

# **Creatividad, Productividad y Marco Jurídico en las Operaciones Logísticas**

Universidad Católica Argentina (UCA)  
Salón Juan Pablo II, Puerto Madero  
27 de Abril 2011



# Programa del 3er Encuentro de Intercambio Profesional



8:30hs - Acreditación y Desayuno

9:00hs - Apertura del Encuentro a cargo de las autoridades

## MODULO I - Los fantasmas generadores de Improductividad en Logística



Se está realizando una investigación sobre algunos indicadores cuya medición no ha sido corriente, para determinar cuánto inciden los mismos en la productividad de las operaciones logísticas y el transporte. Los resultados serán presentados durante el encuentro.

A cargo de: **Carlos Musante** / [Ver CV](#)

## MODULO II - Marco Jurídico de las Operaciones Logísticas

Está en preparación una publicación sobre el tema. Está siendo elaborada por un equipo de profesionales del derecho y la logística con el fin de introducir al mercado en una problemática jurídica referida a las operaciones logísticas. Se abordarán temas tales como los Aspectos Laborales, Sindicales, Contractuales, de Seguros y otros relacionados que hagan a la sustentabilidad jurídica de las organizaciones y de las alianzas estratégicas.

[Ver CV de estos profesionales](#)



**Dr. Lucio  
Zemborain**



**Dra. Cecilia  
Tristezza**



**Dr. Pablo Zan  
Bisignani**



**Dr. Ezequiel  
Condoluci  
Santa Maria**



**Dr. Jorge López  
Moreno**

## MODULO III - Excedentes Alimentarios: el reto Logístico de un nuevo negocio



CEDOL siempre a la búsqueda sobre las nuevas tipologías de servicio y operaciones que se brindan en el mundo, ha invitado a un importante empresario del exterior para que nos cuente su experiencia exitosa. Podremos comprender cómo una empresa comercial y operativa maneja los excedentes de la cadena alimentaria en el continente europeo.

A cargo de: **Javier Arbex**, *Director General de byeFood - España* / [Ver CV](#)

## 13:15 horas - CIERRE DEL ENCUENTRO Y CONCLUSIONES

Se darán las conclusiones del presente encuentro y se comentará los avances en una iniciativa referida al: "PROYECTO DE PROMOCIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIA EN TODA LA CADENA LOGÍSTICA"

# “LOS ¿FANTASMAS? GENERADORES DE IMPRODUCTIVIDAD EN LOGISTICA”

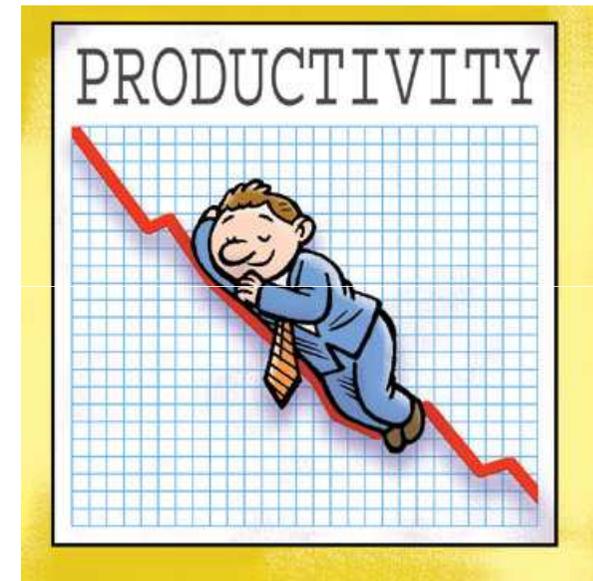
¿ Habrá Costos Ocultos Involucrados ?



Estudio preliminar a los fines de la determinación de *algunos* de los denominados costos ocultos de las operaciones logísticas



*Te voy a enviar a un seminario para aprender a ser más productivo y trabajar más.*



**Ahora en serio . . .**

***La Productividad no es todo, pero en el largo plazo es casi todo.***

**Paul Krugman**

---

...existe una relación directa entre Productividad, Competitividad y Sustentabilidad...

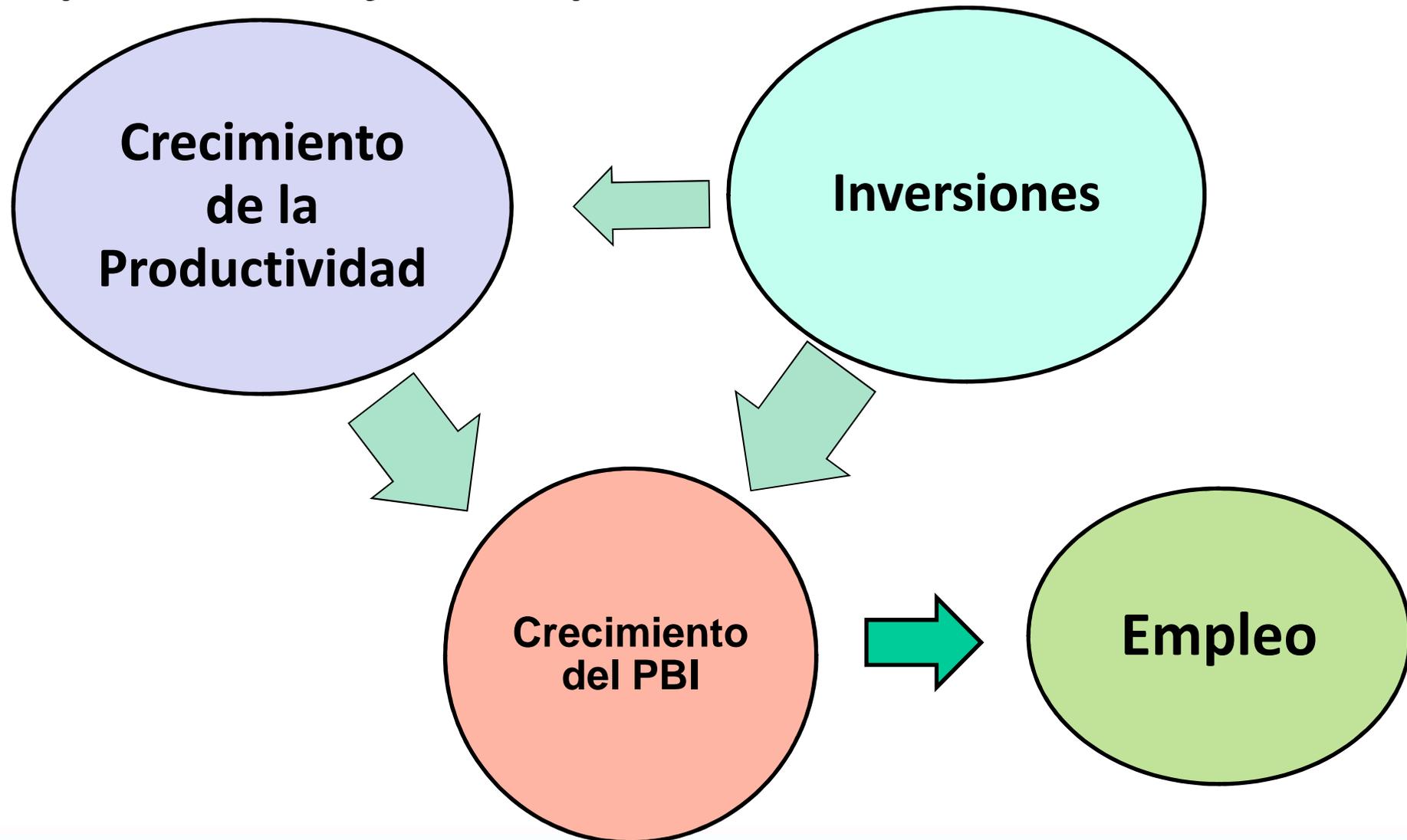
La **productividad** es la relación entre los recursos invertidos en producir algo o en prestar un servicio y la producción obtenida.

