

2010 NR6
PORTUGAL

zetes GLOBE



Gruppo IPER escolhe fazer um solo de voz flexível e aberto, reduzindo os erros de picking em 30%

Porque é que a solução da **ImagID** é uma alternativa à RFID

índice

- 03 **VISÃO SOBRE A TECNOLOGIA**
IMAGEID – MELHOR QUE RFID? (P3)
IDEIAS FRESCAS COM O GS1 DATABAR (P4)
A ESCOLHA PELA VOZ (P4)
- 05 **VISÃO SOBRE O MERCADO**
SERIALIZAÇÃO: COMBATER A CONTRAFACÇÃO NA
CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO FARMACÊUTICA (P5)
COMÉRCIO JUSTO DESENCADearÁ MOVIMENTOS
PARA GARANTIR UMA MAIOR RASTREABILIDADE DAS
MATÉRIAS-PRIMAS (P6)
- 08 **CASO DE SUCESSO**
GRUPPO IPER: DO PAPEL À SEPARAÇÃO POR VOZ...
E MUITO MAIS! (P8)
- 10 **OPINIÃO**
INTERVIEW WITH ALAIN WIRTZ,
CEO OF THE ZETES GROUP (P10)
- 11 **TEMAS VÁRIOS**
QUEM ESTÁ A BENEFICIAR COM A AUTO-ID? (P11)
AGENDA (P11)
CONTACTE UM ESPECIALISTA (P11)
- 12 **UMA ÚLTIMA PALAVRA**
ARMAZÉM DA DHL SUPPLY CHAIN
OPERA AO SOM DA VOZ (P12)

ZETES Burótica

Sede: Edifício Empresarial
Alameda António Sérgio, 7
2799-532 LINDA-A-VELHA
Telefone +351.21.415.22.00
Fax +351.21.415.22.90
comercial@pt.zetes.com

Delegação Norte: Aviz Trade Center
Rua Eng. Ferreira Dias, 924, Sala E19
4100-246 PORTO
Telefone +351.22.619.10.76
Fax +351.22.619.10.78
comercial.norte@pt.zetes.com
Esta newsletter é uma edição
Portuguesa do Grupo Zetes.

Para mais informações visite www.zetes.com/pt
Responsável Editorial: Sarah Dheedene,
rue de Strasbourg 3, 1130 Brussels, Belgium

zetes
GLOBE



editorial

Caro(a) Leitor(a),

Temos o prazer de lhe apresentar a nova versão da nossa newsletter, Zetes Globe. Com este novo formato, baseado num design, estruturado e conteúdos diferentes, desejamos informá-lo ainda melhor do que se está a passar no sector da identificação automática (Auto-ID). Quais são as últimas tendências em termos de tecnologia e mercados? Que inovações podem trazer-lhe mais vantagens? Através de entrevistas com peritos em Auto-ID e clientes de diversas indústrias, iremos mantê-lo a par dos métodos de vanguarda na cadeia de distribuição.

Começamos esta edição por analisar as mais recentes tendências no campo da tecnologia. Irá descobrir como a tecnologia de ImageID pode ser uma alternativa interessante à RFID, bem como saber mais sobre as últimas evoluções no sector da voz. Além disso, iremos esclarecê-lo sobre o GS1 Databar, um código de barras orientado para a identificação de pequenos itens.

No capítulo "Visão do Mercado" iremos aprender como a rastreabilidade começa a ser uma preocupação crescente para os produtores alimentares, seguidos do aumento da procura dos clientes de informação se os produtos que eles comprem foram produzidos eticamente. Também na indústria farmacêutica a rastreabilidade é um ponto-chave: iremos analisar as regulamentações e recomendações cada vez mais rigorosas que estão actualmente em vigor e como as soluções de rastreabilidade podem ajudar as organizações farmacêuticas a ganhar vantagem competitiva. Em seguida, passamos para Itália, para saber como o líder no sector do retalho, Gruppo Iper, conseguiu reduzir os seus erros de separação em 30%. O capítulo "Opinião" é deixado ao cuidado de Alain Wirtz, director executivo do Grupo Zetes. Contando com mais de 25 anos de experiência no sector da Auto-ID, ele avalia o impacto da crise económica actual na indústria e fala-nos do futuro.

Uma vez que a força do nosso negócio se baseia largamente nas relações a longo prazo que estabelecemos com os nossos clientes, cabe-lhes a eles a última palavra. Nesta edição, o SNEDAI (Sociedade Nacional de Edição de Documentos Administrativos e de Identificação) destaca como a biométrica ajudou a Costa do Marfim a produzir passaportes e vistos de alta segurança, que estão entre os mais avançados do mundo.

Fomos inspirados a alterar o estilo da nossa newsletter... espero que, por sua vez, esta o inspire com novas ideias para melhorar o seu negócio.

Tiago Conceição
General Manager
Zetes Burótica

IMAGEID – MELHOR QUE RFID?

ESTA NOVA TECNOLOGIA CAPTURA RAPIDAMENTE CENTENAS DE CÓDIGOS DE BARRAS E ABRE NOVAS POSSIBILIDADES NA CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO

ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS | AUTOMÓVEL | CONTENTORES DE PLÁSTICO REUTILIZÁVEIS

Em alguns ambientes, tais como no sector dos alimentos frescos, é crucial garantir que as expedições sejam 100% rigorosas. A tecnologia RFID pode resolver alguns problemas, mas nem sempre é a melhor solução. A tecnologia ImageID, que permite capturar instantaneamente um número ilimitado de códigos de barras, apresenta-se como uma alternativa interessante. A Zetes Globe perguntou a Rafi Pilosoph, director do Centro de Inovação de ImageID da Zetes, como esta tecnologia pode beneficiar o cliente.

Em que mercados pode a tecnologia de ImageID trazer maiores benefícios?

Rafi Pilosoph As implementações mais populares vêm-se actualmente na verificação de cargas para expedição, na indústria alimentar. Esta indústria caracteriza-se por um grande número de paletes, geralmente com artigos diversos, que são enviadas todos os dias aos retalhistas. Os produtores de alimentos enfrentam grandes desafios, na medida em que os erros humanos podem custar-lhes muito caro. Alguns retalhistas multam-nos por cada erro de expedição, mas, mesmo que não o façam, um produto fresco com um prazo de validade limitado que vá para um destino incorrecto, não estará provavelmente em condições de ser utilizado quando regressar, se é que regressa de todo. Por isso, os retalhistas alimentares exigem uma concordância de 100% entre a encomenda e as paletes enviadas. Também exigem uma prova, no caso de lhes ser pedida, para mostrar o conteúdo e o estado das paletes enviadas. A tecnologia de ImageID pode garantir este nível de precisão.

