



Compañía

Mondelēz International

Actividad

Fabricación y comercialización de todo tipo de productos de alimentación como los dulces, snacksfoods y bebidas.

Localización

Compañía de origen estadounidense que fabrica y comercializa sus productos en todo el mundo.

Soluciones implantadas

GlobalEDI a través de EDICOM B2B Cloud Platform.

Solución para la Publicación de facturas electrónicas.

Plataforma de integración de facturas electrónicas.

Solución CRP-VMI para la optimización de los stocks y mercancías en el punto de venta.

Beneficios obtenidos

- Disponibilidad de una única plataforma B2B personalizada para gestionar, administrar e intercambiar mensajes comerciales y actividades logísticas con todos los distribuidores de la compañía.
- Externalización de los recursos necesarios para la puesta en servicio de la solución a través de EDICOM B2B Cloud Platform.
- Formación y soporte técnico de los usuarios que van a gestionar la herramienta de CRP.

<http://www.mondelezinternational.com>

Mondelēz International, nueva denominación de Kraft Foods implementa en su plataforma EDI una herramienta para la planificación continua del Reaprovisionamiento o CRP.

Con la integración de éste software inteligente para la gestión y optimización logística, la compañía genera y controla el reaprovisionamiento de los diferentes puntos de distribución en España, auto-generando los pedidos en base a información de ventas y logística enviada por sus socios comerciales para configurar la solución CRP- FLOW.

PERFIL DEL CLIENTE

Mondelēz International (anteriormente Kraft Foods) es una gran empresa originaria y establecida en la ciudad de Northfield (Illinois) en los Estados Unidos de América.

Su campo de actividad se centra en la fabricación y comercialización de todo tipo productos de alimentación, aunque son muy populares entre toda la población del mundo sus dulces, snacksfoods y bebidas.

Con casi 100 marcas implantadas por todo el mundo, Mondelēz International se caracteriza por su liderazgo en la mayoría de los sectores en los que está presente, siendo la compañía fabricante de alimentos más grande Estados Unidos.

Esto lo consigue a través de marcas tan conocidas como los chocolates Milka, Cadbury y Marabou, las galletas LU, pasando por los chicles y caramelos Trident y Halls, los cafés Kenco y Jacobs y el queso Philadelphia.

Con una presencia global en todos los continentes, operando en más de 155 países y dando empleo a más de 127.000 trabajadores, nos podemos hacer una idea de la magnitud de una empresa que cotiza en la bolsa de Nueva York con buenos resultados.

El uso de la tecnología EDI para mejorar las comunicaciones logísticas en el sector del Retail

En un entorno global los grandes proveedores y fabricantes del sector de la distribución necesitan contar con sistemas de gestión eficaz y ágiles que les permitan llegar al máximo número de consumidores, suministrando sus productos en un corto plazo de tiempo y con unos altos estándares de calidad que garanticen la satisfacción de sus consumidores.

La utilización cada vez más habitual entre los fabricantes y distribuidores de soluciones de comunicación B2B, como las que desarrolla EDICOM, simplifican el intercambio de transacciones comerciales. Esto supone un gran avance para las compañías que se ve recompensado con una importante mejora de la eficiencia y reducción de costes en la gestión administrativa.

Una parte fundamental para lograr alcanzar unos altos estándares de satisfacción en los consumidores finales que son a la postre los que van a determinar el éxito de la compañía, pasa por establecer sistemas de comunicación logística que permita un rápido y continuo aprovisionamiento de los almacenes y puntos de venta de las cadenas de distribución. En este

contexto, las compañías del sector de la distribución se encuentran con la necesidad de implementar en sus sistemas de información internos un software específico para el reaprovisionamiento logístico de las mercancías que les permita conectar y compartir información vía EDI entre todos los actantes en la cadena de distribución: clientes, fabricantes y operadores logísticos.

Un punto fundamental en la implantación de la herramienta se basa en el intercambio de información entre suministradores y receptores de mercancías. A partir de esta información el software revisa el inventario existente en cada punto de entrega, y propone órdenes de pedido a partir de un análisis estadístico que tiene en cuenta las previsiones de ventas entre otros factores.

Para conseguir la fluidez y agilidad en los procesos de aprovisionamiento de productos y mercancías en los puntos de venta, tanto fabricantes como distribuidores necesitan implementar el software con el resto de sus transacciones comerciales habituales de su plataforma EDI. De esta forma, obtienen una herramienta completa y transparente para gestionar sus comunicaciones B2B, que incluye un aspecto tan importante para la administración eficiente de una compañía como es la distribución logística de sus productos.