El crecimiento de la productividad, implica una tendencia sostenida a la reducción de los costos por unidad producida, lo que significa una mejora de la **competitividad**.

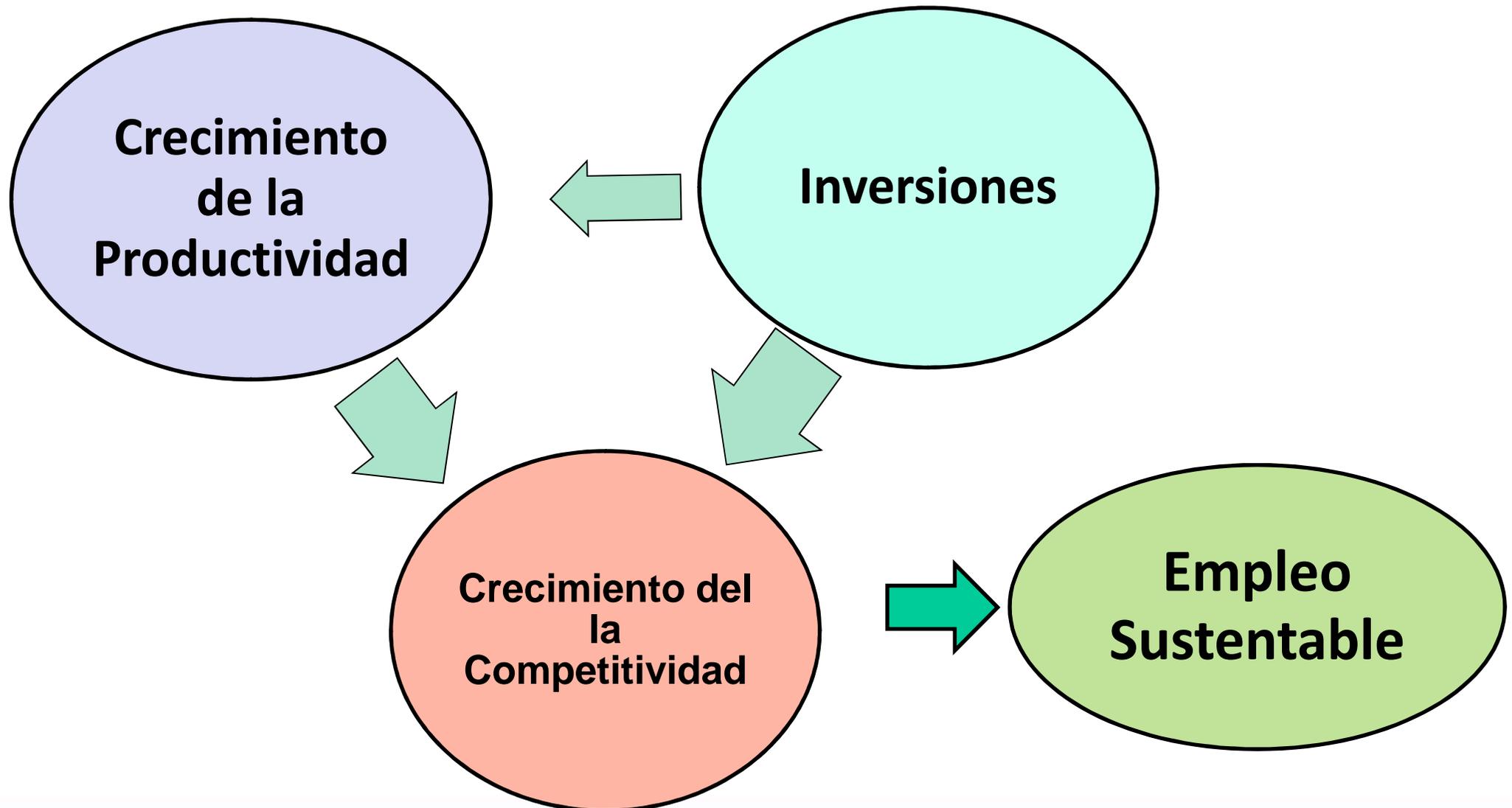
**No nos olvidemos que ...**

---

***... la productividad de un país esta directamente ligada a su capacidad de proporcionar nuevos empleos y lo que es mas importante, mejores empleos***



**...y la productividad de una empresa esta directamente ligada a su capacidad de proporcionar empleos sustentables, de mejor calidad y mejor retribución**



