

Analizamos la logística de Grupo Alacant con Manuel Sánchez Garijo, responsable de logística

Logística Gran Consumo | 01/02/2022 | ALIMARKET LOGÍSTICA



Aiadhesa (Grupo Alacant) es uno de los principales actores del sector de helados, con fuerte presencia en el negocio de suministro a la MDD. Tiene una estructura muy capilarizada, con 4 fábricas y hasta 18 almacenes para su logística y distribución, manejando 736 referencias y 2.500 registros distintos sobre previsión de la demanda.

Con la colaboración de **Manuel Sánchez Garijo, responsable de logística en las plantas de producción de Alicante y Murcia**, descubrimos los interesantes detalles de la supply chain de este grupo, que está implantando ya tecnologías de machine learnig e inteligencia artificial para su gestión.

DATOS GENERALES

- **Actividad:** Fabricación de helados y postres helados.
- **Marcas principales:** 'Helados Alacant', 'Antiu Xixona', 'Royne Special Line', 'Somosierra' y MDD
- **N.º de fábricas:** 4 repartidas por San Vicente del Raspeig (Alicante), El Palmar (Murcia), Alcobendas y Leganés (Madrid).
- **N.º de plataformas logísticas:** 12 repartidas por San Vicente del Raspeig (Alicante) -18.000 m² y 91.050 m³-, El Palmar (Murcia) -5.040 m² y 14.272 m³-, Fuente del Jarro (Valencia) -486 m² y 4.110 m³-, Alcalá de Guadaira (Sevilla) -588 m² y 6.182 m³-, Carreño (Asturias) -2.115 m² y 2.715 m³-,

Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real) -3.736 m² y 30.377 m³-, Villacarrillo (Jaén) -2.070 m² y 2.272 m³-, Ólvega (Soria) -105.000 m² y 82.517 m³-, Masalavés (Valencia) -1.415 m² y 17.700 m³-, Alcobendas (Madrid) -7.100 m² y 13.000 m³-, Leganés (Madrid) -19.800 m² y 20.000 m³- y Portbury (UK) -1.347 m² y 13.470 m³-.