RETO PLANTEADO

Mondelēz International (Kraft) es una empresa multinacional que fabrica y comercializa sus productos en sectores de gran exigencia y requerimientos de calidad por parte del consumidor y las autoridades gubernamentales como es el sector de la alimentación.

En este sentido, Mondelēz International utiliza soluciones de intercambio electrónico de datos con sus clientes, allí donde se encuentran sus intereses

comerciales para lograr unas comunicaciones más ágiles y transparentes que repercutan en un ahorro de costes de gestión administrativa, pero sobre todo que den respuesta a la necesidad de distribuir sus productos de forma rápida para mayor satisfacción de sus consumidores.

En este punto, es donde **un software de gestión logística enfocado al reaprovisionamiento continuo de mercancías como CRP FLOW aparece para dar solución a las necesidades de optimización de los procesos de generación de órdenes de compra por parte de los clientes de Mondelēz International**.

El desafío que conlleva para Mondelēz International la implantación de una herramienta de gestión logística de estas características se focaliza en dos aspectos fundamentales. Por un lado, **la importante y estrecha colaboración que debe mantener con sus socios comerciales** para conseguir una información comercial y logística de calidad que sirva para parametrizar de forma correcta la herramienta CRP. Por otro lado, **realizar un análisis continuo de los datos que la aplicación genera** a partir de los diferentes mensajes que recibe diariamente, ya que se trata de una herramienta de gestión inteligente que evoluciona y se ajusta con la nueva información introducida en la plataforma EDI.

SOLUCIÓN

CRP FLOW: Herramienta de gestión del abastecimiento que repercute en la satisfacción de los consumidores

Con esta herramienta, una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos alimenticios como Mondelēz International, puede influir mediante el uso de la tecnología EDI en la satisfacción de sus clientes, pudiéndoles servir sus productos de forma más eficiente, y salvando problemas que se encuentran en la actualidad en el sector de la alimentación como son la caducidad de los productos perecederos.

De la misma forma, se consiguen solventar importantes problemas de

eficiencia logística, sirviendo la mercancía de forma ágil y flexible en las condiciones de transporte y fechas que son rentables tanto para el proveedor como para el distribuidor. Además, este software logístico de reaprovisionamiento se puede implementar junto a la plataforma EDI que nuestros clientes utilizan para sus transacciones electrónicas comerciales habituales. De esta forma, cuentan con una herramienta completa y transparente para gestionar sus comunicaciones B2B, que incluye un aspecto tan importante para la administración eficiente de una compañía como es la distribución de sus productos.

Cambio de paradigma: El proveedor auto genera las órdenes de compra.

En principio parece un cambio bastante radical en cuanto a la forma de comunicación habitual de las empresas, acostumbradas desde siempre a recibir pedidos de sus clientes distribuidores, por fax, teléfono y cada vez más, por EDI. Estos pedidos son normalmente a petición del distribuidor, pero con la implementación del Software de Reaprovisionamiento continuo, estas órdenes de compra se generan de forma automática como resultado del análisis de las previsiones de venta de los distribuidores. La colaboración entre ambos socios comerciales (Fabricantes y Superficies Distribuidoras) que deben compartir información logística y de venta residente en sus sistemas de gestión internos es fundamental para lograr que los datos obtenidos a través de análisis estadísticos de previsión de venta sean eficaces y ajustados a las necesidades de ambos socios.

Mondelēz International implanta esta solución de Reaprovisionamiento continuo con las grandes superficies de distribución que ofrecen sus productos en el territorio español. Algunas de las empresas con las que gestiona esta herramienta colaborativa son **CONSUM, SABECO, CAPRABO, ALCAMPO y EROSKI** entre otras.