## Los Servicios: Un Sector Clave

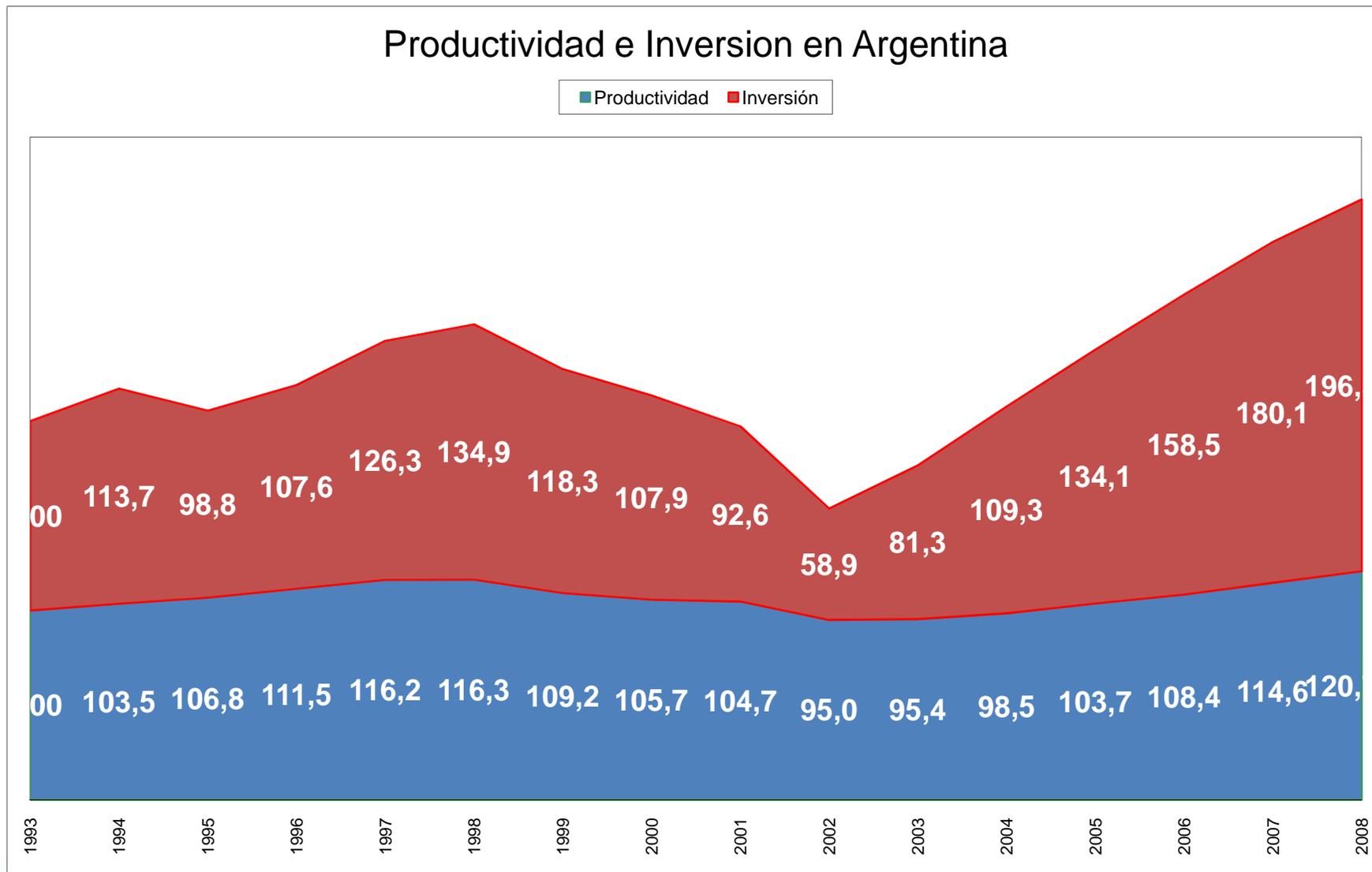
Si se ha de mejorar el nivel de la vida de todos los habitantes, es imperativo elevar la productividad de los servicios: la mayoría de los trabajadores esta empleada en este sector, y la competitividad de los sectores primarios e industrial depende de la disponibilidad de buenos medios de transporte y comunicaciones, sistemas eficientes de almacenamiento y distribución, y muchos otros servicios relacionados con la logística.

---

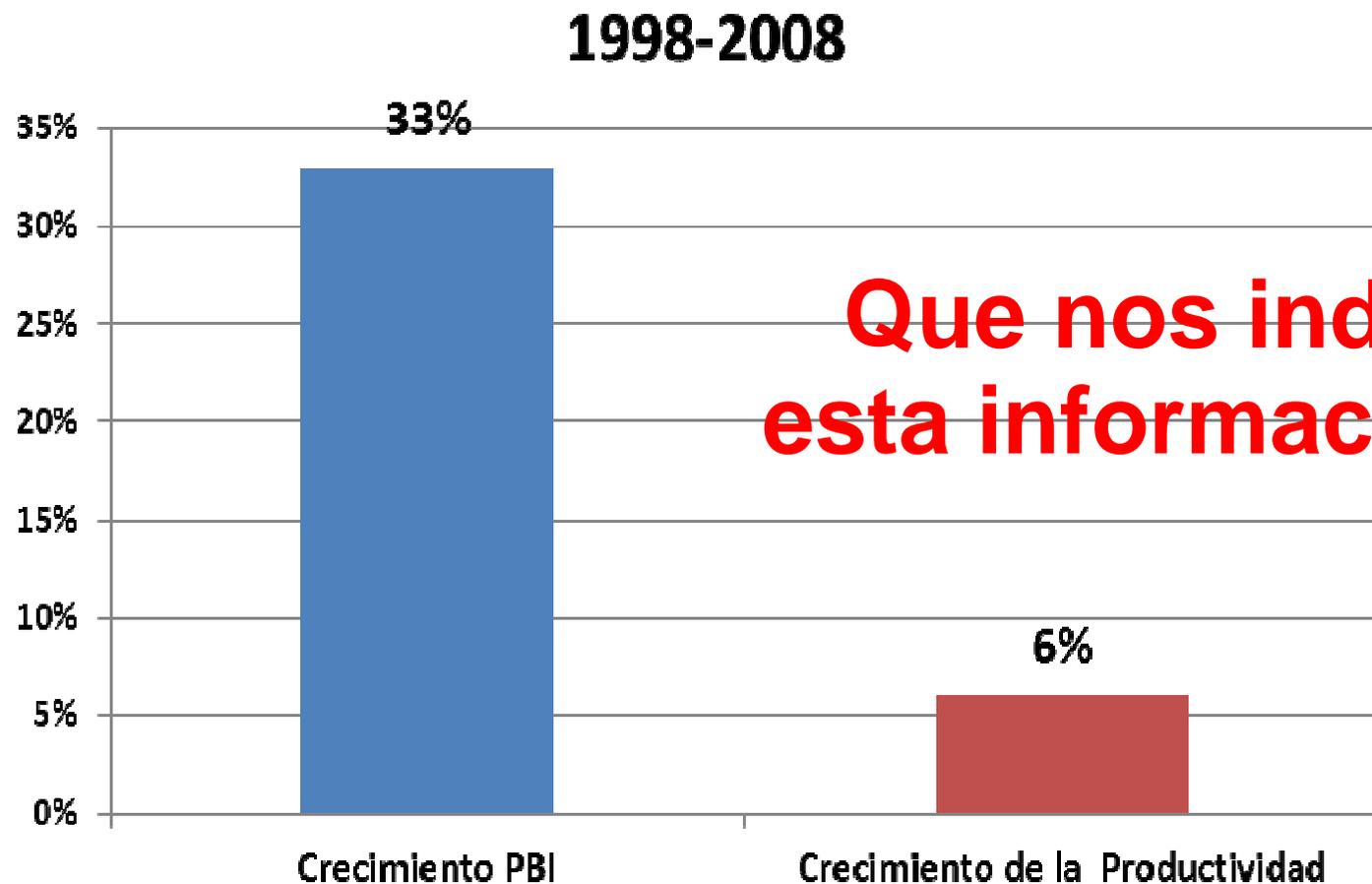
## ¿Cómo estamos en nuestro país con la Productividad en general al 2008?