Porque que é que esta tecnologia é única?

Rafi Pilosoph Não, nenhuma outra tecnologia de identificação automática que consiga identificar tantos códigos de barras ao mesmo tempo, com uma taxa de detecção de 100%. Além disso, uma vez que se baseia em imagens, indica a localização do artigo numa paleta e fornece uma prova visual da sua presença e estado. Isto permite que mesmo um operador sem grande especialização consiga facilmente localizar e corrigir os erros, antes que a paleta seja embalada por retratilhação para expedição.

Como saber quando usar RFID, dispositivos de leitura portáteis ou ImageID?

Rafi Pilosoph Tal como em todas as tecnologias, não há uma solução universal. O desafio consiste em encontrar a tecnologia que mais se adequa aos requisitos do cliente e que constitua uma solução economicamente viável. A tecnologia de ImageID, tal como a RFID, é mais adequada para aplicações de grande volume e elevado nível de automatização. A tecnologia de RFID é mais adequada quando as etiquetas não estão à vista. Contudo, se a localização de um artigo específico na paleta for importante, ou seja, se for necessário corrigir erros de expedição, encontrar o artigo problemático exigiria muito esforço e tempo com um sistema de RFID, enquanto com a ImageID seria uma tarefa trivial.

O ambiente de produção também é de ter em conta. Por exemplo, a presença de metais ou líquidos prejudica a taxa de detecção com RFID.

Além disso, se o custo das etiquetas for um problema, a tecnologia de ImageID tem vantagem. Não requer investimentos adicionais em etiquetas dispendiosas, pois utiliza os códigos de barras existentes.

É director do Centro de Inovação de ImageID da Zetes. Como é que a Zetes trabalha com esta tecnologia?

Rafi Pilosoph Na Zetes, oferecemos aos nossos clientes as vantagens da tecnologia de ImageID através da Solução Visidot. A solução Visidot baseia-se numa tecnologia de processamento de imagem patenteada, que permite descodificar vários códigos de barras numa imagem. É uma solução completa; o leitor Visidot com a tecnologia de ImageID é a faceta mais visível. A solução Visidot oferece uma gama de aplicações de rastreabilidade para cadeias de distribuição, para implementar as regras do negócio. A solução é modular e inclui uma interface de utilizador, interfaces para ERP/WMS e dispositivos automáticos, uma base de dados das imagens capturadas e um sistema de relatórios estatísticos e de gestão em tempo real; tudo isto pode ser muito rapidamente adaptado às necessidades do cliente.

É no futuro? A solução Visidot pode ser utilizada noutras aplicações?

Rafi Pilosoph Sim, pode ser utilizada praticamente em todas as aplicações de Centros de Distribuição, incluindo verificação da recepção ("scan-to-stock"), produção, verificação de carregamentos/separação e controlo de expedição/porta do armazém. O objectivo é minimizar, tanto quanto possível, as operações manuais e dependentes de operador, para evitar erros dispendiosos. A solução Visidot também é utilizada na produção, controlo de processos e aplicações de sequenciação, em indústrias não alimentares.

| MAIS INFORMAÇÃO ? | Para contactar um especialista, leia a página 11



Na Campofrio [Burgos, Espanha], a utilização da tecnologia ImageID permite uma rápida verificação da expedição e uma rastreabilidade precisa.

IDEIAS FRESCAS COM O GS1 DATABAR

ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS | COSMÉTICA

A partir do ano que vem, o GS1 DataBar chegará a todas as caixas registadoras do mundo. Este novo código de barras linear apresenta uma série de vantagens em relação aos códigos de barras EAN/UPC actualmente utilizados. A Zetes Globe resume as principais vantagens.

O GS1 DataBar (anteriormente conhecido como “simbologia de espaço reduzido”) é um novo código de barras para os pontos de venda que se junta à família dos códigos de barras EAN/UPC para permitir mais marketing de produto. De acordo com a GS1, são duas as principais vantagens da adopção do GS1 DataBar. Para começar, o GS1 DataBar oferece a capacidade de fornecer dados de identificação automática que não estão actualmente disponíveis. Os retalhistas conseguirão ganhar maior visibilidade e rigor em relação ao que estão a vender. Em segundo lugar, o GS1 DataBar é muito mais pequeno em tamanho, deixando mais espaço para a comunicação com o consumidor ou fornecendo a opção de reduzir as embalagens, num esforço para reduzir o custo dos bens. Nalguns mercados, a capacidade numérica das opções actuais de “simbologia reduzida” (EAN-8 e UPC-E) é um problema. “Algumas variações do GS1 DataBar, por exemplo, as que só incluem o GTIN (Número Global de Item Comercial), são mais pequenas do que os códigos de barras EAN-13 actuais e também podem ser lidas omnidireccionalmente”, refere Leen Danhieux, director da GS1 Barcodes & GS1 EPCglobal. “Isto torna o

DataBar especialmente interessante para produtos pequenos que são actualmente difíceis de codificar. Por outro lado, também é uma solução para itens isolados de frutas e vegetais. Actualmente, estes só utilizam o código PLU.” Um dos mercados que irá beneficiar muito do novo DataBar é a indústria da saúde e beleza. Este mercado é muito regulamentado e os fabricantes têm de colocar uma determinada quantidade de texto nas caixas, independentemente do seu tamanho. Códigos de barras mais pequenos deixam mais espaço para a comunicação com o consumidor.

Versões expandidas do GS1 DataBar podem conter informações adicionais, tais como números de lote, prazos de validade, peso líquido e preço alargado (por exemplo, informações sobre vales). Estas possibilidades adicionais tornam o novo código de barras uma excelente opção para os fabricantes e retalhistas de produtos frescos, nomeadamente no sector alimentar.

A GS1 está ciente de que nem todos os retalhistas começarão a utilizar o novo DataBar ao mesmo tempo, mas alguns deles já se comprometeram a começar a utilizar o novo GS1 DataBar no início de 2011. Isto fará, certamente, com que a concorrência siga as suas pisadas. O derradeiro objectivo é que todos os parceiros comerciais utilizem o GS1 DataBar num ambiente aberto. Até lá, todos os retalhistas deverão, pelo menos, ser capazes de ler e processar o GTIN num GS1 DataBar.