Funcionamiento de la herramienta :: Flujo de mensajes

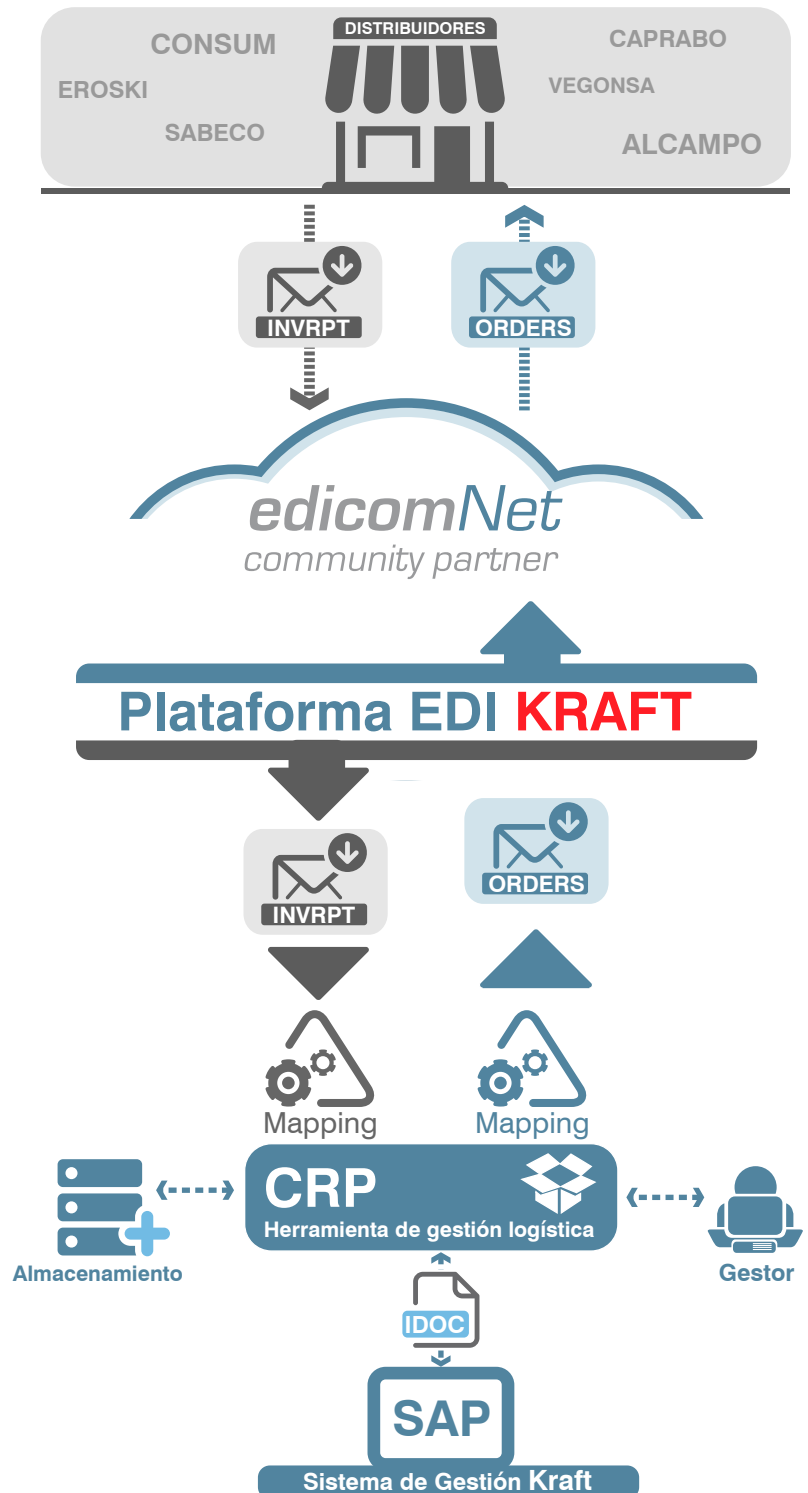
El software realiza un análisis que comparará el inventario actual con un sistema de modelado dinámico (estadístico), basado en previsiones de ventas y como resultado de este análisis, el software construye propuestas de órdenes de pedido, basándose en las reglas específicas para cada cliente definidas por el usuario.

La compañía aprovecha la flexibilidad de la herramienta para parametrizar diferentes reglas según cada uno de los clientes a los que distribuye sus productos.

El sistema permite revisar estas propuestas de pedido tanto por parte de como de sus clientes, y genera de forma automática los Pedidos Definitivos. Estos pedidos se integran en el sistema SAP de la empresa y se envían vía EDI a los clientes.