...el crecimiento de la Inversión no se corresponde con el crecimiento de la productividad...



.. ni tampoco el crecimiento comparado de PBI vs. Productividad...



**Que nos indica  
esta información ?**

**...que debe hacer un país para mejorar su Productividad ?...**

- 1. Un esfuerzo notable y sostenido en **educación técnica y conocimiento duro.****
  - 2. La mejora de la **formación y capacitación laboral**, particularmente formación en la empresa, y formación gerencial**
  - 3. Incentivos a la **incorporación de innovaciones****
  - 4. Políticas para el **desarrollo de Infraestructura ( esto es vital para nuestra actividad)****
  - 5. **Seguridad jurídica y condiciones que permitan una inversión mas fluida y constante para hacer frente a los procesos de crecimiento de la economía****
-

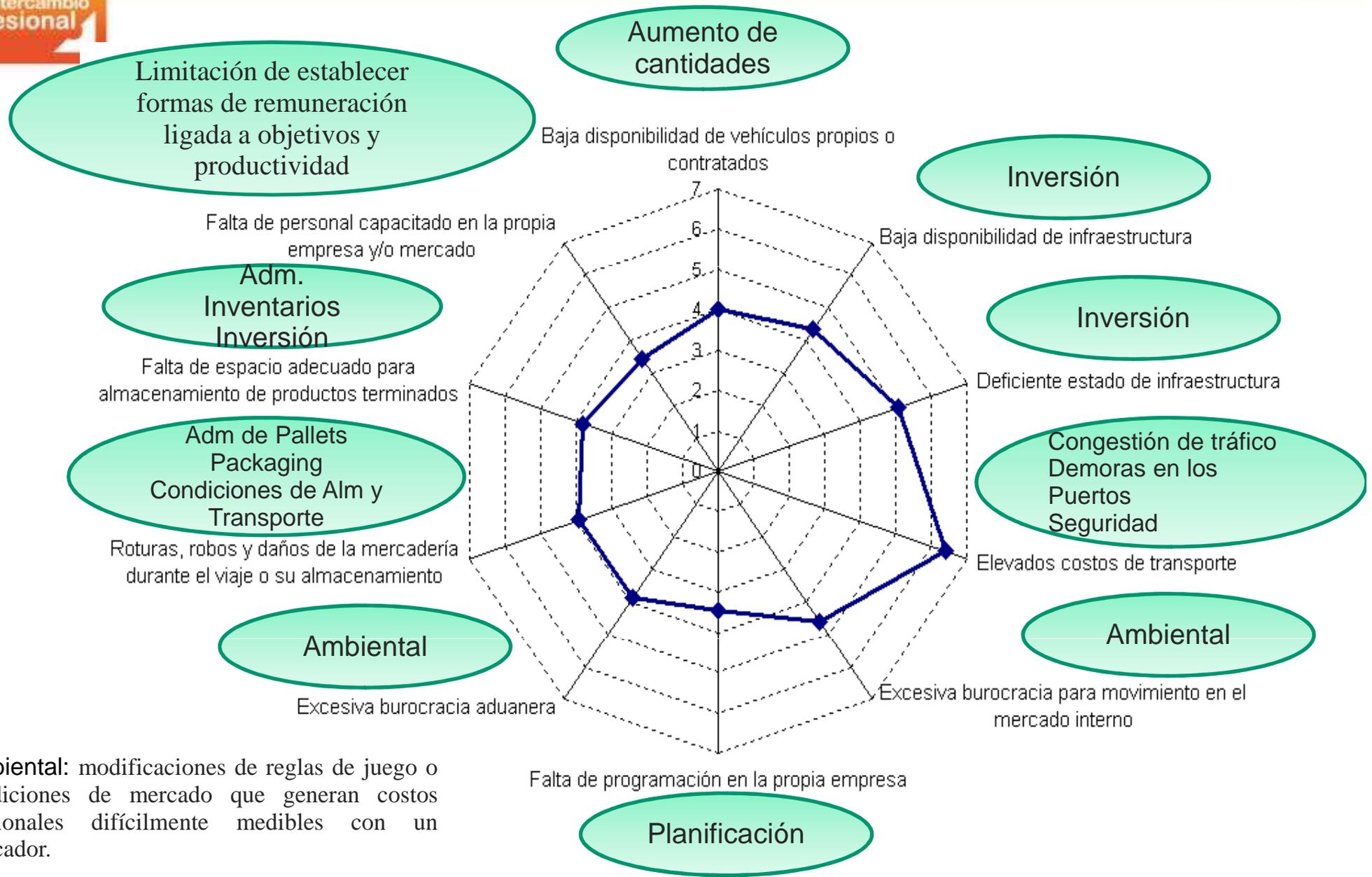
BENEFICIOS QUE PUEDEN OBTENERSE MEDIANTE UNA MEJOR GESTION CON MAYOR PRODUCTIVIDAD

AREA DE BENEFICIO	BENEFICIOS TIPICOS
Tiempo del ciclo de orden	Reducción entre el 10% y el 60%
Cumplimiento en las entregas	Mejoras del 25% al 50%
Cumplimiento de órdenes	Mejoras del 50% al 90%
Reducción de inventarios	Reducción de hasta el 75%
Mejor uso de los activos	Mejoras de un 10% a un 50%
Reducción del tiempo del ciclo de planificación	Reducción de hasta el 95%

IMPACTO SOBRE LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA

	Estado de Resultados		Balance
	INGRESOS	EGRESOS	ACTIVOS
↑ Servicio al cliente	↑		
↓ Costos		↓	
↓ Inversiones			↓
↑ Satisfacción de los empleados	↑	↓	
↑ Relación con los proveedores		↓	↓
↓ Tiempo del ciclo	↑	↓	↓

# Actividades logísticas: Desafíos para la Productividad



**Ambiental:** modificaciones de reglas de juego o condiciones de mercado que generan costos adicionales difícilmente medibles con un indicador.

