

CARREFOUR

SOLUCIÓN

Carrefour

Optimización de la cadena de suministro gracias a la solución **INFOLOG WMS** (Sistema de Gestión de Almacén)

CARREFOUR en pocas palabras

Carrefour líder de la gran distribución en Europa está en constante evolución para mejorar la propuesta al cliente de modo que satisfaga sus expectativas.

Para esta misión Carrefour se apoya en su creciente número de proveedores de confianza, para poder atender a sus tres formatos de comercio: hipermercado, mini-hipermercado y supermercado Carrefour Express, gestionando un parque de más de 250 centros distribuidos en la mayoría de las grandes y medianas ciudades españolas.

En estos centros se desarrollan más de 30 actividades diferentes y cinco modelos de negocio: Productos de Gran Consumo, Productos Frescos, Bazar, Electrónica y Textil.

Sus cerca de 50.000 empleados en plantilla sitúan a Carrefour como una de las cinco principales empresas creadoras de empleo en nuestro país. Carrefour recibe en España más de un millón de clientes diarios.



Contexto del proyecto

Carrefour, en su línea de atender iniciativas de optimización de la cadena de suministro desarrolladas durante los últimos años, ha confiado en **INFOLOG WMS**, siendo el sistema implantado en todos sus Centros de Actividades de Distribución (CADs), para innovar en la operación logística y estableciendo el régimen de 'flujo tenso' con más de 500 proveedores con los que ha firmado acuerdos de nivel de calidad en las entregas.

Objetivos del proyecto

Carrefour pretende a través de la solución de **Flujo Tenso de INFOLOG WMS**, una trazabilidad completa de todos los flujos y una reducción drástica de los stocks manteniendo el nivel de servicio a las tiendas.



CARREFOUR



Solución desarrollada

Para que la distribución de los productos a los diversos formatos de comercio sea óptima, Carrefour ha establecido la operativa de flujo tenso en gran parte de sus Centros de Actividades de Distribución CAD operadas por las más importantes compañías logísticas, con la filosofía de transformar la demanda de los comercios directamente en demanda a proveedor, siendo esta la desencadenante de todos los movimientos de la cadena logística de distribución.

Para la puesta en marcha de esta operativa Carrefour ha confiado en el sistema **INFOLOG WMS**, que le proporciona la automatización de todos los procesos necesarios con gran eficiencia, rapidez y fiabilidad gracias a la operación con radiofrecuencia.

En recepción

La recepción de los productos puede realizarse mediante la lectura de su EAN13/14 a nivel de producto o EAN 128 a nivel de pallet lo que anula el posible error de confusión de producto.

Una vez han sido recepcionados todos los productos de un pedido y se ha validado, el sistema lanza directamente la repartición de estos productos según los pedidos de los clientes.

El sistema genera una etiqueta anónima EAN 128 a nivel de pallet que tiene asociada la información de producto, cantidad de cajas y reparto del mismo.



En repartición

El sistema informático genera las necesidades de producto de cada cliente y al recibirse la mercancía, se lanza la repartición.

Para repartir el producto se escanea la etiqueta generada en recepción y se inicia la distribución del producto hacia los soportes de cada cliente.

Para la validación de un producto en el soporte asignado se efectúa la lectura de la etiqueta anónima asignada en recepción y posteriormente se valida el soporte del cliente, escaneando la etiqueta que le ha generado el sistema y que tiene asociadas las mercancías pedidas. De esta manera **INFOLOG WMS** permite conocer en tiempo real el contenido de cada pallet entregado a la tienda para su recepción.

INFOLOG WMS permite que toda la operación de distribución se mecanice con un sorter (mecanismo que efectúa el desplazamiento de los productos hacia los soportes de los clientes) o a través de radiofrecuencia.

Una vez completos los soportes se validan para poder ser cargados y expedidos.

Beneficios obtenidos

INFOLOG WMS ha permitido una reducción de los costes en toda la cadena de suministro al proporcionar una mayor exactitud en las previsiones, lo que conlleva una reducción de inventarios, una disminución de rupturas de stock y un mejor servicio al cliente (por los cumplimientos en las cantidades y fechas de entrega). Y todo ello se traduce en unos mayores ingresos por incremento de ventas (mayor competitividad por un mejor servicio y mayor frescura del producto al cliente final).