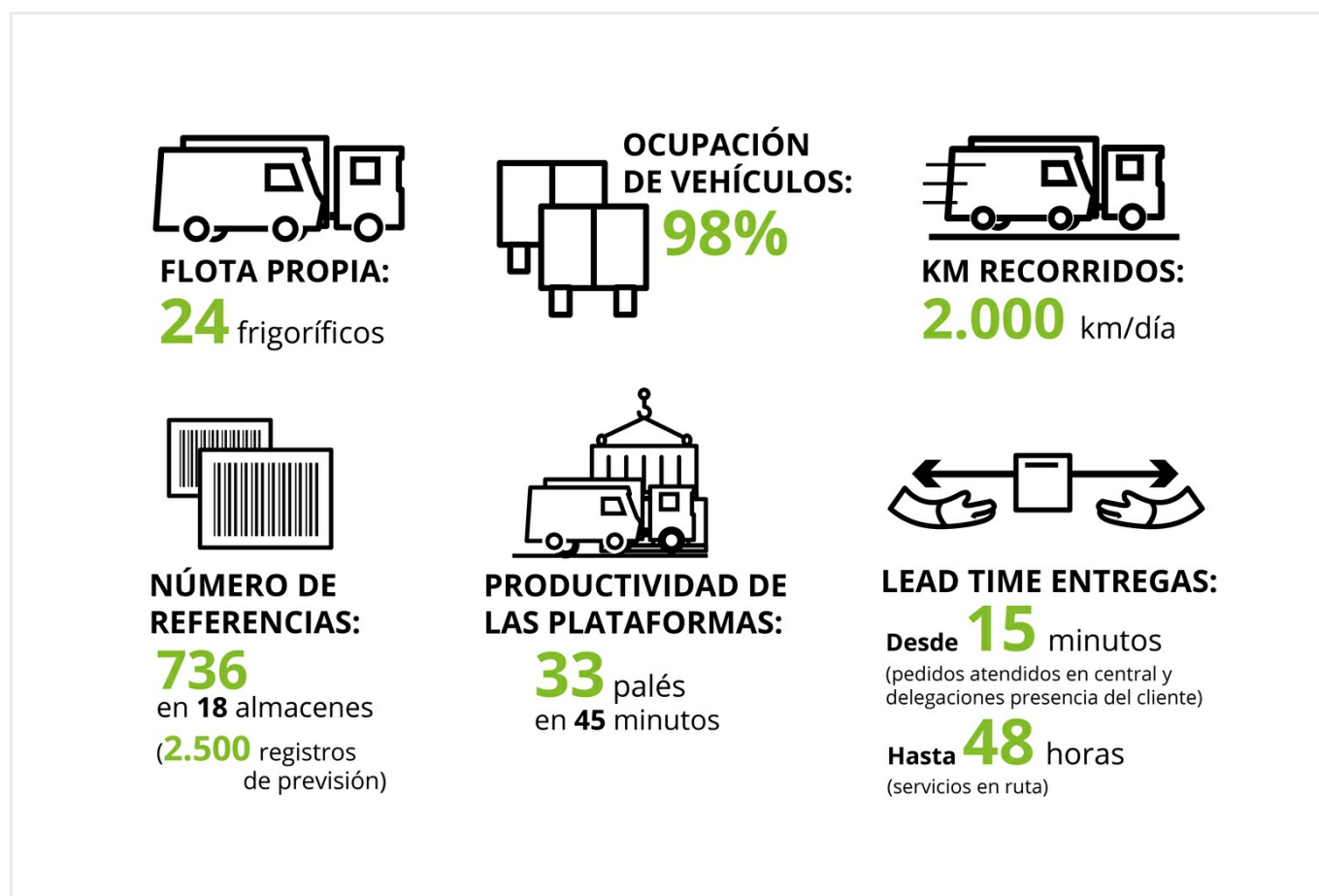
PRINCIPALES DATOS DE LA SUPPLY CHAIN

- **Gestión logística:** Mixta a través de una amplia red de colaboradores: Friolvega en Ólvega (Soria), Olano Valencia en Masalavés (Valencia), Transportes Agustín Fuentes e Hijos en Huerta de Abajo (Murcia), Thermologic Express Valencia en Riba-roja de Túria (Valencia), Amorós y Riquelme en Villena (Alicante), Antonio Marco en San Isidro (Alicante), Molinero Logística en Ólvegas (Soria), Stef en Getafe y Alcalá de Henares (Madrid), Montfrisa en Getafe (Madrid) y Logifrío en Leganés (Madrid).
- **Proveedor de palés y cajas:** Chep España.
- **Flota de transportes propios:** 24 frigoríficos.
- **Tasa de ocupación de los vehículos:** 98%.
- **Nº de palés diarios movidos:** En el punto más álgido de la campaña, 1.703 palés de salida y 1.006 de entrada de fabricación, lo que hace un total de 2.709 palés.
- **Nº de km recorridos:** 2.000 km/día.
- **Nº de SKU:** 736 referencias en 18 almacenes. Gestiona más de 2.500 registros de previsión de la demanda.
- **Productividad de las plataformas:** Carga 33 palés en 45 minutos.
- **Lead time en las entregas:** Desde 15 minutos para pedidos atendidos en central y delegaciones presencia del cliente, hasta 48 horas servicios en ruta.
- **¿Cómo organiza su estructura logística internacional?** Los clientes son captados por su personal de exportación. A partir de ahí, los pedidos llegan hasta la central de San Vicente del Raspeig, se planifica su fabricación

en los periodos marcados con el cliente y se entregan en el plazo establecido.

- Y su logística de aprovisionamiento, ¿cómo la gestionan?

