en todo este proceso, diagnosticando nuestra red logística, seleccionando y definiendo el tamaño de las nuevas instalaciones, rediseñando procesos y soportando toda la operación con tecnología y sistemas relacionados y congruentes a nuestro negocio".

Las soluciones

Como parte de los trabajos se inició con el diseño, selección y construcción / adaptación de un nuevo centro de distribución.

Para dar paso a la definición de una estrategia integral de transporte y almacenaje, rediseñando procesos, equipos y logística de entrega; seguido de la implementación de tecnología de punta en los diversos niveles de decisión:

- Operativo: Sistema de Administración de Almacenes de Redprairie, un Sistema de Ruteo de UPS y un equipo de transporte con un sistema desmontable de cajas de DC Transport.
- Estratégico y Táctico: Herramientas de visibilidad de la cadena de suministro, un tablero de monitoreo y control de desempeño (scorecarding) y un generador de reportes de RedParirie.

Principales Resultados

- Se identificó un ahorro anual en los costos de operación de \$250 MUSD a \$350 MUSD por operar en el nuevo CEDI.
- Se Incrementó de la productividad de entrega en un 20%.
- Disminuyeron los tiempos de espera de los proveedores a ser recibidos con un programa de citas.
- Se redujo el tiempo de entrega de 72 a 48 horas, con planes de ofrecer entregas a 24 horas y durante el mismo día de la compra.
- Se hizo más ágil, 33%, la configuración de rutas.
- Disminuyó 15% en kilómetros los recorridos.
- Hubo una reducción significativa de los costos de almacenaje y distribución en 30%.
- Mejoró 100% sobre la visibilidad y exactitud de los inventarios
- Incrementó la calidad de vida para el personal

"Hoy es imposible pensar en una red logística eficiente sin tecnologías de información, sin embargo la tecnología debe de ser justificada económicamente por los resultados que genere a la empresa, por tal motivo es necesario revisar antes de invertir en tecnología cómo funcionan los procesos, identificando junto con la gente implicada las áreas de oportunidad más importantes, para que con base en esto se determine una parámetro comparable numéricamente con las mejores prácticas del mercado", precisó Iván Fernández, Director Comercial de Netlogistik.

De tomarse en cuenta las sugerencias anteriores se evitará, por lo menos instalar herramientas que aceleren malos procesos o simplemente no se adapten.

Algunas recomendaciones por parte del usuario

Alberto Salinas, Director de Logística de Grupo Dico, reiteró que con "todo lo que hemos hecho en la logística de Dico, puedo comprobar que como en todo proceso de cambio un 10% es inspiración y un 90% es transpiración, lo que se puede resumir en una lucha constante, dentro del 10% de inspiración tampoco hay nada nuevo sólo hay que respetar algunas reglas fundamentales de los negocios".

Estas son:

- Partir de un enfoque centrado en el cliente y en el mercado. Con la internacionalización de las economías, el énfasis no esta en el producto si no en lo que este hace por el comprador, es decir los beneficios y valores agregados.
- El talento humano. Es indispensable contar con un buen líder, "en Dico tenemos la suerte de contar con un Presidente, Jaime Chaljon, con una amplia visión y empuje, señaló Salinas.
- Comenzar con los procesos. Después de tener claros los objetivos de servicio a cliente, es necesario construir los procesos que aseguren que se va a cumplir con el nivel del servicio establecido al menor costo posible.
- Contar con la asesoría de un experto. Los escépticos suelen horrorizarse de inmediato ante la idea de que el grupo

de logística no sea capaz de generar su propio plan, pero resulta provechoso recurrir a un experto, quien aporte un orden metodológico, una visión fresca, objetiva y profesional.

- Adaptar los sistemas y la infraestructura a los procesos (nunca al revés). Toda inversión en sistemas y equipos deben de permitir eficiencias claras que justifiquen su inversión, nunca comprar nada que no justifique un retorno de la inversión claro.
- Disciplina y coraje. Después de lo anterior lo ideal sería dejar que las cosas pasen y se den tal y como se planeó, pero en este mundo siempre cambiante es indispensable tener además de disciplina mucho coraje para librar todos los obstáculos que se presenten hasta conseguir los objetivos propuestos.

Por: Tonanzi Granados Rodríguez
Redacción Énfasis Logística México

EVENTOS

Sesiones de capacitación

A partir del mes de marzo GS1 Panamá, a través de su departamento EDUCA, ofrece a sus afiliados sesiones de capacitación sobre "El uso efectivo de los códigos de barra, el primer paso hacia la globalización".

Este esfuerzo por capacitar y apoyar a los miembros asociados en el buen uso de los estándares, tiene como objetivo establecer a GS1 Panamá como una organización que aporta excelencia y valor que se traduzcan en realizar mejores prácticas.



Un celular para leer los códigos de barra
Se convierte en una especie de “control remoto” de la Red

NUEVA YORK (Por Louise Story, de “The New York Times”)

A primera vista se antoja una escena salida de alguna película futurista: una persona que quiere comprar una casa pasa frente a una con un letrero de “se vende”, se detiene y apunta hacia la señal con su teléfono celular.

Con un clic la pantalla del teléfono le muestra el precio de la casa, el número de cuartos y baños, y muchos otros detalles.

Expertos en publicidad opinan que esos celulares, versiones electrónicas de las famosas navajas del ejército suizo, se encaminan rápidamente en esa dirección. La nueva tecnología, en uso en varias partes de Asia y en desarrollo en Estados Unidos, permite a los teléfonos conectar a los objetos de uso diario con internet.