A ESCOLHA PELA VOZ

EVOLUÇÃO NO MERCADO DA VOZ IMPULSIONADA PELA PROCURA DE MAIS ESCOLHAS

PRODUÇÃO | ARMAZENAGEM | TRANSPORTES E LOGÍSTICA | RETALHO

Desde as primeiras implementações, no início desta década, as soluções de reconhecimento de voz mudaram a forma como os operadores trabalham nos centros de distribuição de toda a Europa. Com o amadurecimento da tecnologia de voz, as exigências relativamente às soluções de voz estão a mudar. Com base na sua experiência com mais de 500 projectos de voz, Marcel Kars, vice-presidente dos Centros de Inovação da Zetes, define as mais recentes tendências no sector. De acordo com Kars, uma das tendências mais significativas é a procura crescente de possibilidade de escolha por parte dos clientes. Porém, a necessidade de um leque vasto de opções por parte dos clientes depende, em larga medida, do respectivo ambiente.

Possibilidade de escolha – terminais

Uma primeira mudança é detectada nos grandes clientes, que empregam um grande número de separadores de pedidos (mais de 100), os quais utilizam a voz como a única interface ao preparar os pedidos. Geralmente, estes trabalhadores utilizam dispositivos de voz dedicados (o que significa que suportam apenas operações comandadas por voz), os quais lhes permitem obter o máximo de vantagens em termos de produtividade. Embora os dispositivos especializados sejam ainda os mais utilizados neste ambiente, os clientes estão a solicitar mais opções em termos dos terminais utilizados. Através de uma única interface, desejam agora ser capazes de ligar dispositivos de vários fabricantes ao seu sistema anfitrião.

Possibilidade de escolha – periféricos

Em áreas específicas, tais como na indústria farmacêutica ou no sector de peças sobresselentes para automóveis, verificamos uma necessidade crescente de combinar estes dispositivos só de voz com outros periféricos, tais como leitores de códigos de barras ou de RFID. Tudo com o objectivo de garantir o rigor em ambientes nos quais carregamentos defeituosos podem originar devoluções ou multas com graves consequências financeiras.



Em áreas específicas, há um aumento de procura de soluções dedicadas à voz combinadas com outros periféricos

MAIS INFORMAÇÃO ? | Para contactar um especialista, leia a página 11

SERIALIZAÇÃO: COMBATER A CONTRAFACÇÃO NA CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO FARMACÊUTICA

QUAL O IMPACTO DAS ÚLTIMAS REGULAMENTAÇÕES E RECOMENDAÇÕES ?

FARMACÊUTICO

A contrafacção de produtos médicos constitui uma ameaça crescente à saúde e segurança públicas. A Organização Mundial de Saúde estima que, nos países industrializados, até 1% dos medicamentos têm probabilidade de ser contrafeitos. Para combater a contrafacção no mercado farmacêutico fragmentado da UE, a Federação Europeia das Associações e Indústrias Farmacêuticas (EFPIA) está a trabalhar num sistema de verificação de produtos ponto-a-ponto, baseado na serialização em massa. A Zetes Globe perguntou a Pascal Longchambon, director da divisão UAS da ZetesInterscan, qual o impacto das mais recentes regulamentações e recomendações.

O sistema da EFPIA baseia-se na serialização. O que podemos entender por isto?

Pascal Longchambon Neste contexto, “serialização” significa afixar códigos únicos de identificação do produto na embalagem secundária de todos os produtos farmacêuticos. Estão a ser utilizados códigos de barras de duas dimensões, ou Datamatrix, para identificar cada embalagem. O objectivo final é permitir a autenticação ao longo de toda a cadeia de distribuição, desde o ponto de fabrico até ao ponto de entrega, através de um sistema estandardizado e interoperável em toda a União Europeia.

Que impacto têm actualmente as recomendações da EFPIA sobre os fabricantes de medicamentos?

Pascal Longchambon Apesar de não terem ainda entrado em vigor, as suas recomendações já estão a ter impacto nas linhas de produção por toda a Europa. Com a Turquia e a França a adoptarem a identificação Datamatrix nas embalagens secundárias (a partir de Janeiro de 2011), empresas de outros países com as quais fazem negócios estão a ser forçadas a garantir a conformidade com este novo sistema. Vários países estão actualmente a investigar as possibilidades da identificação e serialização através do Datamatrix, por isso, esperamos um impulso bastante grande num futuro muito próximo.

Isto significa que os clientes têm de implementar um sistema de identificação totalmente novo na sua linha de produção?

Pascal Longchambon Não necessariamente. Na Zetes, oferecemos duas possibilidades: podemos implementar um sistema totalmente novo, mas também podemos adaptar o sistema existente. Isto significa que fazemos os ajustamentos necessários às máquinas de impressão e aplicação existentes, que já tenham sido instaladas na linha de produção do cliente.



A velocidade da linha de produção será afectada ao implementar uma solução de serialização ou codificação?

Pascal Longchambon Quando o sistema estiver solidamente integrado com o sistema ERP e bem sintonizado com as características da linha de produção, o desempenho desta última não será afectado. Para dar um exemplo: a solução da Zetes oferece uma capacidade de até 500 embalagens/minuto.

A codificação das embalagens secundárias envolve não só impressão, mas também a verificação e o armazenamento de dados. É possível garantir que todos estes elementos estarão bem integrados?

Pascal Longchambon Este tipo de sistema exige, de facto, um vasto trabalho de integração, uma vez que combina vários componentes de software e hardware que precisam de estar todos em sintonia uns com os outros. Dado que a integração de sistemas é a base do nosso negócio, é com orgulho que oferecemos aos nossos clientes uma solução completa. Por exemplo, as nossas soluções oferecem a possibilidade de incluir um selo à prova de violação e etiquetas pré-impressas (por ex., exigido pelo sistema de segurança social em França). Ao responsabilizarmo-nos por todas as fases do projecto, desde a análise, concepção e implementação da solução, até à manutenção e assistência, oferecemos aos nossos clientes a tranquilidade de poderem receber todos os serviços de um só parceiro.

E se um cliente desejar integrar componentes de hardware de um dos seus parceiros actuais (Cognex, Wolke, Adents, etc.)?

Pascal Longchambon Depende da abordagem do fornecedor de soluções. Na Zetes, oferecemos uma solução aberta. Graças à nossa abordagem independente do hardware, podemos adaptar a solução aos requisitos do cliente, integrando os componentes que ele escolher.

Muitos fabricantes de medicamentos são empresas globais. E se quisessem otimizar as suas linhas de produção em vários locais da Europa?