Infraestructura y logística: La situación de las PyME industriales en Argentina. Desafíos para la competitividad. Fundación Observatorio Pymes 2009

## “GENERADORES DE IMPRODUCTIVIDAD EN LOGISTICA”

### SOLO HEMOS TOMADO ALGUNOS DE LOS MENCIONADOS DESAFIOS ?

Mirando el contexto actual (incremento de demanda de servicio) de las operaciones logísticas, se pudo visualizar que han existido y aun perduran una serie de hechos que no eran medidos en profundidad y que estaban generando una baja en la productividad de los recursos utilizados para las Operaciones y por ende también afectando sus costos unitarios.

**Relación de estas improductividades  
con el Índice de Costos de CEDOL y otros  
del mercado.**

---

## “GENERADORES DE IMPRODUCTIVIDAD EN LOGISTICA”

Para el análisis se tomaron **14 empresas** de distintos tamaños y especialidades dentro de la operación.

Las mismas son aproximadamente el 54% de la facturación del sector representado en CEDOL y arrojaron a valores del 2010 una facturación sin IVA aproximada de 2.600 millones de pesos y tenían en nomina a 11.086 y aproximadamente 1.300.000 metros cuadrados de operaciones.

---

**El tiempo del análisis fue de unos cuatro meses ya que muchos de los indicadores no eran evaluados en forma estándar y otros los eran pero con diferente ecuación y por ello se debió llevar todo a los mismos formatos de respuesta posible de medición. ( no necesariamente a la mejor forma )**



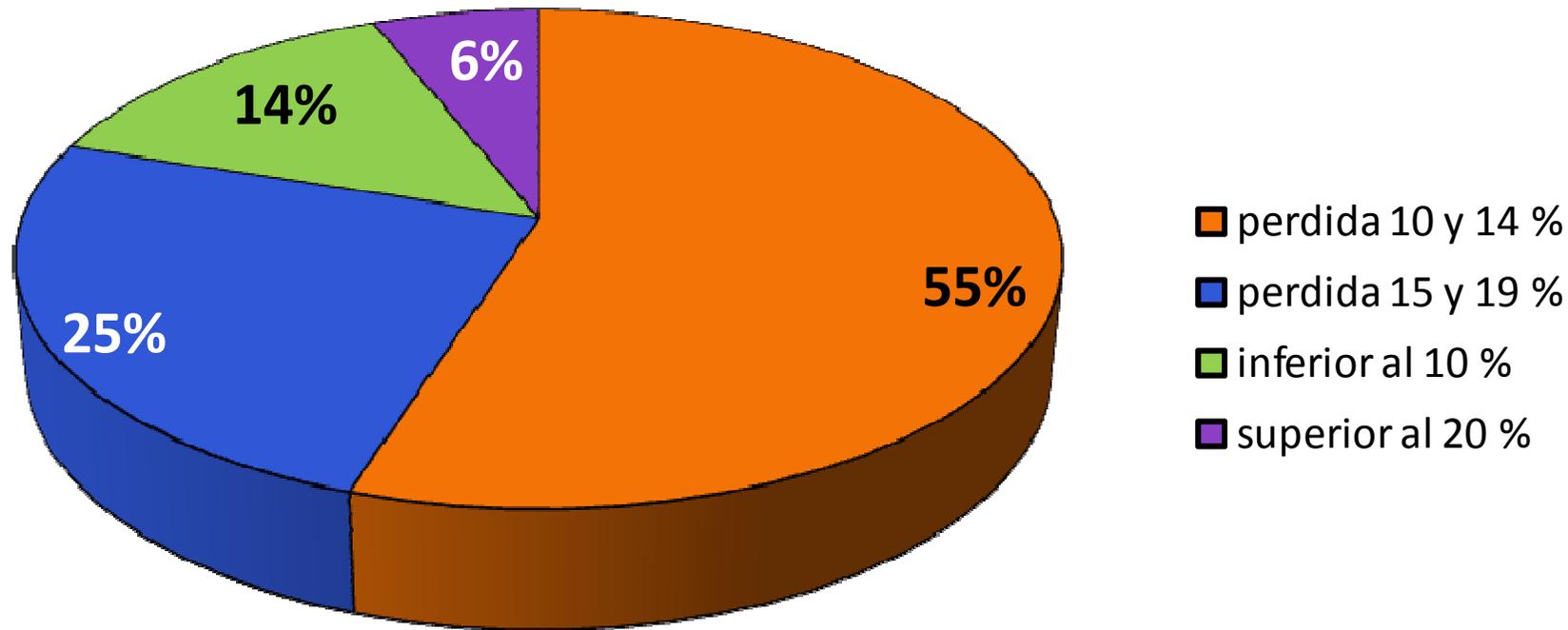
## TEMAS SELECCIONADOS

### 1) Indicador de **Perdida de Productividad** en el Transporte de Distribución:

La idea buscada era conocer como se ha alterado la productividad de un vehículo de distribución durante los últimos 3 años (sep.. 2007- sep.. 2010)tomando en cuenta ruteos similares y **medido en cantidad de domicilios atendidos** vs. el mayor transito, cortes de calles, existencia de piquetes, cantidad de accidentes y temas relacionados al transito vehicular en los ingresos y dentro de la Ciudad de Bs. As.