Las necesidades de compra provenientes de MRP (sistema Material Requirements Planning). Se tratan y negocian desde el departamento de compras directamente con los proveedores. En el 90% de las ocasiones se realizan mediante terms of delivery and payment del producto en sus instalaciones y, para el resto, contrata directamente con empresa de transporte externo, aunque si la ubicación del proveedor está cercana a algunas de sus rutas del helado, utiliza la sinergia y recoge el producto con sus propios vehículos.



CÓMO ORGANIZA SU LOGÍSTICA

- Principales rasgos característicos de su operativa logística:

Desarrolla una logística integral que acomete todos sus procesos, desde la previsión de la demanda, planificación industrial, fabricación, almacenamiento y entrega al cliente final. Cuenta con una gama de 736

artículos y gestiona 18 almacenes distintos. Trata más de 2.500 registros distintos sobre previsión de la demanda, aplicando fórmulas matemáticas para evidenciar desviaciones, aunque siempre acompañadas de experiencias pasadas, base de conocimientos cercanos, percepción de futuro, así como inputs del departamento comercial. Una vez analizadas, se ajustan las posibles desviaciones a su herramienta integral SAP, exportando los datos a su sistema MRP. A partir de ahí, el resto de la organización está preparado para acometer su tarea tomando las decisiones oportunas, así como medidas correctivas si se requiriesen, evitando un exceso o carencia de la producción. El departamento de PDP planifica líneas de producción garantizando que el producto esté disponible en los periodos marcados, el departamento de compras realiza las compras necesarias para abastecer las líneas de producción, y RR.HH. contrata personal adecuado para atender las fabricaciones indicadas.

Una vez fabricados, los productos son almacenados en sus cámaras frigoríficas y silo automático. Utiliza distintos modelos de almacenamiento, modelo descentralizado, ya que tiene distintos puntos estratégicos que sirven de enlace para la distribución de sus productos. Este modelo permite ofrecer un servicio más personalizado y un modelo cross-docking para determinadas gamas de productos que requieren otro tipo de actividad.

Todas las transacciones de mercancía a los centros de distribución están basadas en las necesidades previas establecidas en la previsión de la demanda, de manera que únicamente se envía producto necesario para la venta en estos centros, haciendo un reparto equitativo. De este modo se evitan gastos adicionales, como de retornos a central, trasposos entre centros, etc.

- **Proyectos más recientes en su cadena logística:** Ha implantado machine learning e IA para el área de previsión de la demanda, automatización de la reorganización interna de los contenedores de producto terminado y transacción mediante SAP, donde se contrasta los lotes del stock disponible con la previsión de la demanda para tener una visualización del consumo a corto medio y largo plazo.

- **¿Qué servicios de valor añadido les ofrecen sus socios logísticos?:**

Etiquetado.

- **Nuevas tecnologías aplicadas:** Utiliza tecnologías SGA mediante software desarrollado de manera interna en comunicación semi-real time con SAP. Además de este software, utiliza tecnología Big Data mediante su base de datos Alldata en la cual vuelca toda la información de todos los sistemas de información de la empresa y mediante técnicas de alisamiento activo de datos y búsqueda de patrones de comportamiento de datos, para la generación de diferentes informes. En ERP, SGA e inteligencia artificial utiliza los servicios proporcionados por INETUM, Sothis y Linxview aunque tiene un índice interno de desarrollo de más de un 60% en todos sus proyectos. Respecto a la robotización, tiene diferentes sistemas. Cuenta con robots de paletizado completamente automáticos de la marca Kawasaky y Kuka con un desarrollo propio de más de un 95% del software realizado. En automatización logística dispone de sistemas integrados de la marca Siemens y el soporte y reforma lo está proporcionando Niproma con un índice de desarrollo propio de cerca del 40%.

- **Iniciativas en materia de sostenibilidad:**

- Disminuir el consumo energético para comprar, mantener, cambiar y eliminar materiales o productos.
- Medir los niveles del consumo energético durante el transporte de bienes con el objetivo de reducirlos.
- Medir los niveles de contaminación auditiva, con el objetivo de reducirlos.
- Aumentar los procesos de reutilización de palets logísticos.
- Aumentar los procesos de reutilización de envases, y embalajes.