Pascal Longchambon As soluções da Zetes são desenvolvidas pelo nosso Centro de Competências de Impressão e Aplicação 3i, uma equipa de peritos dedicados com extensa experiência nos sectores de impressão e aplicação e etiquetagem. Eles concebem e constroem as soluções, as quais, por sua vez, são implementadas pelos especialistas nacionais locais. Isto permite-nos oferecer aos clientes uma abordagem consistente em toda a Europa, enquanto garantimos assistência e suporte locais.

| MAIS INFORMAÇÃO ? | Para contactar um especialista, leia a página 11

COMÉRCIO JUSTO DESENCADEARÁ MOVIMENTOS PARA GARANTIR UMA MAIOR RASTREABILIDADE DAS MATÉRIAS-PRIMAS

O COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES ESTÁ A EVOLUIR E ESTÃO A TORNAR-SE CADA VEZ MAIS EXIGENTES

PRODUÇÃO | TRANSPORTES E LOGÍSTICA | RETALHO | ALIMENTAÇÃO
E BEBIDAS | COSMÉTICA

Durante os últimos anos, o interesse dos consumidores no Comércio Justo tem aumentado. Esta tendência está a consolidar-se, apesar de os mais cépticos declararem que a recessão e o apetite dos consumidores pelo baixo custo iriam fazê-la diminuir.

A razão por detrás deste aumento é o interesse crescente que os consumidores têm em saber de onde vem a sua comida e se foi eticamente produzida. As pesquisas conduzidas no ano passado pela IGD, uma equipa de especialistas do Reino Unido dedicada a este assunto, corroboram isto. O inquérito que realizaram a 1000 consumidores revelou que 54% queriam conhecer os salários e as condições de trabalho das pessoas que produzem artigos de mercearia nos países mais pobres, 52% queriam ter informações sobre as condições em que os produtores trabalhavam e 19% diziam acreditar esta informação deveria ser disponibilizada para escrutínio público.

52% DOS CONSUMIDORES QUEREM TER A INFORMAÇÃO SOBRE AS CONDIÇÕES EM QUE OS PRODUTORES TRABALHAM



Nos últimos anos, os consumidores têm vindo a aumentar o seu interesse pelas questões do comércio justo.

Contudo, como bem sabem aqueles que trabalham na indústria dos alimentos e bebidas, o que é desejável nem sempre é viável e exequível. Como podem os fabricantes ter a certeza de que as suas matérias-primas são provenientes do comércio justo ou são produzidas de forma ética e sustentável?

O problema de determinar a origem dos bens

No início deste ano, o programa Panorama da BBC acerca da indústria do óleo de palma sublinhou perfeitamente o difícil problema que enfrentam hoje em dia os principais produtores alimentares. O óleo de palma é o óleo vegetal mais barato que há disponível e um ingrediente secreto em muitos produtos de marca. Inocua-mente designado por "óleo vegetal", encontra-se em tudo, desde os KitKats ao sabonete Dove ou pão de forma fatiado. O que pode levantar problemas em relação ao óleo de palma é a sua origem, e a dificuldade de os fabricantes a rastrearem com precisão. A grande maioria do óleo de palma é fornecida pela Indonésia, onde, em paralelo com as muitas plantações legítimas, tem vindo a crescer uma operação clandestina focada em expandir a produção para as reservas de floresta tropical protegida. Para além de destruir floresta primária com muitos séculos, esta actividade tem contribuído para colocar em perigo crítico a situação do orangotango devido à perda de habitat. Cerca de 50 000 orangotangos já morreram por causa da desflorestação provocada pelo óleo de palma. De forma igualmente problemática, algumas plantações foram desenvolvidas em reservas de terreno turfoso protegido, o qual, quando é perturbado por meio de cultivo ilegal, causa a libertação de milhares de toneladas de dióxido de carbono para a atmosfera, contribuindo para aumentar o efeito de estufa.

Os fabricantes que lidam com isto de perto compreendem bem as complexidades desta questão. Têm de investigar a origem de matérias-primas, como o óleo de palma a granel, a partir de intermediários que misturam os carregamentos recebidos de produtores de todo o mundo antes de fornecê-los aos seus clientes, sem qualquer vestígio da sua origem. Esta prática torna muito difícil identificar exactamente de onde veio o óleo de palma. Veio de uma plantação legal e sustentável, ou foi produzido numa floresta protegida?

A Unilever comprometeu-se a ser capaz de certificar, até 2015, que todo o óleo de palma utilizado nos seus produtos tem uma origem exclusivamente sustentável. A Sainsbury já alcançou esta meta e o seu director executivo, Justin King, admite que foi extremamente difícil, tendo demorado 10 anos até conseguirem rastrear as origens do óleo de palma, através de cadeias de distribuição individuais, até ao agricultor.

As soluções de localização e monitorização ajudam a garantir produtos com “origens éticas”

Contudo, já existe tecnologia que torna este objectivo relativamente fácil de conseguir, por exemplo, através da integração de uma vasta gama de tecnologias de captura de dados, incluindo voz, captura de imagem, códigos de barras, RFID, impressão e aplicação, e smart cards. Ao combinar a gama ideal de tecnologias, os fabricantes podem garantir a rastreabilidade completa do produto em cada fase da cadeia de distribuição, melhor garantia de qualidade e cumprimento das normas da indústria, assim como maior produtividade e precisão operacional.

AO COMBINAR A GAMA IDEAL DE TECNOLOGIAS, OS FABRICANTES PODEM GARANTIR A RASTREABILIDADE COMPLETA DO PRODUTO EM CADA FASE DA CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO

Um investimento como este seria extremamente benéfico, uma vez que as pesquisas demonstram o aumento do desejo dos consumidores de obterem informação e o potencial que a tecnologia oferece em termos de vantagem competitiva. Actualmente, retalhistas do Reino Unido como a Sainsbury ou a Marks and Spencer são capazes de diferenciar de forma inteligente as suas ofertas como tendo “origem ética”, em relação à concorrência e, ao fazê-lo, também melhoram o desempenho da sua cadeia de distribuição.

Os parceiros da cadeia de distribuição devem trabalhar em conjunto

Num estudo recente conduzido pela subsidiária britânica da Zetes, 89% dos seus clientes afirmaram que as soluções que tinham implementado melhoraram significativamente a rastreabilidade, a precisão e a produtividade, entre outras vantagens. Especificamente, a rastreabilidade proporcionou informações que podem ser utilizadas para melhorar os processos da cadeia de distribuição, reduzir os custos e melhorar a qualidade. Também ajudou a melhorar a gestão do inventário, reduzindo os desperdícios decorrentes de problemas de gestão do prazo de validade, reduzindo as quebras desconhecidas (shrinkage) e controlando as situações de falha de stock.