En su más reciente encarnación, los celulares se convierten en una especie de sofisticado control remoto. Con un movimiento, puede leer información codificada en objetos de uso diario y traducirlos en vídeos, imágenes o archivos de texto en la pantalla. “El celular es la herramienta natural para combinar al mundo material con el mundo digital”, indicó ese ejecutivo, Cyriac Roeding, director de aplicaciones a telefonía móvil de la CBS.

En Japón, los clientes de McDonald's ya pueden apuntar sus celulares a la etiqueta que viene en la envoltura de sus hamburguesas para obtener información nutricional. Los usuarios también pueden apuntar sus teléfonos a anuncios de las revistas y recibir mayor información, e incluso abordar un avión usando el teléfono en lugar del boleto; los promotores de cine pueden enviar los “trailers” de sus películas desde los anuncios espectaculares.

Publicistas expresan que están muy interesados en ofrecer capacidades similares en Estados Unidos, pero los celulares no cuentan todavía con el software. Por el momento, los consumidores tienen que descargar la tecnología necesaria por ellos mismos.

Las grandes compañías publicitarias y de alta tecnología, como Hewlett-Packard y Publicis Groupe, un conglomerado de publicidad, presionan para popularizar esa tecnología. “Ahora, cuando alguien elija un producto ya no tendrá que acudir a la computadora”, señaló Tim Kindberg, de Hewlett-Packard en Bristol.

<http://www.yucatan.com.mx/>

Vídeos dentro de códigos de barras

No hay campo nuevo en el que no se inmiscuya la publicidad: televisión, radio, Internet, móviles... hablando de móviles, la empresa Content Idea of Asia ha diseñado un sistema de códigos de barras en 3D que pueden almacenar entre 0.6 y 1.8 MB, lo que permitiría guardar pequeños anuncios en forma de vídeo que podrían ser visualizados en nuestro teléfono.

Este código está basado en el 2D QR Code, pero utiliza hasta 24 capas de diferentes colores, lo que le permite guardar esa gran cantidad de datos.

La verdad es que las posibilidades que ofrece son inmensas. ¿Qué te parecería ver un minitrailer de una película simplemente escaneando el código que viene junto al anuncio de la película en el periódico? Sorprendente como poco.

<http://xataka.com/>

Vuelve LOGIStrack´07, centrado en alimentación

Dentro del Salón Internacional de la Logística (SIL) en Barcelona, el 7 de junio 2007, IDtrack será el organizador de la 3ª edición del LOGIStrack, en esta ocasión centrada en el ámbito de la alimentación.

En LOGIStrack´07: Logística de inicio a fin, escogidos ponentes darán respuesta a cuestiones relacionadas con la RFID y otras tecnologías de identificación, procesos, metodología, logística inversa o cadena de frío dentro del ámbito de la alimentación.

No podían faltar los casos prácticos, que en esta edición correrán a cargo de Grupo Leche Pascual, Alcampo, Farggi, Gullón, Caprabo y Consum.

Contará con la colaboración de entidades de prestigio a nivel nacional e internacional como la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Revista Alimentaria.

Todo lo relacionado con la logística en el sector de la alimentación, desde principio hasta el fin, se concentrará en el LOGIStrack´07.

LOGIStrack'07 tendrá lugar en el Salón Internacional de Logística y la manutención (SIL), el jueves 7 de junio en Barcelona.

LOGIStrack´07 tiene como propósito exponer las últimas tendencias en identificación, trazabilidad, logística, transporte, procesos, packing, etc., enfocadas al mercado de la alimentación. Dirigido a los responsables de las áreas de almacén, transporte, operaciones y por supuesto, de logística.

IDtrack espera 150 participantes a este evento.

<http://www.eventos.idtrack.org/logistrack07/index.html>

RFID para extraer discernimiento e impulsar el valor: IBM

En la Conferencia Mundial de RFID, IBM presentó el software de Identificación de Frecuencia de Radio que quita el candado a la penetración del negocio de la explosión de información creada por las etiquetas de RFID, integradas a través de la cadena de suministros, facultando a las compañías a identificar plenamente las nuevas oportunidades de negocios.

El nuevo servidor WebSphere RFID Premises Server V6.0 agrega y analiza cantidades masivas de RFID y otra información de sensor en cada esquina de una empresa. Después aplica una lógica de negocios integrada y, apalancando la Arquitectura Orientada a Servicios, integra datos brutos con aplicaciones empresariales, tales como ERP o sistemas de facturación. Esta arquitectura abierta significa que los datos pueden conectarse sin costuras con los procesos de negocios, permitiendo que las compañías usen y capitalicen el RFID.

Ahora las compañías pueden usar datos valiosos desde ubicaciones remotas, tales como centros de

distribución o tiendas, para crear y administrar las soluciones de RFID en base a escenarios reales de negocios, impulsar nuevos flujos de ingresos y aniquilar los costos.

El servidor Premises Server es el resultado de una innovación colaboradora con el pionero y cliente de RFID, METRO Group, en los laboratorios y centros de innovación de IBM alrededor del mundo.

Junto con el Centro de Información de RFID de WebSphere que se liberó en diciembre, Premises Server V6.0 permite que los clientes administren e integren estratégicamente la información de RFID con los procesos de negocios y compartan esa información de manera segura con los asociados comerciales seleccionados.

<http://www.esemanal.com.mx>