Los mensajes se envían, reciben y almacenan en la solución EDI de Kraft. La información que se envía y recibe está personalizada a las circunstancias de cada relación comercial. De esta forma, en la plataforma B2B de Mondelēz International podemos distinguir el siguiente flujo de mensajes:

- El distribuidor envía a Mondelēz International un mensaje de inventario (INVRPT) que contiene información sobre las ventas, el stock y las unidades faltantes.
- La solución EDI recibe el mensaje y lo transforma en texto plano para cargarlo en el soft de CRP.
- El Soft CRP almacena los datos y analiza la información de acuerdo a los parámetros establecidos por el usuario de Mondelēz que gestiona la plataforma.
- El software genera automáticamente el pedido de compra de acuerdo a las características del distribuidor.
- La información del pedido se envía vía EDI al distribuidor, y se integra en formato idoc en el sistema de gestión interno SAP.



BENEFICIOS

Eliminación de las roturas de stock

Los modelos CRP permiten dar una respuesta eficiente al consumidor, manteniendo un stock permanente y ajustado a las pautas de consumo en el punto de venta.

Menores inventarios de producto

Stocks de producto ajustados a la demanda, se traducen en un menor inventario de mercancías, lo que se traduce en mejoras operativas especialmente evidentes en el caso de Kraft que trabaja con productos perecederos.

Optimización de los recursos de la compañía

Por la dedicación de menos espacios en almacenes y la optimización del transporte.

Reducción de costes

Todas las mejoras detalladas derivan en una importante reducción de los costes directos, sobre todo los relacionados con el transporte.

Incremento de las ventas

La desaparición de las roturas de stock se traduce en pautas de consumo regulares y estables, que mejoran el servicio prestado al cliente y subidas en el número de unidades de producto vendidas en el punto de distribución.

Mejora de los ratios financieros

Por el mantenimiento de inventarios reducidos, el incremento de las ventas, la optimización de las operaciones, o la previsión de demanda a lo largo del tiempo. Todo esto se traduce en incrementos del beneficio de contribución, o previsiones ajustadas de tesorería a lo largo del tiempo que permiten una mejor gestión financiera de cliente y proveedor.

Integración con SAP

Las órdenes de compra generadas automáticamente por el software CRP, se integran directamente con el sistema de gestión interna en formato idoc.

CONTACTO

www.edicomgroup.com



Edicom es un referente internacional en el desarrollo de plataformas tecnológicas para soluciones de e-commerce B2B como el EDI (Electronic Data Interchange) o la Factura Electrónica.

Entre los miles de clientes de Edicom están algunas de las principales compañías en sus respectivos sectores. Empresas que utilizan sus soluciones y servicios diariamente en todo el mundo, generando más de 100 millones de transacciones comerciales al año perfectamente adaptadas a los requerimientos y particularidades técnicas y legales de los diferentes mercados en los que operan sus clientes.

ESPAÑA

Parque Tecnológico
Ronda de Auguste y
Louis Lumiere, 12
46980 Paterna (Valencia)
marketing@edicomgroup.com
Tel. 902 119 228
Tel. +34 961 366 565

FRANCIA - PARIS

23-25 Rue de Berri
75008 Paris
edicomfr@edicomgroup.com
Tel. +33 (0) 820 360 330
Fax. +33 (1) 53 76 26 87

ITALIA

Centro Direzionale Milanofiori
Viale Milanofiori
Strada 1 Palazzo F1
20090 Assago. Milano
marketing@edicomgroup.com
Tel. +39 02 0064 0402

TELÉFONOS LOCALES **

U.K. | +44 871 227 0028
NEDERLAND | 0900 777 0020
GERMANY | +49 1801 000 111
PORTUGAL | +351 707 786 678
Solo llamando desde el país indicado

USA

152 Madison Avenue Suite 1900
New York NY 10016
marketing_us@edicomgroup.com
Tel. +1 212 889 1909

MÉXICO

Torre del Ángel
Paseo de la Reforma No 350 Piso 16-B
Colonia Juárez
06500 Cuauhtémoc | México D.F.
ventas@edicomgroup.com
Tel. +52 (55) 52 12 15 66

BRASIL - SÃO PAULO

Rua Frei Caneca 1380 - 8º andar
CEP. 01307-002 São Paulo
info_brazil@edicomgroup.com
T. +55 (11) 3154-5100
F. +55 (11) 3154-5102

ARGENTINA

Lola Mora 421 - Oficina 801
CP 1107 Puerto Madero Este
Buenos Aires
info_argentina@edicomgroup.com
Tel. +54 11 5245-8410