A principal questão para os clientes que pretendem obter maior rastreabilidade é decidir o que controlar: os bens individuais ou a embalagem? E é necessário haver acordo entre os parceiros da cadeia de distribuição em relação à partilha e armazenamento de informações para permitir que seja captada e rastreada ao nível apropriado. O que é geralmente controlado é o movimento das paletes quando entram no armazém, e os problemas surgem quando os artigos são divididos em unidades mais pequenas que as paletes. Em última análise, o nível de monitorização realizado depende do tipo de produtos e do perfil de risco da organização.



Actualmente, o código de barras linear é, sem dúvida, a tecnologia de rastreabilidade mais conhecida utilizada na indústria dos alimentos e bebidas. Mas, olhando para o futuro, os códigos de barras estão a avançar para matrizes de dados capazes de conter informações muito mais detalhadas, tais como os códigos de barras 2D já amplamente usados em aplicações farmacêuticas. É apenas uma questão de tempo até os códigos de barras 2D serem utilizados na generalidade do sector alimentar.

Todas as soluções desenvolvidas têm de fazer parte integral de uma cadeia de dados maior que pode ser activada num ponto futuro para mostrar quem moveu que artigos, de que localização, quando é que isto ocorreu e para onde foram. Depois, para além de terem uma pista de auditoria, os clientes poderão prever mais precisamente a procura e garantir que não ocorrem situações de falha de stock, especialmente no que diz respeito a promoções.

A rastreabilidade “da quinta ao garfo” também combate a fraude alimentar

Outra aplicação crescente para a rastreabilidade entre os produtores alimentares é o combate contra a fraude alimentar, como o vodka que é diluído com metanol industrial ou aves não próprias para consumo humano que são reembaladas e vendidas aos clientes. Embora estas acções tenham resultado em processos criminais, a vasta maioria dos casos acontece simplesmente quando alimentos não autênticos são comercializados como sendo “reais”, o que é nocivo para outros fabricantes no sector. À medida que cresce entre os consumidores o desejo de comer especialidades alimentares autênticas, os produtores e agricultores de menores dimensões têm de tomar medidas para proteger as suas imagens de marca e o bem-estar geral da sua indústria.

Embora exista muito entusiasmo em torno da rastreabilidade “da quinta ao garfo”, para ser um objectivo alcançável será necessário acordar objectivos partilhados entre todos os intervenientes, simplificar os procedimentos e minimizar os passos envolvidos, com os dados certos capturados no formato certo e na altura certa.

Em toda a Europa, a Zetes ajudou empresas no sector dos alimentos e bebidas a melhorar a rastreabilidade nas suas cadeias de distribuição, por exemplo a Premier Foods (pão), a Seachill (processamento de peixe), a Azucarera (refinaria de açúcar) e a Campofrio (processamento de carne).

GRUPPO IPER: DO PAPEL À SEPARAÇÃO POR VOZ... E MUITO MAIS!

O GRUPPO IPER ESCOLHE UMA SOLUÇÃO DE VOZ FLEXÍVEL E QUE BENEFICIA DE UMA REDUÇÃO DE 30% DOS ERROS

ARMAZENAGEM | DISTRIBUIÇÃO | RETALHO

A expedição de produtos secos do Gruppo Iper, tanto alimentares como não alimentares, é gerida no centro de distribuição principal, em Soresina. Impulsionado pela expansão do centro de distribuição e, conseqüentemente, pela necessidade de melhorar o processo, o Gruppo Iper procurou automatizar os seus processos de separação de pedidos. Estes eram originalmente baseados em papel e geravam muitos erros. Juntamente com o seu parceiro, a AF logistics (Gruppo Antonio Ferrari), optaram por implementar uma solução de reconhecimento de voz. Valerio Cortese, director dos sistemas de informação do Gruppo Iper, explica: "Os nossos processos mantinham-se inalterados há muitos anos, uma vez que havia sido dada prioridade a outros projectos de optimização. Mas agora que as prioridades estratégicas se transformaram e afigurava-se absolutamente necessário proceder à modernização dos processos de separação de pedidos, fomos directamente àquela que se tornou a tecnologia "de facto standard" no nosso sector – a voz."

Liberdade de escolha e multifuncionalidade

Das várias propostas que estavam na mesa, a oferta da Zetes chamou-lhes a atenção, uma vez que a empresa se propunha a executar a sua solução 3iV Crystal em terminais Motorola MC9090. Assim, ofere-

Componentes d solução

Solução: solução de voz 3iV Crystal

Módulo: 3iV Connector para integração directa

WMS: Infolog da Generix

Interface de utilizador: 55 Motorola MC9090

ciam ao Gruppo Iper uma arquitectura aberta e flexível, que permitia a extensão futura para outros processos. "Já sabíamos que a Zetes era especialista em implementações de voz. Já haviam implementado anteriormente um projecto de voz para o nosso parceiro, a AF Logistics, a fim de optimizar o processo de separação de pedidos num ambiente de congelados", explica Mariangelo Livraghi, director administrativo do centro de distribuição da AF Logistics, em Soresina. "Ao analisarmos as diferentes abordagens dos fornecedores, a Zetes era a única a oferecer-nos a possibilidade de integrar a solução de voz em terminais da Motorola. As negociações começaram a partir daí."

A decisão de seleccionar uma solução flexível que abria possibilidades de expansão para outros processos não era, inicialmente, um motivador estratégico para o projecto, mas surgiu e cresceu durante o processo de avaliação.

"Os motivos que nos levaram a escolher a solução 3iV Crystal da Zetes são variados", afirma Valerio Cortese. "Primeiro, oferecia-nos a possibilidade de utilizar os terminais Motorola para executar outras tarefas para além da separação de pedidos comandada por voz. Em segundo lugar, permitia-nos homogeneizar a nossa frota de terminais. Por isso, optámos por um único fornecedor que nos podia oferecer consistência em termos de gestão e manutenção. No final, parecemos que esta estratégia também nos trouxe vantagens económicas."

Integração directa para comunicação em tempo real e sem falhas

A solução 3iV Crystal é executada em terminais MC9090 da Motorola e foi directamente integrada no WMS Infolog do Gruppo Iper, graças ao módulo 3iV Connector. Isto significa que não há middleware envolvido. O sistema de voz permite uma comunicação em tempo real e sem falhas entre o WMS e os operadores que trabalham com os terminais de voz.

Cinquenta e cinco separadores de pedidos do centro de distribuição de Soresina estão actualmente a trabalhar com o sistema de voz. Mariangelo Livraghi admite que houve alguma apreensão quando começaram a utilizar o novo sistema: "Alguns deles são estrangeiros e têm alguma dificuldade com a língua italiana. Além disso, tiveram de aprender a trabalhar de uma forma completamente diferente e a dominar a aplicação. Mas a solução demonstrou ser eficiente e, hoje em dia, os separadores consideram-na uma ferramenta que facilita o seu trabalho."



