

DANONE EN LA REPÚBLICA CHECA

La logística de productos frescos

Número 1 mundial de los productos lácteos frescos, el Grupo Danone alcanzó los 14 000 millones de euros de volumen de negocios en el 2006 gracias a sus 90 000 empleados presentes en los cinco continentes. En Europa del Este, sus ventas ascendieron a más de 1 200 millones de euros, principalmente gracias a un fuerte posicionamiento en la República Checa, donde el Grupo es líder en el mercado de los productos lácteos frescos.

En el mercado de los productos lácteos frescos, Danone Chequia, al igual que la zona de Europa Central, es hoy un ejemplo de dinamismo de mercado. Las normas de calidad y de seguridad de sus productos, de los que el 55 % son distribuidos en territorio nacional y el 45 % exportados a Europa, se aplican en el más estricto cumplimiento de las normas europeas. Para abastecer a un país de diez millones de habitantes y exportar productos lácteos frescos “*en Eslovenia, Eslovaquia, Austria, Hungría, Italia, Francia, Finlandia, Dinamarca y Suiza, Danone exige de su socio logístico la misma ejemplaridad*”, explica Matthieu Boulanger-Guillard, Responsable de Logística de Danone en la República Checa.

Un ejemplo a nivel europeo

En el 2007, en los 5 000 m² de almacén a temperatura dirigida, cerca de 90 000 toneladas de productos lácteos frescos (principalmente yogures clásicos o bebibles y quesos frescos) fueron almacenados, embalados, precintados y etiquetados por un centenar de empleados del Grupo Norbert Dentressangle.

“El almacén ya estaba certificado como Hazard Analysis Critical Control Point (Análisis de los peligros y control de los puntos críticos o HACCP), lo que permite identificar, evaluar y controlar los riesgos en materia de seguridad de los alimentos”, explica Pascal Leroux, Director de la zona Europa Central para el Grupo Norbert Dentressangle. *“Y en la auditoría AIB realizada a finales de diciembre del 2007, la planta obtuvo un resultado de 900 sobre 1000, pasando a formar parte de la categoría “Superior” dentro de la clasificación AIB”.* Las normas AIB permiten a los profesionales del sector agroalimentario analizar los riesgos de calidad asociados a sus procesos y poner en funcionamiento los planes de acción adecuados que respondan a los criterios de dichas normas.

Entrega “justo a tiempo”

Otra exigencia: la entrega a los clientes en franjas horarias muy cortas. *“La franja horaria de entrega a un cliente denominado “modern trade” como puede ser la gran distribución es de una media de 5 horas”,* explica Matthieu Boulanger-Guillard. *“Si se pierde una carga, la entrega puede alargarse hasta 12 horas.”* Así pues, Danone ha de garantizar que sus productos estén listos para ser entregados en plazos muy cortos, respetándose a su vez la cadena de frío.

Co-packing y co-manufacturing

Desde el 2006, los Grupos Danone Chequia y Norbert Dentressangle han desarrollado dos técnicas de customización de productos teniendo como finalidad la de aportar un valor añadido al consumidor y sufragar la innovación de “producto”.

La primera, el co-packing, es una forma manual de customización de productos. Existen diferentes operaciones de co-packing:

- La mezcla de 2 ó varios sabores

(albaricoque, fresa, plátano...);

- El stickering (de etiquetas, de código de barras, etc.);

- Empaquetado en cajas;

- La repaletización, según las necesidades del cliente;

- El topping (añadir un regalo, cereales, pepitas de chocolate, etc. en el tarro).

“Existen 80 clases de co-packing, y muchas de ellas pueden ser aplicadas a un único producto,” comenta Matthieu Boulanger.

El co-manufacturing es una customización automática o semi automática de los productos. En el 2006, se realizaron dos proyectos de co-manufacturing: la transferencia de dos líneas de producción con embalaje, pick-up e impresión

Las normas de calidad y de seguridad de los productos Danone, se aplican en el más estricto cumplimiento de las normas europeas.

de fechas, un “gran reto técnico y de seguimiento” según Matthieu Boulanger-Guillard, *“y el shrinkwrapping (envasado al calor) en semi automático, con una máquina circular”.* Para responder a una demanda cada vez más importante y disponer de un mayor espacio, en el año 2006 Danone decidió traspasar la actividad de co-packing al almacén que Norbert Dentressangle tiene en Divisov.

Desafío superado: *“En el mismo lugar, hemos multiplicado por cuatro los volúmenes de co-packing realizados en este almacén,”* concluye Matthieu Boulanger-Guillard.

Se respeta la cadena de frío

Al objeto de garantizar el mantenimiento de los productos entre los 2 y los 5°C, el almacén se mantiene permanentemente a una temperatura constante gracias a un sistema electrónico y se realiza un seguimiento en seis puntos diferentes del almacén. Cada media hora, se indican y declaran las temperaturas al servicio de calidad de Norbert Dentressangle, quien dispone de un personal cualificado para garantizar el mantenimiento de la calidad de los productos.

