



Transfesa Logistics estrena campa digitalizada de vehículos para Semat

La compañía Transfesa Logistics ha puesto en marcha la primera campa para vehículos totalmente digitalizada en el centro logístico del automóvil gestionado por Semat en El Salobral, situado en la terminal ferroviaria de Villaverde Mercancías, en Madrid. Se trata de la implantación de una solución integrada que permite la gestión global de todas las actividades asociadas a la logística y distribución de una forma unificada, “con un punto único de visión”, ha señalado el operador.

El director corporativo de Sistemas y Procesos de Transfesa Logistics, Jorge González Fernández, ha explicado que “nuestro objetivo es mejorar los servicios prestados a nuestros clientes”. Para ello, ha añadido que “ponemos a disposición los sistemas más modernos en cuanto a trazabilidad y gestión de los centros logísticos del automóvil”. La compañía ha desarrollado un sistema formado por

diferentes módulos que funcionan de forma coordinada entre sí y se activan en función del requerimiento necesario de cada cliente. Está diseñado para la gestión del transporte unitario o la preparación de flotas de vehículos en cargas completas.

La plataforma de Transfesa, compuesta por una nueva generación de aplicaciones, es capaz de gestionar todo el ciclo del servicio de almacenaje y transporte. Los diferentes dispositivos integrados aplican una trazabilidad completa al coche desde que es registrado hasta su entrega al cliente final. Este proceso digital abarca las numerosas operaciones a realizar en cada caso (lavados, higienizados, combustible, organización de flotas, reparaciones, gestiones en taller, etc.).

IDENTIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE ACTIVOS EN TIEMPO REAL

Una de las innovaciones más recientes es la incorporación de un nuevo sistema para la identificación y el seguimiento de los activos con elementos de IoT (Internet of Things). Este módulo de lectura se basa en el empleo de etiquetas de última generación RFID (Radio Frequency Identification, por sus siglas en inglés) y GPS, que permiten realizar un exhaustivo seguimiento de los vehículos en cualquier lugar y la verificación de la entrega en el punto indicado, transmitiendo la hora y posición.

La campaña digital cuenta también con una vía de comunicación online con el cliente. “Su amplia gama de funcionalidades la convierte en una herramienta estratégica que proporciona información automática y en tiempo real sobre la gestión del pedido, el estado de preparación y avance de la expedición, el número de unidades de la flota entregadas, la facturación o posibles incidencias e informes”, ha manifestado Transfesa Logistics.

Las actividades de la campaña, tales como inspección de vehículos, operaciones de mantenimiento, cierre de inspecciones y reubicación de vehículos, se realizan

directamente por parte de los operarios a través de tablets, así como con las apps móviles desarrolladas por el operador. Esta digitalización de funciones no solo elimina el empleo del papel, sino que también evita la posibilidad de duplicación. Esta plataforma modular tiene una amplia capacidad y puede emplearse en campas propias o virtuales, ya señalado Transfesa. En la actualidad, su uso está en torno al 30% y “tiene grandes expectativas de crecimiento”, ha finalizado la compañía.