Esquerda: Giuseppe Agresti – Country Manager – Zetes Itália
Direita: Valerio Cortese – Director Sistemas Informação – Gruppo Iper

OPTAMOS POR UM ÚNICO FORNECEDOR QUE NOS GARANTE A GESTÃO E A ASSISTÊNCIA DE UMA FORMA CONSISTENTE

Uma redução de 30% nos erros

As vantagens da voz consistem, geralmente, numa melhoria da produtividade e redução da quantidade de erros. No Gruppo Iper, os resultados em termos de rigor foram impressionantes, com uma redução de erros na ordem dos 30%. “A gestão diária dos erros já era relativamente baixa em percentagens, mas ainda demasiado elevada em números absolutos. Ser capaz de reduzi-los em um terço é uma vantagem significativa, que tem repercussões importantes em termos da qualidade na entrega dos produtos aos pontos de venda. Estes, por sua vez, são capazes de colocar os produtos atempadamente ao dispor do consumidor final.”

Implementado em Outubro de 2009, o projecto deverá proporcionar retorno do investimento dentro de 12 a 14 meses.

Possíveis extensões do projecto

Os resultados positivos deste projecto no centro de distribuição de Soresina levaram o Gruppo Iper a pensar em futuras extensões para o projecto de voz. Primeiro que tudo, no próprio centro de distribuição de Soresina, cuja área foi recentemente aumentada. Hoje em dia, a superfície abrange 65 000 m². Se o volume de negócios ou o número de mercadorias aumentar, poderão ser necessários mais terminais para realizar o trabalho. Outra possível expansão seria em termos de software. Ao longo do tempo, haverá certamente actualizações tecnológicas, mas o Gruppo Iper poderá também considerar ampliar a utilização da voz a outros processos. Estas novas aplicações poderiam ser utilizadas nos mesmos terminais, ou em terminais da mesma família. Um último tipo de expansão seria a utilização dos terminais da Motorola para processos não relacionados com a voz, utilizando teclado e ecrã. Valerio Cortese explica: “A maior parte das operações nos armazéns já foi automatizada com uma tecnologia ou a outra. Mas, ao optar por estes terminais, queríamos dar continuidade à modernização dos nossos armazéns e homogeneizar toda a frota de instrumentos. A solução que escolhemos é muito versátil e dá-nos a oportunidade de alternar entre os dois processos utilizando o mesmo terminal.”



Na Gruppo Iper, os operadores rapidamente entenderam que a solução de voz é uma ferramenta que facilita o seu trabalho

A SOLUÇÃO É MUITO VERSÁTIL E DÁ-NOS A OPORTUNIDADE DE ALTERNAR ENTRE OS DOIS PROCESSOS UTILIZANDO O MESMO TERMINAL

A tecnologia de voz já foi tida em conta para outros armazéns do Gruppo Iper. Uma vez que a necessidade de ser capaz de expandir para outros processos ou tecnologias não é tão forte em todos os centros de distribuição, já foram realizados testes com o WT4090 Voice Optimised Wearable, o novo terminal da Motorola exclusivamente para voz.

Valerio Cortese conclui: “Desde os primeiros passos na nossa colaboração, a Zetes tem sido um parceiro que escuta as nossas necessidades e que tenta fornecer-nos a solução que melhor se adapta aos nossos requisitos. Estamos extremamente satisfeitos com os serviços fornecidos e com os resultados positivos em termos de rigor e produtividade. Actualmente, a Zetes permanece ao nosso lado para darmos, juntos, o próximo passo, apresentando-nos as inovações mais recentes do mercado que nos permitirão mantermo-nos na vanguarda.”

Gruppo Iper em números

País: Itália

Supermercados: 26 em 7 regiões da Itália

Funcionários: 8000

Volume de negócios: mais de 2,5 mil milhões de euros em 2009

| MAIS INFORMAÇÃO ? | Para contactar um especialista, leia a página 11

TEMOS MUITA CONFIANÇA NO FUTURO

ALAIN WIRTZ, CEO DA ZÉTES, PARTILHA A SUA VISÃO SOBRE A ECONOMIA, O MERCADO AUTOID E O POSICIONAMENTO DA ZETES NESTE MERCADO



A Zetes irá dar continuidade à sua expansão geográfica

O ano que passou foi difícil para todos. A crise financeira que se iniciou em 2008 tornou-se uma recessão global em 2009. Nenhuma empresa foi poupada aos efeitos da recessão da economia. Nesta entrevista, o director executivo ALAIN WIRTZ partilha a sua visão sobre a economia, o mercado e o lugar da Zetes nesse mesmo mercado.

Que mudanças foram provocadas pela crise no sector da cadeia de distribuição?

Alain Wirtz É difícil falar do mercado da cadeia de distribuição como um todo, só posso referir os sectores que nós servimos. Não há nenhuma tendência geral que se aplique a todos os segmentos do mercado. Na indústria alimentar e do retalho, por exemplo, os investimentos mantiveram o seu ritmo, especialmente as lojas de desconto estão a investir muito na optimização da cadeia de distribuição, representado estas industrias agora uma grande parte dos nossos lucros. A indústria pesada, por outro lado, adiou claramente os seus investimentos no ano passado. Muitos projectos em algumas indústrias não foram concretizados, e foi mais difícil para nós fazermos negócio nesses sectores. Felizmente, os projectos foram apenas atrasados, não cancelados. Vemos agora que os sectores que optaram por não investir no ano passado estão agora a retomar os investimentos.

Em que é que se focam as empresas quando decidem investir na optimização da cadeia de distribuição?

Alain Wirtz Devido à recessão económica, as empresas investiram menos em hardware. De facto, para muitas delas, não houve razão para, por exemplo, abrir mais centros de distribuição, não havendo necessidade de equipar esses novos armazéns com terminais. Por outro lado, estas empresas investiram em software, pedindo-nos

novas versões, para aumentar os seus ganhos de eficiência. O efeito no nosso negócio de hardware foi bastante considerável, mas a nossa actividade de serviços manteve um nível constante. Uma parte substancial das nossas receitas vem dos contratos de serviços sobre os nossos projectos existentes, e isso proporciona-nos estabilidade. Este facto foi muito importante num ano tão difícil como 2009.

Quais são, actualmente, os principais impulsionadores do mercado da identificação automática (autoID)?