También se llevan a cabo funciones relacionadas con la logística inversa en actividades como, por ejemplo, evitar procesos de retorno de excedentes de inventario, devoluciones de clientes o productos obsoletos, actividades de retirada, clasificación, reacondicionamiento y reenvío al punto de venta o a otros mercados secundarios. Además, está estudiando la posibilidad de sumarse al proyecto de MAE12 en cuanto a “incorporación de vehículos eléctricos a la flota”.

- Iniciativas en torno a la distribución urbana/última milla:

Incorporación de vehículos pequeños para poder transitar por las urbes.

- Iniciativas en torno a customer service: Está inmersa en un proyecto llamado “Tienda Virtual” para clientes y trabajadores basado en Akragest en un entorno de woo-commerce con comunicaciones con SAP vía RFC´s que espera tener listo en breve (uno o dos meses). También tiene desarrollados diversos sistemas de comunicación de pedidos, facturas y confirmaciones de envíos de mercancía mediante el estándar EDI.

Manuel Sánchez Garijo: “ Una cadena de suministro eficiente, ágil y competitiva contribuirá a mejorar los resultados”

- ¿Cuáles son sus principales funciones en la empresa?

Mi función es que las áreas adscritas al departamento de logística -televenta, facturación, previsión de la demanda, almacenes de producto terminado, transportes, tienda (productos auxiliares al helado) y antecámara (paletizado producto terminado)- fluyan con un mismo interés: seguridad laboral para nuestros trabajadores y satisfacción de los requisitos de nuestros clientes al mínimo coste productivo. Estos criterios deberán estar presentes en las decisiones que adoptemos para las distintas áreas.

El logro de la competitividad de la organización está vinculado a los distintos indicadores de gestión, por lo que con un continuo monitoreo de éstos nos permite establecer las condiciones e identificar aquellos aspectos que debemos corregir. Para ello tenemos implantado un cuadro de mandos.

También trato de mejorar el uso de los recursos y activos asignados, para aumentar la productividad y efectividad en las diferentes actividades hacia el cliente final. Todo ello, lo podemos resumir en que nuestros productos lleguen a nuestros clientes en los plazos solicitados, de una forma certera, puntual y en las mejores condiciones. Al mismo tiempo en que nuestros trabajadores trabajan seguros y motivados, aplicando costes productivos adecuados para que podamos seguir siendo una empresa al alza.

- ¿Cuáles son los principales logros obtenidos por su departamento en los últimos años o desde su llegada a este puesto?

Mi principal logro ha sido rodearme de un equipo humano profesional y competente, que entiende como valores de la empresa, entre otros, el servicio al cliente y más en este mercado del helado donde el 67% de nuestras ventas se producen únicamente en los meses de mayo a agosto. Ello hace que nuestros servicios sean tremendamente exigentes a efectos de itinerario, certeza en el producto entregado y roturas de stock.

Personalmente, el mayor reto profesional ha sido la implantación del almacén automático, así como los sistemas de radiofrecuencia para picking en la cámara convencional y la semiautomatización de la zona de expediciones. Actualmente todas nuestras expediciones son preparadas y expedidas mediante lectura de códigos de barra con sistema de radiofrecuencia para garantizar que los productos a expedir son los mismos que han solicitado nuestros clientes. Durante el pasado año, en un año con los efectos negativos de la pandemia, expedimos 117.058 líneas de pedido con un índice de incidencia de 0,04%. A su vez, conseguimos que la mercancía se descuente de los almacenes en cuestión de forma fiel, asegurando criterios de FIFO. Otra de las tareas desarrolladas ha sido considerar al proveedor como parte integrante de nuestra cadena de suministro. En cierta parte dependemos del servicio de éstos por lo que debemos trabajar conjuntamente en los procedimientos que nos refieren para que, al mínimo coste para sendas partes, seamos capaces de conseguir resultados óptimos para nuestras empresas. Si vamos de la mano somos más fuertes. Si podemos realizar algún movimiento que no suponga un coste para nuestra empresa, pero que, a su vez, pueda repercutir de forma positiva en nuestro proveedor, debemos hacerlo. Con ello conseguiremos que rentabilice mejor sus recursos y que amortice con ello una posible subida de tarifa hacia nosotros.

