

Emanuele Soncin

SPAIN BUSINESS UNIT DIRECTOR
CHECKPOINT SYSTEMS

“**Estamos en constante evolución y nuestro objetivo es revolucionar el mercado**”

■ POR J. C. LOZANO

Emanuele Soncin es el nuevo director de la Unidad de Negocio en España de Checkpoint Systems desde enero de este año, aunque trabaja en la compañía desde junio de 2005. “El principal reto que tenemos por delante es adaptarnos al nuevo escenario, asumiendo una filosofía darwiniana para sobrevivir; en este sentido, nuestro foco está puesto en el *customer centric*, al que le debemos el éxito de nuestro negocio”, afirma el directivo, para quien la tecnología desempeña un rol fundamental en este escenario y, por suerte, en Checkpoint Systems cuentan con ella como aliada: “Jugamos con ventaja y, pese a las adversidades, prevemos un futuro sólido y de consolidación en nuestro sector”.

Tras un 2020 que ha sido el año “más extraño de la historia reciente”, Soncin se muestra “satisfecho” con la reacción de su compañía y los resultados obtenidos. “Gracias a nuestra propia idiosincrasia y cultura empresarial, actuamos con rapidez y agilidad, de manera satisfactoria, aportando al mercado nuevas soluciones que, al ser tan útiles y versátiles, seguirán siendo efectivas una vez superemos esta pandemia”, destacando entre todas a ‘SmartOccupancy’, una solución de conteo de personas convertida en herramienta de gestión automática del aforo de las tiendas para preservar la distancia social y que fue elegida por la Organización Mundial del Turismo como una de las soluciones más innovadoras y disruptivas para mitigar el impacto del covid-19.

“Estamos orgullosos de haber puesto nuestra tecnología puntera al servicio de las personas y de la salud global -prosigue Soncin- con soluciones que minimizan los efectos de la pandemia en entornos públicos, al tiempo que hemos demostrado que somos una compañía de tecnología vanguardista que apuesta por la innovación”.



LAS TRES CLAVES

CHECKPOINT SYSTEMS

■ UN APRENDIZAJE

“Orgullosos de poner nuestra tecnología al servicio de la salud global”

■ EL HOY

“Nos reforzamos como pioneros y líderes en innovación tecnológica”

■ EL MAÑANA

“Pese a las adversidades, prevemos un futuro sólido y de consolidación”

Año positivo y productivo

El pasado año, además de las soluciones ‘Smart’, Checkpoint Systems también lanzó la nueva antena antihurto NEO NS40, concebida principalmente para los supermercados y que ha supuesto “una auténtica revolución” en el sector, ya que se integra en la misma línea de cajas y no precisa pedestal gracias a su conexión *bluetooth*, optimizando el área de cobro y mejorando la experiencia del cliente porque deja más espacio.

“En Checkpoint somos inconformistas y hemos roto otro estándar del mercado, ya que con la antena NEO NP10 hemos ampliado el ancho de detección hasta los 2,70 metros, lo que supone ganar más espacio en las áreas de paso e instalar menos antenas”, acentúa el directivo, quien confía en que este ancho de paso se

convierta en un “estándar de mercado”, ya que repercute directamente en una mejora de la experiencia de compra y amplía el espacio para la zona de venta.

2020 fue, en definitiva, un año “muy positivo y productivo en cuanto a innovación, consiguiendo reforzar nuestra posición en el mercado como compañía pionera y líder en innovación tecnológica en la industria de soluciones de seguridad que, además, siempre tiene el objetivo de revolucionar el mercado”, resume Soncin, que antes de ocupar su actual cargo fue director de Ventas en España.

A propósito de nuestro país, desde Checkpoint Systems, que tiene presencia en una treintena de países de Europa, América, Asia y Oceanía, se enfatiza la relevancia que tiene Europa como “motor” para el negocio de la empresa y, dentro del Viejo Continente, España es “una pieza clave”, hasta el punto de que muchas novedades de la compañía, incluyendo la antena NS40, han surgido dentro de nuestras fronteras. “España es puntera gracias al excepcional centro de innovación que tenemos en Terrassa, en el que hemos realizado una fuerte inversión para convertirlo en un referente internacional en el desarrollo de soluciones innovadoras, nutriéndose de las sinergias que se producen con otros mercados, ya que todo Checkpoint funciona como un solo equipo”, se enorgullece el directivo.

El impulso de CCL

La adquisición de Checkpoint Systems por CCL Industries en 2016 supuso un “mayor impulso” a la importancia que *per se* ya tenía la innovación en la compañía. “De hecho, una de las primeras acciones de CCL fue solicitar opinión a los empleados sobre qué aspectos se podrían mejorar, por ambiciosos que fueran. Gracias a aquellas respuestas, desarrollamos antenas inalámbricas más discretas, ampliamos los anchos de paso, mejoramos la estética, la conectividad o los *softwares*”, rememora Soncin, para quien la innovación está “tatuada en la marca, interiorizada en todas las personas que formamos Checkpoint y, por tanto, evolucionamos constantemente en todas nuestras áreas”.

Y tras recalcar que la tecnología de última generación, el estar a la vanguardia de la industria y ofrecer soluciones punteras se han consolidado como pilares estratégicos de Checkpoint, la compañía de Nueva Jersey aborda el futuro inmediato con la “obsesión” de mejorar la experiencia de compra en todo momento, ofreciendo a sus clientes un servicio integral con soluciones que abarcan todo el circuito de prevención de la pérdida desconocida y visibilidad del inventario.



Entre los últimos lanzamientos de Checkpoint Systems destacan las antenas antihurto NEO NP10, que amplía el ancho de detección hasta los 2,70 metros, y NEO NS40 (foto inferior), integrada en la línea de cajas sin pedestal.

“El escenario actual de incertidumbre nos obliga a ser más cortoplacistas que nunca, pero, por tradición, somos una compañía en constante evolución y nuestro objetivo seguirá siendo el de siempre, revolucionar el mercado”, recalca el directivo, a la par que especifica que la estrategia inmediata de la compañía se basará en continuar aportando soluciones ‘Smart’ al mercado, poner el foco en la aplicación de la tecnología RFID en la lucha contra el desperdicio alimentario y consolidar el ancho de paso de los 2,70 metros con una solución pionera en el mercado.



“Queremos fomentar y reforzar las sinergias entre *apparel label solutions* (ALS), el antihurto y la tecnología RFID, ya que somos una compañía ‘One Stop Shop’, es decir, ofrecemos soluciones integrales para toda la cadena de suministro”, resume Soncin, para quien la clave del futuro estriba en desarrollar nuevas soluciones (ya sean etiquetas o antenas, verbigracia) que permitan que el producto sea más accesible para el comprador, menos intrusivo e influya positivamente en el proceso de compra, ya que “la evolución del mercado, en este sentido, tiende hacia el *open display*, es decir, al libre servicio”. Y todo ello sin olvidar la sostenibilidad ambiental, ya que la compañía utiliza cada vez más plásticos reciclados y, por ejemplo, etiquetas 100% reciclables para el textil, pues “estamos comprometidos con minimizar el impacto medioambiental de nuestra actividad”.