Alain Wirtz A regulamentação é certamente um grande impulsionador, especialmente nos sectores alimentar e farmacêutico. Os governos impõem a rastreabilidade aos fabricantes de medicamentos, para impedir a contrafacção, e nós podemos oferecer soluções nessa área. Um movimento que surgiu nas empresas de retalho foi o regresso ao fornecimento interno dos serviços de logística. Esta é uma boa oportunidade de mercado para nós, já que nos aproxima dos processos de negócio do sector do retalho e nos permite trabalhar numa verdadeira parceria com as empresas de retalho.

Como é que a Zetes se posiciona para tirar partido destas evoluções? Que novas tecnologias foram introduzidas?

Alain Wirtz Na verdade não surgiram verdadeiras grandes inovações nos últimos anos, mas houve uma série de evoluções interessantes. A tecnologia de tratamento de imagem da ImageID foi um importante passo em frente, e outra área de crescimento será protagonizada pelas novas codificações como a Databar. Não ocorreram grandes avanços tecnológicos nas tecnologias de voz, mas temos trabalhado em soluções para o mercado intermédio que combinam diferentes tecnologias. Em ambientes de maiores dimensões, encontra-se geralmente apenas uma tecnologia por solução, mas agora podemos combinar diferentes tecnologias numa única solução polivalente. É um novo e empolgante mercado que se abre.

A Zetes foi apenas ligeiramente afectada pela crise económica no ano passado. Que medidas tomou a Zetes para garantir um sucesso contínuo?

Alain Wirtz Fizemos pequenas adaptações à nossa estrutura a par das evoluções nos mercados que servimos, tivemos de alterar a nossa organização em países como a Alemanha e a França. Fizemos alguns despedimentos, algumas adaptações e contratámos novos funcionários com diferentes perfis.

Apesar da recessão, continuámos a investir na I & D. Investimos nos nossos centros de competências, e adquirimos know-how de empresas que detinham tecnologias interessantes. Um exemplo foi a nossa aquisição da empresa israelita ImageID, especializada em tecnologia de tratamento de imagem que permite ler múltiplos códigos de barras de uma só vez. Esta aquisição proporcionou-nos o acesso a uma importante tecnologia que podemos desenvolver.

Também investigamos a integração de funcionalidades de pagamento em dispositivos portáteis, por exemplo, para empresas de

entregas. Estas soluções incluem a utilização de cartões de crédito ou de débito para fazer prova de entrega. É um novo desenvolvimento interessante, mas o ciclo de introdução no mercado é bastante longo. Em cada país, é necessário obter as aprovações obrigatórias para as normas locais, fazendo falta uma norma ao nível europeu. Já temos o sistema a funcionar em Portugal, segue-se Espanha e outros países.

Outra funcionalidade que poderia ser adicionada a esses dispositivos seria a autenticação de pessoas utilizando o cartão electrónico de identificação. Isto também demonstra como as nossas actividades de identificação de bens e pessoas (Goods ID e People ID) podem interagir uma com a outra. Temos uma longa história no âmbito dos smart cards, e esta é uma área que continuamos a desenvolver. O nosso negócio de identificação de pessoas foi bastante bem sucedido em 2009, devido à natureza de longo prazo dos contratos neste domínio. São tipicamente contratos de cinco a quinze anos, do tipo "construção e operação".

Quais são as suas expectativas para 2010?

Alain Wirtz Esperamos certamente ver algum crescimento, demonstrado pelos primeiros meses do ano. Há uma série de razões para tal. A economia está a recuperar e estão a ser impostas novas regulamentações em sectores como a alimentação e os produtos farmacêuticos. Temos muita confiança no futuro. Dispomos de excelentes produtos e tecnologias e uma boa presença. No ano passado aumentámos a nossa quota de mercado, sendo o declínio no mercado

muito superior ao declínio nos nossos lucros. Pretendemos manter a liderança no mercado em crescimento em 2010. Uma maior quota e a recuperação do mercado deverão ter um impacto duplo nas nossas receitas em 2010.

Um dos vossos lemas é pensar globalmente e agir localmente. Como é que implementam isso?

Alain Wirtz Considerando que a maioria dos nossos concorrentes actua apenas localmente, nós centralizamos os Centros de Competência num só local, para apenas se focalizarem nas novas tecnologias, conjuntamente com as estruturas locais que lidam com relações com os clientes, implementação, suporte e manutenção, etc. Esta firmemente enraizado que a base local é a chave do sucesso dos projectos. Por outro lado, uma multinacional com presença em vários países é certo que vai necessitar de uma garantia de coerência devido à abordagem dos fornecedores de um país para outro. O que explica porque é importante ter uma rede internacional de sites locais em vigor.

Podemos esperar uma futura expansão geográfica da Zetes?

Alain Wirtz Certamente, é isso que os nossos clientes internacionais solicitam. Eles pretendem obter o mesmo nível de serviços em todas as regiões onde estão. Assim, seguimos os nossos clientes para esses mercados. As soluções de cadeia de distribuição adequam-se mais a regiões em que os salários são elevados e uma melhoria da eficiência garante uma grande poupança para a empresa. Isto torna os países do Norte da Europa novos mercados interessantes para nós. Interrompemos o processo de expansão para a Europa de Leste mas estamos a retomá-lo este ano.

QUEM ESTÁ A BENEFICIAR COM A AUTO-ID?

MORRISONS

DEPOIS DE IMPLEMENTAR VOZ NOS SEUS PROCESSOS DE PICKING, A MORRISONS ENCONTRA-SE NESTE MOMENTO A OPTIMIZAR AS SUAS FÁBRICAS COM UMA A INSTALAÇÃO DE UMA INFRA-ESTRUTURA SEM FIOS, INCLUINDO 132 TERMINAIS DE EMPILHADOR DA IND.

CEVA

ESTA EMPRESA UTILIZA A ESTRUTURA EUROPEIA DA ZETES PARA AUMENTAR A CONSISTÊNCIA NA GESTÃO DE TODA A SUA INFRA-ESTRUTURA MÓVEL E DAS SUAS COMUNICAÇÕES SEM FIOS.

JAVA

DE FORMA A CAPTURAR A INFORMAÇÃO DE UMA FORMA MAIS PRECISA QUANDO RECEBEM OU ENTREGAM PRODUTOS, A JAVA EQUIPOU 45 VEÍCULOS COM UMA SOLUÇÃO DE PROVA DE ENTREGA (POD)

AZUCARERA

A RFID MELHORA A RASTREABILIDADE NA RECEPÇÃO E ENVIO DOS PRODUTOS. A SOLUÇÃO SIMPLIFICA OS PROCESSOS, ELIMINA ERROS E AUMENTA A PRODUTIVIDADE.

