



CUSTOMER INTERVIEW

# Revolución en el sector minorista

## Charles Vögele

implanta la radiofrecuencia en toda su cadena de suministro



Etiqueta EP con RFID integrada para proteger artículos de moda.

El gigante suizo del sector de la moda, Charles Vögele, se ha convertido en el primer minorista en implantar una solución global de RF estandarizada desde el origen hasta la tienda en toda su cadena de suministro. Los beneficios de la visibilidad total de la mercancía artículo por artículo, desde el punto de fabricación hasta el punto de venta, se están haciendo notar en todos los niveles de su actividad.

**H**ace ya tiempo que la RFID es la «panacea» para los minoristas. A medida que las cadenas de suministro crecen y se hacen cada vez más complejas, y que los consumidores demandan una mayor disponibilidad de la mercancía y una mayor velocidad de reposición, la RFID se considera la solución ideal para mantenerse a la altura ante la complejidad del contexto minorista del siglo XXI. Hasta el momento, la RFID aún no se había convertido en una realidad cotidiana del mercado de consumo. Ahora ya lo ha hecho.

El minorista de moda suizo Charles Vögele ha instalado con éxito la primera cadena de suministro completa compatible con radiofrecuencia y basada

en las etiquetas Gen 2 de Códigos Electrónicos de Productos (EPC). Basándose en la especialización de Checkpoint en soluciones de etiquetado, hardware y software de RFID, Charles Vögele introdujo la solución a modo de piloto en sus tiendas de Eslovenia, y ahora está listo para implantarlo en toda su cadena de suministro.

Checkpoint sirvió como *partner general* suministrando elementos clave que incluyeron hardware, etiquetas y la infraestructura necesaria para abastecer a la solución. Checkpoint trabajó también con Koobra Software para suministrar el software adicional requerido. Según Thomas Beckmann, Vicepresidente de la

**CHARLES VÖGELE**

Charles Vögele Holding AG es una empresa minorista independiente europea líder con 851 tiendas de venta al por menor en Suiza, Alemania, Austria, Bélgica, Holanda, Eslovenia, Hungría, Polonia y la República Checa. En el ejercicio financiero 2008 dio trabajo a unas 8.000 personas.

cadena de suministro del Grupo Charles Vögele, «la adopción de la RFID ha transformado y mejorado nuestras operaciones desde el origen hasta las tiendas. Hemos comenzado por optimizar nuestras operaciones y dar respaldo a nuestras ventas de formas que antes sencillamente no eran posibles; en muchos sentidos, se trata del inicio de una revolución en el sector minorista».

“ **Nuestra adopción de la RFID está transformando nuestro negocio y garantizando que nuestros clientes encuentren lo que buscan.** ”

**Thomas Beckmann,**

Jefe de la Cadena de Suministro de Charles Vögele.

La revolución de la RFID permite que Charles Vögele optimice su cadena de suministro mediante la aplicación de etiquetas inteligentes en la ropa en el punto de fabricación, y mediante la lectura de las etiquetas a lo largo de las operaciones de logística y a su llegada a la tienda. Una vez en la tienda pueden mejorarse las operaciones e incrementar la disponibilidad en las estanterías gracias al seguimiento de la mercancía artículo por artículo en el establecimiento, en el almacén, en la planta de ventas, en los probadores y en el punto de venta. Esa visibilidad les permite optimizar la reposición de existencias, reduciendo la falta de stock, mientras se mejoran las ventas.

Para Charles Vögele, eso supone que la mercancía correcta llegue a las estanterías adecuadas de la tienda en el momento oportuno, en sus más de 851 tiendas.

Con más de 70 millones de prendas suministradas anualmente por más de 400 proveedores y distribuidas a 34 centros de consolidación en toda Asia y Europa, las operaciones de la cadena de suministro de Charles Vögele suponen un desafío logístico para el minorista.

