

Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios, elaborar información estadística, analizar sus hábitos de navegación e inferir grupos de interés. Esto nos permite personalizar el contenido que ofrecemos y mostrarle publicidad relacionada con sus preferencias. Adicionalmente, compartimos los análisis de navegación y los grupos de interés inferidos con terceros. Al clicar en "Aceptar" o SI CONTINÚA NAVEGANDO, ACEPTA SU USO. También puede CONFIGURAR O RECHAZAR la instalación de cookies clicando en "Cambiar configuración".

[CAMBIAR CONFIGURACIÓN](#)[ACEPTAR](#)

tienda online y de los refrigerados

Publicado el 23-02-2009 , por Sergi Saborit. Barcelona

Los pedidos procedentes de Internet ya no se preparan en los supermercados, sino desde una plataforma que GLM Logistics ha puesto en marcha en Sant Boi de Llobregat.

El 10% de las familias españolas realizó alguna compra de artículos de alimentación por Internet en 2008. Se trata de un mercado todavía incipiente, pero con crecimientos sostenidos del 20% en los últimos años. La compra online ha calado especialmente en el área metropolitana de Barcelona, donde tiene una cuota de mercado del 1,2%, frente al 0,6% del conjunto de España.

Asimismo, la compra media por Internet en Catalunya asciende a 104 euros, el doble que en el resto de comunidades autónomas (52 euros). Esta circunstancia se explica gracias a las tiendas online que lanzaron hace diez años Condis (en 2000) y Caprabo (en 2001), compañías que, hasta ahora, utilizaban sistemas de distribución distintos.

En el caso de Condis, el grupo optó por centralizar en su almacén de Montcada i Reixac (Vallès Occidental) todos los pedidos que recibía a través de su web, modelo que en el argot del sector se conoce como de plataforma dedicada. Por el contrario, Capraboacasa.com ha utilizado hasta ahora un sistema de preparación de las órdenes directamente en su red de supermercados, método que también emplea, por ejemplo, la tienda online de Mercadona.

El supermercado virtual de Caprabo ha iniciado este mes de febrero una nueva etapa al pasarse al modelo de plataforma dedicada. A diferencia de Condis, la filial de Eroski se ha inclinado por externalizar el servicio en una compañía logística especializada en unidades de producto. Se trata de GLM Logistics, una empresa de la familia Campderrós que hasta ahora trabajaba únicamente para clientes del sector textil y del calzado, para quienes realiza las funciones de preparación de pedidos y emperchado, colgado, etiquetado y planchado de prendas.

Inversión

GLM ha invertido 300.000 euros en la puesta en marcha de un almacén de 4.000 metros cuadrados en Sant Boi de Llobregat que trabajará exclusivamente para el servicio Capraboacasa.com. Las nuevas instalaciones cuentan con una cámara de frío de doscientos metros cuadrados y permitirán preparar los pedidos para toda Catalunya.

"Nuestro crecimiento online estaba limitado por el sistema logístico porque cada supermercado puede atender un máximo de clientes procedentes de la red; para hacer frente al desarrollo que esperamos necesitábamos hacer el cambio", afirma Guillem Sanz, director de logística de Caprabo.

El supermercado online de Caprabo lidera el sector en Catalunya, con una facturación de más de 30 millones de euros, frente a los 4,3 millones que facturó Condisline en 2008. Además, según Sanz, el servicio es el único que está disponible en todas las comarcas y municipios catalanes, frente a sus competidores que se limitan a las áreas de influencia de sus supermercados.

El nuevo almacén centralizado de Capraboacasa no sólo permitirá atender más pedidos, sino que garantizará que estos lleguen a casa del cliente completos, es decir, con todos los productos solicitados. Hasta ahora, podía ocurrir que se comprara un artículo en la web y que no estuviera disponible en el supermercado encargado de preparar el envío. "Capraboacasa ofrece el mayor surtido de todos los supermercados online, con más de 8.000 referencias; ahora podremos ofrecer aún más, hasta 10.000, y evitar que se produzcan rupturas de stock", explica Sanz. El directivo apunta que otra de las ventajas es que "se asegurará mejor" el mantenimiento de la cadena de frío en los congelados y refrigerados.

El director de logística de Caprabo afirma que el cambio de modelo "no supondrá un incremento de los costes". "Seremos más eficientes y tendremos un mejor servicio sin perder dinero ni encarecer la tienda online", apunta.

Empleados

En el almacén de Sant Boi trabajarán 86 personas, de las cuales 14 serán personal de Caprabo que supervisará las tareas de recepción de mercancías, expedición de pedidos y gestión de productos frescos. El resto serán empleados de GLM, que tendrán que preparar alrededor de 700 pedidos diarios. Desde Sant Boi las furgonetas de reparto llevarán directamente las cestas de la compra a los domicilios del Baix Llobregat y de la mitad de Barcelona, que equivalen al 50% del total. El resto se enviarán con camiones a seis supermercados de distintos puntos de Catalunya que Caprabo utilizará como centros logísticos intermedios para el reparto. "A esas tiendas ya llegarán los pedidos hechos: sólo tendrán que repartirlos en sus respectivas áreas de influencia", señala Sanz. Todas las cestas de la compra se prepararán de noche para que puedan llegar a su destino a partir de las ocho de la mañana, cuando comienza la primera franja de reparto.

La filial de Eroski posee 325 tiendas en Catalunya y Madrid y, en 2008, facturó alrededor de 1.500 millones.