AGENDA

ZETES RELATIEDAG

22 SETEMBRO 2010
BURGERS' ZOO – ARNHEM
HOLANDA

PROLOGISTICS/EMPACK

29-30 SETEMBRO 2010
HALL 6 – STAND E012
BRUSSELS EXPO – BRUXELAS
BÉLGICA

FACHPACK 2010

28-30 SETEMBRO 2010
HALLE 4 STAND 306
NÜRNBERG - ALEMANHA

13TH CONGRESSO DE LOGÍSTICA DA APLQG

12-13 OUTUBRO 2010
CENTRO DE CONGRESSOS DE LISBOA
JUNQUEIRA - PORTUGAL

THE LOGISTICS & SUPPLY CHAIN FORUM

13-16 OUTUBRO 2010
ARCADIA - SOUTHAMPTON
REINO UNIDO

CONTACTE UM ESPECIALISTA

IMAGEID

RAFI PILOSOPH
DIRECTOR DO IMAGEID INNOVATION CENTRE
RAFI.PILOSOPH@IMAGEID.ZETES.COM
+972 545 686 205

VOICE

SATHISH SASTRY
DIRECTOR DO ZETES VOICE INNOVATION CENTRE
SATHISH.SASTRY@ZETES.COM
+31 20 888 41 66

SERIALIZAÇÃO & RASTREABILIDADE

PASCAL DÜRDU
INOVAÇÃO E NOVAS SOLUÇÕES
PASCAL.DURDU@ZETES.COM
+ 32 473 55 86 23

BIOMETRIC PASSPORTS

RONNY DEPOORTERE
VP SENIOR DA ZETES PASS
RONNY.DEPOORTERE@ZETES.COM
+32 2 728 37 11

GENERAL CONTACT NUMBER

+32 2 728 37 11

MAIS INFORMAÇÃO SOBRE
OS TEMAS ABORDADOS EM
WWW.ZETES.PT/GLOBE6

TEMAS VÁRIOS

ARMAZÉM DA DHL SUPPLY CHAIN OPERA AO SOM DA VOZ

A DHL TEVE UM AUMENTO DA QUALIDADE NAS OPERAÇÕES E DA PRODUTIVIDADE GERAL DAS MESMAS

TRANSPORTE E LOGÍSTICA

A DHL estabeleceu-se em Portugal em 1992. Actualmente opera em quatro grandes áreas de negócio, transporte aéreo, marítimo, terrestre e Supply Chain, estando esta relacionada com processos logísticos integrados de transporte, armazenagem e distribuição.

A unidade de negócio DHL Supply Chain opera um espaço de armazenagem de 150.000m² em 12 locais distribuídos por Portugal, conta com 900 funcionários, e cresceu ao ritmo de 10% por ano nos últimos 5 anos.

O leque de serviços disponibilizados pela DHL Supply Chain para os clientes em Portugal inclui serviços de armazenagem, distribuição e um conjunto variado de serviços de valor acrescentado. Estes serviços são fornecidos recorrendo a instalações modernas que utilizam tecnologia de ponta associada a sistemas de gestão de armazenagem (WMS) e sistemas de gestão de transporte (TMS).

A DHL Supply Chain Portugal opera os seus clientes do Sector de Consumo no seu campus multi-cliente do Porto Alto. Aqui encontram-se sedeadas as operações logísticas de grandes multinacionais com exigências elevadas quanto a níveis de serviço e qualidade.

Até à implementação deste projecto de voice picking, a DHL Supply Chain Portugal realizava a preparação de encomendas utilizando o método tradicional de picking baseado em papel. Este método era considerado inflexível e sem evolução possível.

"Para nós era essencial encontrar uma solução flexível que fosse modular, que permitisse uma fácil parametrização e que pudesse interagir com várias tecnologias disponíveis incluindo diversos processos de picking", disse Francisco Rocha, Director de IT.

A solução seleccionada tinha ainda de comunicar com o software In-

folog WMS da Generix. O Grupo Generix é uma empresa parceira a nível internacional da Zetes que disponibiliza plataformas de serviço de software permitindo o tratamento e a sincronização dos fluxos físicos (gestão de abastecimento, logística, rastreabilidade) e de fluxos de dados (facturação, transmissão de informação, desmaterialização).

A DHL Supply Chain experimentou, em piloto, cinco tipologias diferentes entre terminais dedicados voz e terminais multimodais (com ecrã e teclado), acabando por escolher o Motorola MC9000-S uma vez que permite a realização, não só de voice picking, mas também de processos tradicionais com utilização do ecrã e teclado.

Com este terminal móvel, os pickers podem realizar por voz as operações eleitas para esta metodologia, como se de um terminal voz dedicado se tratasse. Operações com outras condicionantes e exigências como conferência de recepção, arrumação, aprovisionamento de lugares de picking, movimentação de paletes completas, conferência de expedição e inventário são realizadas numa lógica convencional aproveitando as capacidades disponibilizadas pelo ecrã, teclado e leitor de códigos de barras com recurso ao mesmo equipamento.

A solução foi fornecida pela Zetes Burótica, líder pan-europeu na identificação de bens e pessoas, com uma larga experiência na área de fornecimento de soluções de voz. "Escolhemos trabalhar com a Zetes Burótica porque foi o parceiro que nos apresentou a melhor proposta em termos de suporte, manutenção, instalação, consultadoria e com capacidade de fornecer a solução mais adequada ao processo, além de ser um parceiro de longa data tanto da DHL como da Generix", explicou Francisco Rocha.

A execução do projecto seguiu a metodologia DePICT utilizada de forma transversal pela DHL que compreende cinco fases (Define, Plan, Implement, Control e Transition).

A implementação do projecto para o cliente piloto demorou cerca 6 meses e à data de hoje encontram-se já implementadas mais duas operações com esta solução, totalizando já 20 pickers activos. De igual modo, o projecto de extensão da solução a todos os restantes clientes do campus está em curso, prevendo-se a sua conclusão em meados de 2010.

Os resultados da nova aplicação foram sentidos de imediato, aumento da produtividade pela forma de comunicação natural (escutar e falar vs. ler e escrever), pela integração de todo o sistema e pela capacidade de executar tarefas em paralelo (comunicar com o sistema enquanto a carga é manuseada), bem como o aumento da qualidade do picking devido à redução do nível dos erros fruto do tipo de operação mãos e olhos livres. "Os resultados obtidos eram já esperados por nós. Tivemos um aumento da qualidade nas operações e da produtividade geral das mesmas", conclui Francisco Rocha.

MAIS INFORMAÇÃO ? | Para contactar um especialista, leia a página 11