# Perdida de la Productividad en el Transporte de Distribucion



**80 % tiene una perdida de Productividad superior al 10 %**  
**6 % tiene una perdida de Productividad superior al 20 %**

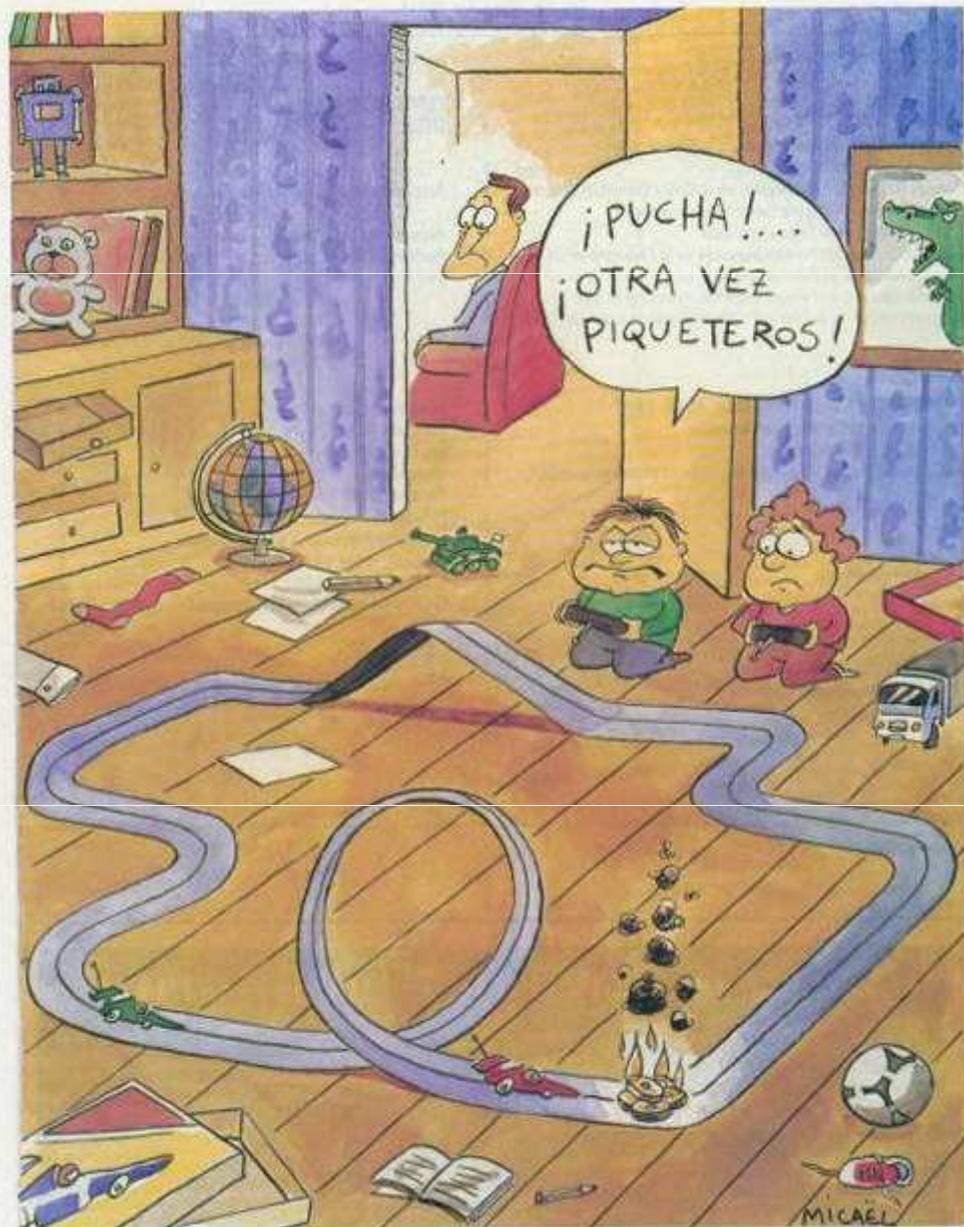
**NOTA: El incremento de sus costos fue en realidad superior pues se observaron circuitos y ruteos que antes no tenían ayudante de reparto y ahora si, y además se observaron vehículos que daban dos o mas vueltas y ahora solo pueden dar una, también se verifico el tema de mayor frecuencia de entregas de menor tamaño**

## TEMAS ANALIZADOS

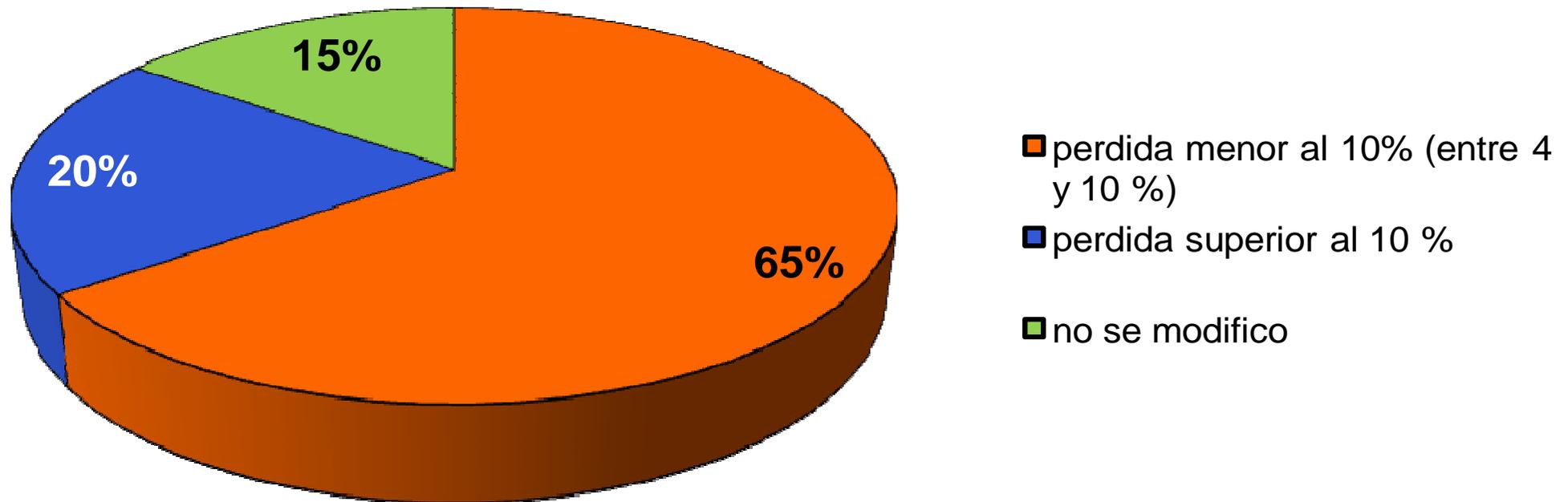
### 2) Indicador de **Perdida de Productividad** en los vehículos de larga distancia:

La idea buscada era conocer como se han alterado los tiempos de transito durante los últimos 3 años (sep. 2007 –sep. 2010) **medido en horas de transito en rutas nacionales** por situaciones de cortes de ruta, estado de las mismas, accidentes, piquetes y nuevas normativas referidas a las velocidades máximas (controles en peajes) y las restricciones en rutas por los fines de semana largos y los periodos estivales.

