

Guillem Sanz, responsable de Logística Global de Privalia

“El sistema ideado por MRW, nos facilita mucho el flujo de logística inversa”



Helena Sanz

Uno de los lemas corporativos de Privalia es *“si no te diviertes, no vale”*. A raíz de los resultados que va obteniendo en los últimos años, el equipo de este club outlet privado de ventas on-line, se divierte y mucho. Sus previsiones para 2010 es servir más de 4 millones de unidades, 600.000 de ellas en un solo mes. Guillem Sanz, responsable de Logística Global de Privalia, nos explica cómo piensan llegar a tales cifras y cómo va su colaboración con MRW, colaborador de referencia en la distribución de sus productos

¿Cuál es la relevancia del departamento de logística en el organigrama de la empresa?

El departamento de logística es uno de los pilares más importantes de Privalia. Actualmente contamos con cinco plataformas logísticas: España, Italia, México y dos en Brasil. Las características propias de nuestro negocio, donde trabajamos con los restos de temporada de cada país, nos motiva a disponer de centros de distribución bien definidos en cada país con objeto de disminuir los costes de suministro a los mismos, y no avanzar hacia centros de distribución multi-país.

¿Qué aspectos logísticos están bajo su negocio?

Me responsabilizo de toda la red nacional e internacional de Privalia. Debo alcanzar una importante reducción de costes y perfeccionar los procesos logísticos a fin de ofrecer un mejor servicio a los consumidores. También asumo el desarrollo de la logística en todos los países en que trabajamos para alcanzar la excelencia operativa y



Privalia, sala de Reuniones

mejorar el servicio. Además, durante el 2010, Privalia quiere integrar la cadena de suministros, en particular, de los proveedores (marcas) con el fin de abaratar costes; crear la reingeniería de procesos para llegar a una solución logística óptima y conseguir la homogeneización de procesos en toda la red de países donde la compañía está presente (España, Brasil, México e Italia).

¿Cuál es el “recorrido” del producto desde que se efectúa la compra hasta que la recibe en su casa el Cliente?

En Privalia trabajamos sin stock, es decir, servimos directamente a los Clientes, no se pueden adelantar pedidos. Los Clientes piden lo que quieren y reciben sus productos pasados unos días. Nuestro flujo logístico es un flujo sin stock y basado en un flujo tenso, pues se sigue una disciplina “demand-driven”. Cuando la mercancía llega a nuestras instalaciones, ésta ya está vendida y, por lo tanto, se trata de hacer un cross docking por Cliente final.

Cuando un Cliente quiere devolver un producto, ¿cuál es el proceso que siguen tanto para su devolución a tienda como el abono al Cliente? ¿Cómo se gestiona esa logística inversa?

En este sentido, contamos con el servicio Devolfácil, que permite al usuario devolver el producto en un solo clic, de forma rápida y cómoda. En la Plataforma logística de Coslada (MRW) tenemos un sistema muy bien procedimentado, con aplicación de sistemas avanzados de RF, que nos ayuda a realizar la operativa interna de logística inversa con un alto grado de control y eficiencia. Como es sabido, la logística inversa, y en particular la procedente del consumidor final, es uno de los flujos más complejos de gestionar, pero nosotros, gracias al sistema ideado por MRW, tenemos este flujo muy bien ligado.

¿Cuál es el Servicio que les presta MRW y que valor aporta a su negocio?

MRW nos presta el Servicio de Logística y el de distribución: MRW Logística Avanzada, y MRW. En lo concerniente al Servicio de Logística se dispone de una Plataforma logística en Coslada donde está especializada en el e-COMMERCE, ofreciendo un Servicio a medida de Privalia. Durante los 3 años de relación entre las dos compañías,

“MRW está haciendo un trabajo muy bueno obteniendo unos niveles de calidad de entrega realmente fuera de mercado”

se ha aprendido mucho y ahora se ha iniciado un camino de innovación donde estamos aplicando conjuntamente técnicas de manutención y de gestión derivadas de tal aprendizaje. Estas técnicas nos van a conducir a un estadio donde podamos ofrecer un Servicio aún mejor a nuestros socios.

El transporte por carretera, pese a que las nuevas tecnologías han variado la manera de entender la concepción empresarial en general, siempre constituye el método más efectivo para el desarrollo de nuestra actividad logística. En cuan-



Guillem Sanz

to a la intermodalidad de la cadena, estamos acostumbrados a trabajar con proveedores distribuidos por diversos países, por lo que en cada caso se estudia qué proceso logístico es el más rentable para la empresa y para la sociedad y por extensión al medioambiente, siempre y cuando éste no ponga en peligro la calidad del servicio que garantizamos a nuestros consumidores. MRW está haciendo un trabajo muy bueno obteniendo unos niveles de calidad de entrega realmente fuera de mercado.

¿Cómo gestionan la logística en momentos de campaña?

Privalia trabaja por campañas, siendo cada tienda que abrimos un evento único y diferente. Por ese motivo, todos trabajamos de forma muy procedimentada y ordenada, así que cuando hay un periodo de mayor intensidad comercial, simplemente tenemos que trabajar más intensivamente, pero ya sabemos cómo hacerlo: ¡como lo hacemos cada día!

En su opinión, ¿hacia qué nuevos formatos se dirige el e-COMMERCE? ¿cómo le va a afectar a Privalia?

Es muy cierto que las nuevas tecnologías han variado la manera de entender la concepción empresarial en general. Obviamente, este proceso también ha afectado a la Logística, que ha mejorado su operatividad gracias a diferentes mejoras técnicas fruto de la aparición de Internet. Privalia es un ejemplo de ello. En España, como en otros países, advertimos un fenómeno similar, Privalia vende sobre todo en grandes núcleos urbanos, donde existe una mayor implantación del e-COMMERCE en general, destacando Barcelona, ciudad con el mayor número de socios, seguida de Madrid, València, Sevilla y Bilbao. Y todo apunta que este incremento del e-COMMERCE hará variar la distribución de vehículos por tonelaje, incrementando los vehículos de bajo tonelaje para el Servicio a domicilio, así como toda la cadena de suministro para orientarse al Servicio al detalle con pedidos más pequeños y, sobre todo, más precisos. En la logística del B2C se debe andar hacia la excelencia logística, no hay otra vía.

“Durante el 2010, Privalia quiere integrar la cadena de suministros, en particular, de los proveedores (marcas) con el fin de abaratar costes”