Ahora, Charles Vögele puede controlar y llevar el seguimiento de cada prenda en toda su cadena de suministro, consiguiendo así una visibilidad en tiempo real sin precedentes. Esa capacidad les permite reducir los errores logísticos automáticamente, eliminando excepciones como errores de empaquetado y envíos erróneos. Antes, por ejemplo, después de que una tienda hubiera realizado un pedido de un número determinado de camisas con gran demanda en una talla y un color concretos, podía encontrarse con que la caja que se le había enviado contenía unas prendas incorrectas debido a un error en la información de envío. Como consecuencia de ello, la tienda no podía suministrar a sus clientes las camisas que le habían pedido. Ahora, con los lectores de RFID, que ofrecen una información con una precisión del 100% en toda la cadena de suministro, ese tipo de errores pueden prácticamente eliminarse y las tiendas pueden suministrar las prendas que les piden sus clientes.

Los beneficios de la visibilidad de la mercancía se extienden a todas las tiendas de Charles Vögele, permitiendo que los empleados de las tiendas obtengan una visión precisa de la mercancía presente en la planta de ventas y en el almacén, y que

Charles Vögele gana el premio de la RFID Journal de la *Mejor Implantación RFID*



*Thomas Beckman  
recibiendo el  
galardón RFID por  
la mejor implantación  
de manos de  
Marc Roberti  
(RFID Journal).*

En el RFID Journal LIVE! 2009 en Orlando, Florida, EE.UU., el pasado mes de abril, Thomas Beckmann recibió el Premio de la Revista a la Mejor Implantación de la RFID. El Grupo Charles Vögele fue elegido porque, según el RFID Journal «está entre las primeras empresas que llevan el seguimiento de sus productos artículo por artículo, desde el punto de fabricación hasta el punto de venta, y que han logrado eficiencias por medio de la RF en cada punto de la cadena de suministro».

Un jurado de 22 miembros independientes escogió a los ganadores, basándose en los criterios establecidos por el RFID Journal. Los criterios principales para determinar los ganadores de los premios otorgados a los usuarios finales se basaban en si la implantación suponía la apertura de nuevos caminos y si proporcionaba beneficios a la empresa.

En su discurso, Thomas Beckmann describió el progreso del sector minorista en el seguimiento de sus productos por RF desde la fábrica hasta la tienda. Pese a la recesión económica, señaló que «éste podría ser el mejor momento para que los minoristas u otros miembros de la cadena de suministro inviertan en tecnología de RF».

Beckmann, al igual que otros ponentes de la Conferencia RFID Journal LIVE!, se centraron en la forma en la que sus empresas se han beneficiado de la RF en los malos momentos económicos. La asistencia total al acto alcanzó las 2.400 personas, entre las que se encontraban usuarios y posibles usuarios de la identificación por radiofrecuencia, así como distribuidores de tecnología de RF.

repongan más rápido y con mayor eficacia que en el proceso manual anterior. Ahora, Charles Vögele puede estar seguro de que sus líneas más populares siempre estarán en stock y a la vista, disponibles para que los clientes puedan verlas, probárselas y comprarlas.

Con las antenas de Checkpoint situadas en la entrada y las etiquetas inteligentes en las prendas, la aplicación de los probadores analiza qué productos se prueban y cuáles se compran finalmente. Los datos relativos a los probadores en esos productos que la gente se prueba con frecuencia, pero que no siempre se compran, pueden utilizarse para obtener información sobre los clientes que ayudará a Charles Vögele a mejorar la calidad de los productos que se ofrecen. ¿Por qué algunas prendas se sacan de las estanterías con frecuencia, pero finalmente no se compran? Gracias a la RFID, los minoristas de ropa pueden obtener los datos de cada artículo para poder investigar

después si el problema está relacionado con el diseño o con el corte de la prenda, por ejemplo. Puesto que la crisis económica erosiona el gasto de los consumidores, los minoristas deben asegurarse de que pueden aprovechar todas sus oportunidades de ventas. La RF proporciona la visibilidad que les permite asegurarse de que una mercancía concreta está disponible cuando el consumidor está dispuesto a comprarla. Hoy en día, los minoristas también se enfrentan a unos costes de capital muy superiores y necesitan reducir los niveles de existencias al mismo tiempo que mantienen la disponibilidad en las estanterías. La RF les permite conseguir ambos objetivos.

El Sr. Beckmann afirma que «nuestra adopción de la RFID está transformando nuestro negocio y garantizando que nuestros clientes encuentren lo que buscan. En el dinámico sector de la moda, responder a las expectativas de los clientes marca la diferencia entre el éxito y el fracaso». ■