---



## Perdida de Productividad en vehiculos de Larga Distancia



**Analizando mas en profundidad esta medición se pueden agregar algunos desvíos que no fueron tomados en cuenta pero que influyen en los costos.**

- A. Debido al cruce de la ciudad se originan mayores perdidas de tiempo generando mayores costos. (por ejemplo cruzar la ciudad de Bs As de Norte a Sur o de Sur a Norte demora en promedio una hora adicional)
  - B. Con respecto a la existencia de piquetes resulto difícil determinar su impacto ya que en general las empresas han tomado medidas contingentes para evitar el mismo que implicaron aumentos de kilómetros y de tiempos no cuantificados en este estudio (señal que .....
  - C. Es de destacar el impacto adicional económico que han tenido las operativos durante los fines de semana de veda al transporte o en los tiempos de vacaciones.
-

## TEMAS ANALIZADOS

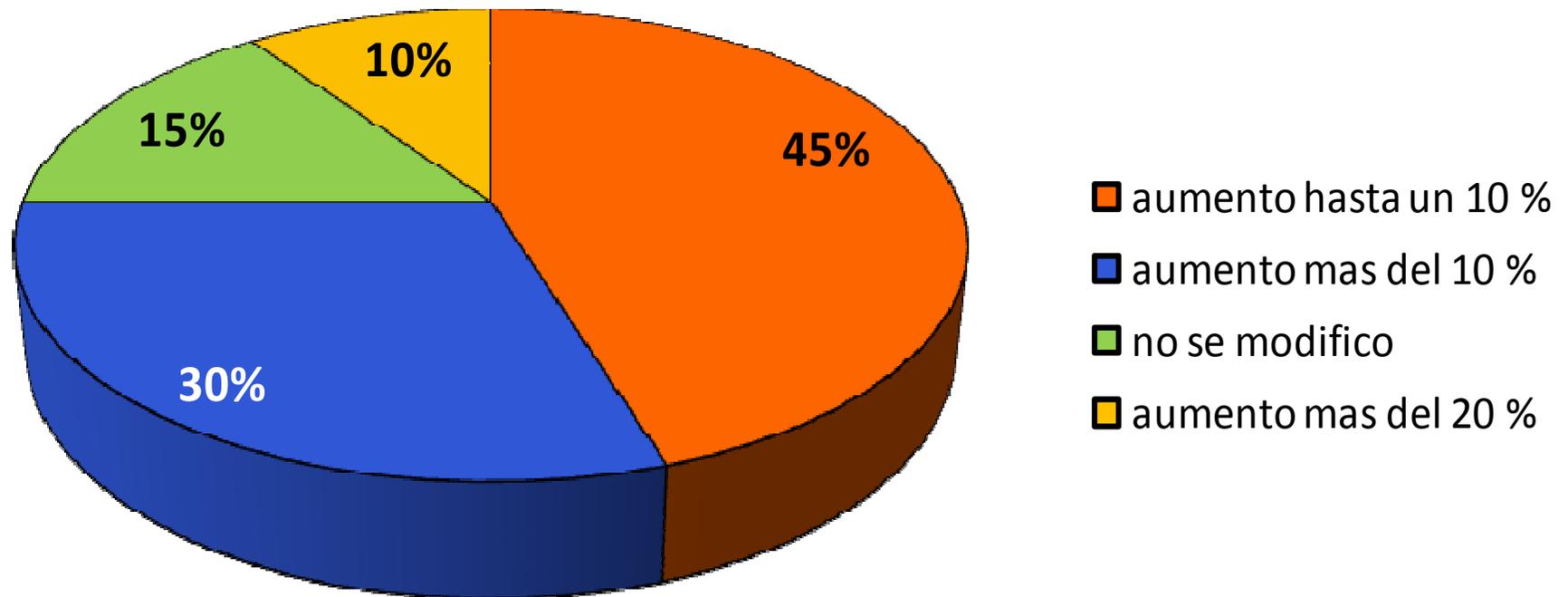
### 3) Indicador de Perdida de Productividad por incrementos de SKUs en el mismo volumen de venta:

La idea buscada era conocer como esta impactando la tendencia en el mundo a una mayor cantidad de skus para los mismos volúmenes, se considero que este es un fenómeno de marketing que esta pegando en la productividad de los procesos de picking y por ello valía la pena intentar tener un indicador sobre esa evolución. En general se evaluó para productos de consumos masivo e industria farmacéutica. **La medición se efectuó en bultos de picking por hora hombre para el mismo cliente (sep. 2007 – sep. 2010)**

---



## Perdida de Productividad por Incremento de SKUs en el mismo volumen de Venta



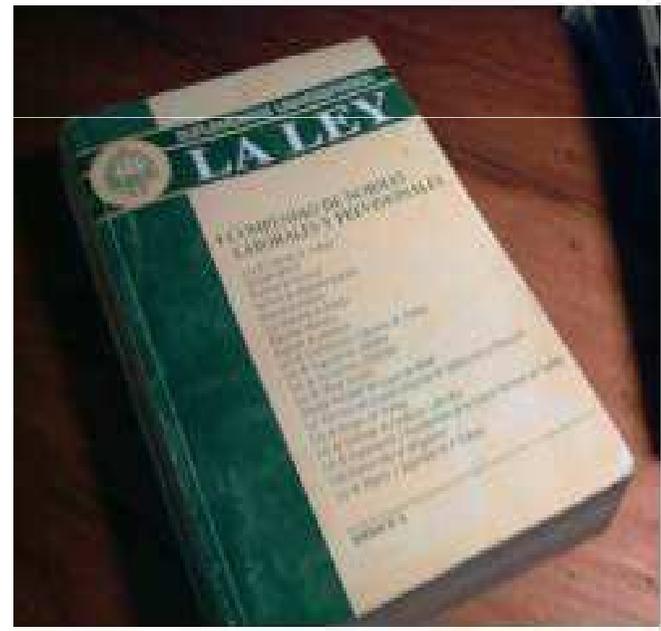
**LA MAYOR CANTIDAD DE SKUS NO FUE SOLO POR TEMAS DE MARKETING SINO POR LA NECESIDAD DE IR CREANDO NUEVOS PRODUCTOS QUE EQUILIBREN LOS RESULTADOS DE LOS PRODUCTOS CON PRECIOS CONTROLADOS**

