



## LA GRAN DISTRIBUCIÓN

# La gran rueda del consumo

*Del alimentario al no alimentario, la gran distribución general propone una diversidad de productos, llegando de esta manera a una gran parte de los hogares. El éxito de estos productos con rotación, incluso con gran rotación, y la poca posibilidad de almacenaje que ofrecen los puntos de venta, explican la necesidad de identificar mejor la problemática del sector, principalmente en materia de transporte y logística.*

**E**nfrentada a una demanda cada vez más versátil, la gran distribución ha de hacer frente a numerosas dificultades para satisfacer a sus clientes. Las estaciones, el clima o el humor de los consumidores pueden hacer fluctuar de manera significativa el volumen de ventas de un día para otro. Además, *“la disponibilidad en las tiendas es una de las principales preocupaciones de la gran distribución. Es importante tener la cantidad justa en el momento justo”*, explica Thierry Ranson, Director de la Región Parisina de la División de Logística de Norbert Dentressangle. Si a esto añadimos la apertura de las tiendas durante 6 días a la semana, se entiende que el transporte y la logística son factores estratégicos en el sector, con mucha capacidad de reacción.

### **La tecnología al servicio de los plazos de entrega**

¿Cómo entregar la mercancía a tiempo mientras se hace frente a una problemática de tráfico difícil, como es el caso de la región parisina? El Grupo Norbert Dentressangle ha encontrado la solución para Auchan: el almacén de

Epône (Yvelines) funciona en flujos tensos los 7 días de la semana, la carga de sus 379 000 palets anuales se realiza al mediodía, para ser entregados por la noche. “Los pedidos se recogen y tratan automáticamente a primera hora de la mañana”, explica Thierry Dartiailh, Responsable de logística alimentaria para Auchan Ile-de-France. “Teniendo como objetivo la mejora de la calidad de la preparación de nuestros pedidos, hemos introducido, en asociación con el Grupo Norbert Dentressangle, una nueva herramienta: el pedido vocal”, continúa Thierry Dartiailh. El preparador de pedidos recibe las órdenes directamente gracias a un auricular, y el aparato que funciona por radio frecuencia le indica dónde está el lote y el número de paquete. “Los preparadores de pedidos ahorran tiempo en sus desplazamientos y están más pendientes de lo que hacen. Ellos mismos se marcan el ritmo, explica Thierry Dartiailh. Y con menos tiempo muerto, la productividad y la fiabilidad aumentan.”



**Disponibilidad lineal, el verdadero resultado**

Número 1 de la gran distribución en Europa, Carrefour tiene su punto de mira en la mejora del servicio. “El objetivo principal de la supply chain es la disponibilidad de los productos en lineal”, explica Jean-François Caillaud, Director de Logística del Grupo Carrefour.

Para Carrefour, ésta es la sección que marca la cadena. Es cuestión de ponerla en marcha para que las condiciones de suministro de la mercancía se adapten a las necesidades de esta sección en materia de frecuencia, fiabilidad y manipulado, “pero no a cualquier precio”, continúa Jean-François Caillaud. De ahí la necesidad de establecer soluciones de suministro adaptadas a los productos, a las rotaciones y a la evolución de las demandas.

“El cross-docking en los almacenes de Norbert Dentressangle constituye un ahorro de tiempo en lo que respecta al abastecimiento de los productos frescos, explica Jean-François Caillaud. Esta solución hace que el coste del abastecimiento de un paquete de productos frescos desde el proveedor a esta sección sea menos caro que un paquete de productos secos (menos roturas al cargar) por un plazo de entrega medio en toda la cadena (del proveedor a la sección) de 7 días, comparados con 100 días para los productos secos almacenados”. El alcance de este proceso a los productos

secos constituye pues la mayor palanca de la disminución del coste y del plazo de entrega del suministro.

**Picos de actividad por adelantado**

Primer grupo privado de Portugal, Sonae está presente en múltiples sectores, entre ellos la gran distribución. Su “subholding” Sonae Distribuição es el líder nacional de la distribución alimentaria.

Para abastecer a sus puntos de venta partiendo de dos plataformas logísticas, Sonae ha de responder a un punto clave: la gestión de los picos de actividad, en julio y agosto. En esta época, los Portugueses emigran hacia el Algarve (en la costa sur), donde las ventas de productos básicos se multiplican entonces por 2 ó por 3.

“El Grupo Norbert Dentressangle sabe gestionar estos picos, proponiendo al mismo tiempo soluciones para afinar mejor el calendario de entregas, declara Raul Magalhães, Director de Transporte de Sonae Distribuição. Para nosotros, ¡ a este proveedor de calidad le gusta aceptar riesgos, afrontar retos y rechazar límites !”

**Cifras-Clave**

**AUCHAN**

- 1 089 hipermercados y supermercados en 12 países.
- 1,17 millones de m<sup>2</sup> de superficie de ventas.
- 170 000 trabajadores.
- Volumen de negocios después de impuestos 2006 : 35 000 millones de euros.

**CARREFOUR**

- 12 547 hipermercados, supermercados y tiendas de maxi descuento y de proximidad en 29 países.
- 15 000 000 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
- 456 000 trabajadores.
- Volumen de negocios consolidado de las diferentes marcas en 2006 : 97 240 millones de euros.