- ¿Cuáles son sus principales objetivos marcados a futuro?

A corto plazo, procurar que nuestros productos sigan llegando a nuestros clientes en los plazos en los que se solicitan, a pesar de la crisis generalizada actual sobre materia prima y transporte. A largo plazo, consolidar nuestro

servicio en índices satisfactorios para nuestros clientes, motivar al equipo humano que deberá encargarse de la tarea y, todo ello, con unos costes mínimos para seguir siendo competitivos.

- ¿Cómo valoraría la importancia estratégica de la actividad logística o del área de supply chain en su empresa?

El logro de la competitividad de la organización debe estar referido a un plan estratégico y, qué duda cabe, el área de logística es uno de los pilares que debe soportar dicho plan, desde donde se podrán fijar visión, objetivos y estrategias corporativas. Una cadena de suministro eficiente, ágil y competitiva aportará a la compañía activos suficientes, no sólo para la manutención de clientes -y por tanto el mantenimiento de ingresos-, sino que también contribuirá a mejorar los resultados de la compañía.

En cuanto al sector, en España tenemos una potente red de infraestructuras marítimas, aéreas, terrestres, ferroviarias. Ello puede favorecer el crecimiento y desarrollo de la logística y, por tanto, de la economía española. Una posición geoestratégica que favorece a un mercado globalizado, un aumento de ventas por internet cercano al 24% y la competitividad de las empresas españolas de logística debería ser suficiente no solo para mantener nuestro posicionamiento, sino también para ir creciendo.

- ¿Qué factores considera que habría que tener en cuenta en la logística del futuro?

Seguir manteniendo criterios de competitividad apoyados en nuevas herramientas tecnológicas que nos permitan obtener mejores resultados. Existen en el mercado varias tecnologías actualmente que deberemos tener en cuenta: vehículos eléctricos, impresoras 3D, Big Data, visión computacional (identificación de objetos e imágenes como lo haría un humano), vehículos autónomos, etc.

- Finalmente, y como consecuencia de la crisis provocada por el Covid-19, ¿han tenido que llevar alguna reorganización en su operativa logística?

Como muchas empresas, y para proteger a nuestros trabajadores, hemos

tenido que incorporar la fórmula del teletrabajo para todos aquellos trabajadores que podían realizar su tarea desde casa. En los inicios de la pandemia, y ante los cierres de los establecimientos de nuestros clientes, mayoritariamente heladerías, nos vimos obligados a suspender rutas y disminuir fabricaciones, aunque la planta no se paró. Redujimos referencias, pero decidimos mantener un stock adecuado pronosticando que una vez que se retomaran los servicios deberíamos estar preparados para atender a nuestros clientes. Nos costó un gran esfuerzo mantener esta decisión ya que escaseaba la materia prima, las mascarillas, tuvimos que habilitar en la planta productiva separadores que evitasen la contaminación, etc. Esta decisión fue crucial ya que cuando el mercado empezó a repuntar pudimos abastecer a nuestros clientes sin tensiones. Nos sentimos especialmente satisfechos ya que esta decisión ayudó a nuestros clientes a volver a recuperar la ilusión al poder ver nuevamente sus comercios abiertos y poder seguir vendiendo nuestros productos, lo que les reportaría ingresos ayudando así a su recuperación.

Descargas relacionadas

[La Foto Logística del Grupo Alacant \[pdf\]](#)

Alimarket
Cuestión de confianza

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido -incluida la reproducción del mismo en RRSS- sin que haya una autorización explícita por parte de Alimarket.