## TEMAS ANALIZADOS

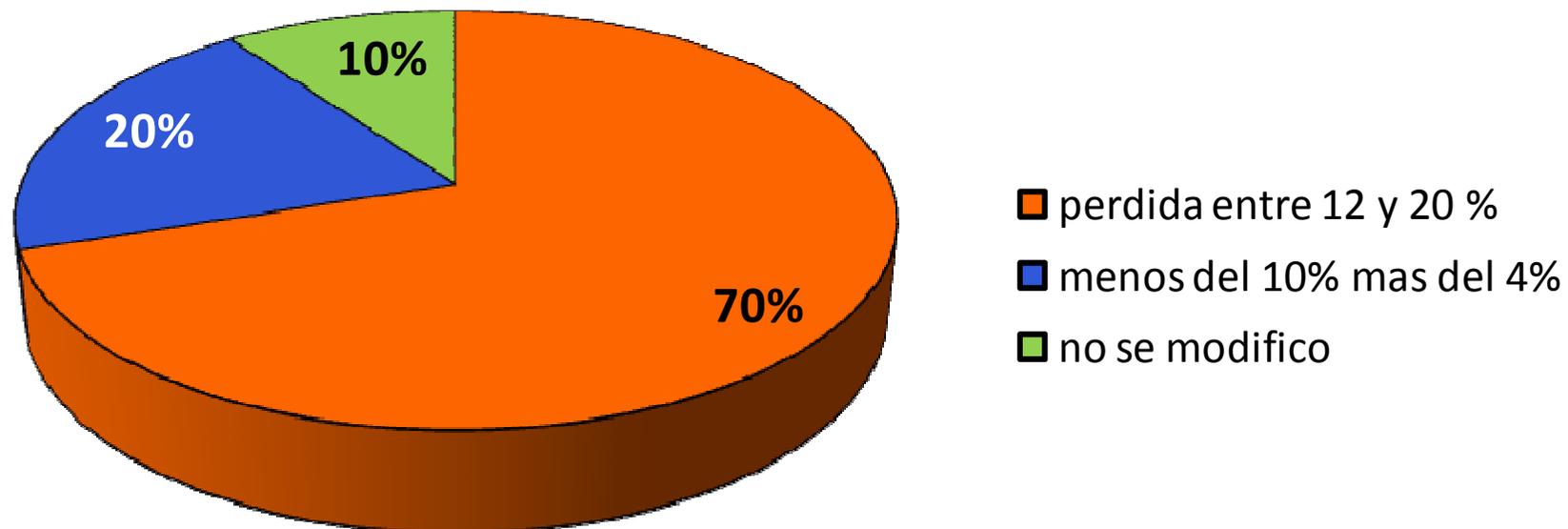
### 4) Indicador de Perdida de Productividad por modificaciones en las normas laborales y sindicales:

La idea buscada era conocer como esta impactando en las operaciones logísticas el avance de los cambios en los contextos laborales y los esquemas sindicales que se vienen registrando y cual ha sido **la perdida de productividad medida en horas hombre de trabajo. (sep. 2007 – sep. 2010)**

---



## Perdida de Productividad por Modificaciones en las Normas Laborales y temas sindicales



## TEMAS ANALIZADOS

- 5) Indicador de aumento de costos de seguridad en general y por incremento en el delito de piratería del asfalto en particular.

La idea de este indicador fue tratar de analizar el incremento de costos registrado en los últimos años por el tema de piratería del asfalto, la idea era llegar a determinar en promedio cuanto erogan porcentualmente hoy las empresas de operaciones logísticas en esta materia de seguridad como un porcentaje sobre las ventas brutas y también analizar el incremento sufrido en los últimos 3 años (sep. 2007 – sep. 2010). **Esta medición se muestra como costos económicos**

---



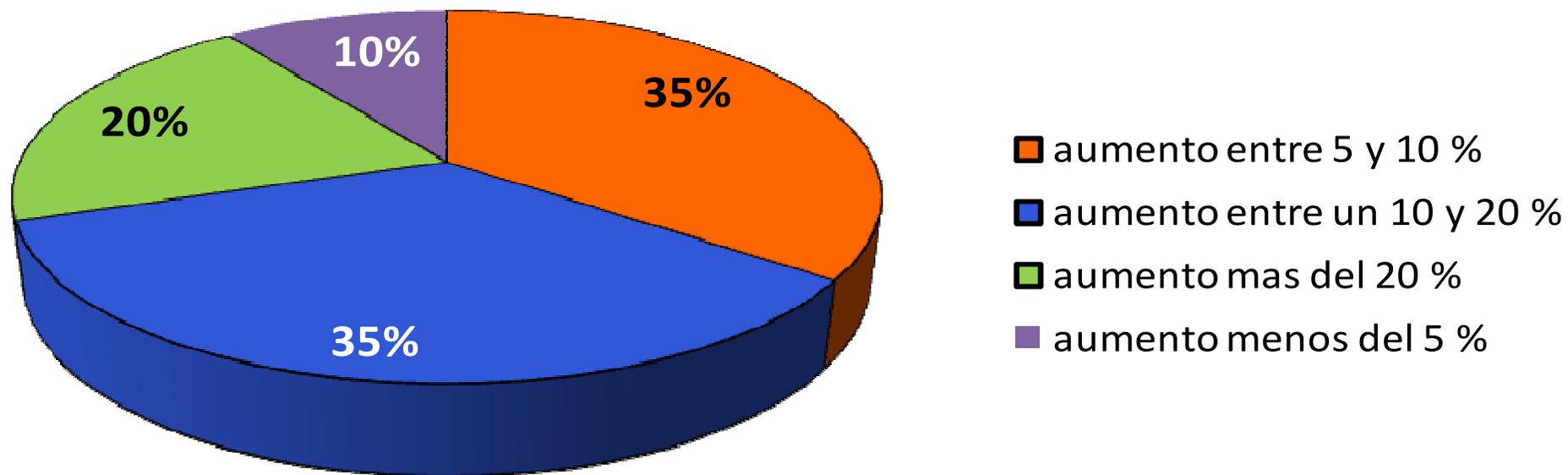
**Los robos a camiones no paran: hay casi 4 por día**

30/08/10

**El 89% de los casos se da en Capital y Provincia.** Los investigadores dicen que algunas bandas cuentan con más logística que la Policía. La Procuración bonaerense ya abrió dos fiscalías específicas para combatir este delito. Los empresarios piden dos más.

Por Liliana Caruso CLARIN

## Evolucion del Incremento de Costos se Seguridad



*Porcentaje de costos del rubro seguridad sobre su facturación:*

**4,7%**

**\$ 122.000.000**

*Se observo una dispersión de entre un 2 % y un 7 %*

**70 % es a causa del delito de piratería del asfalto**

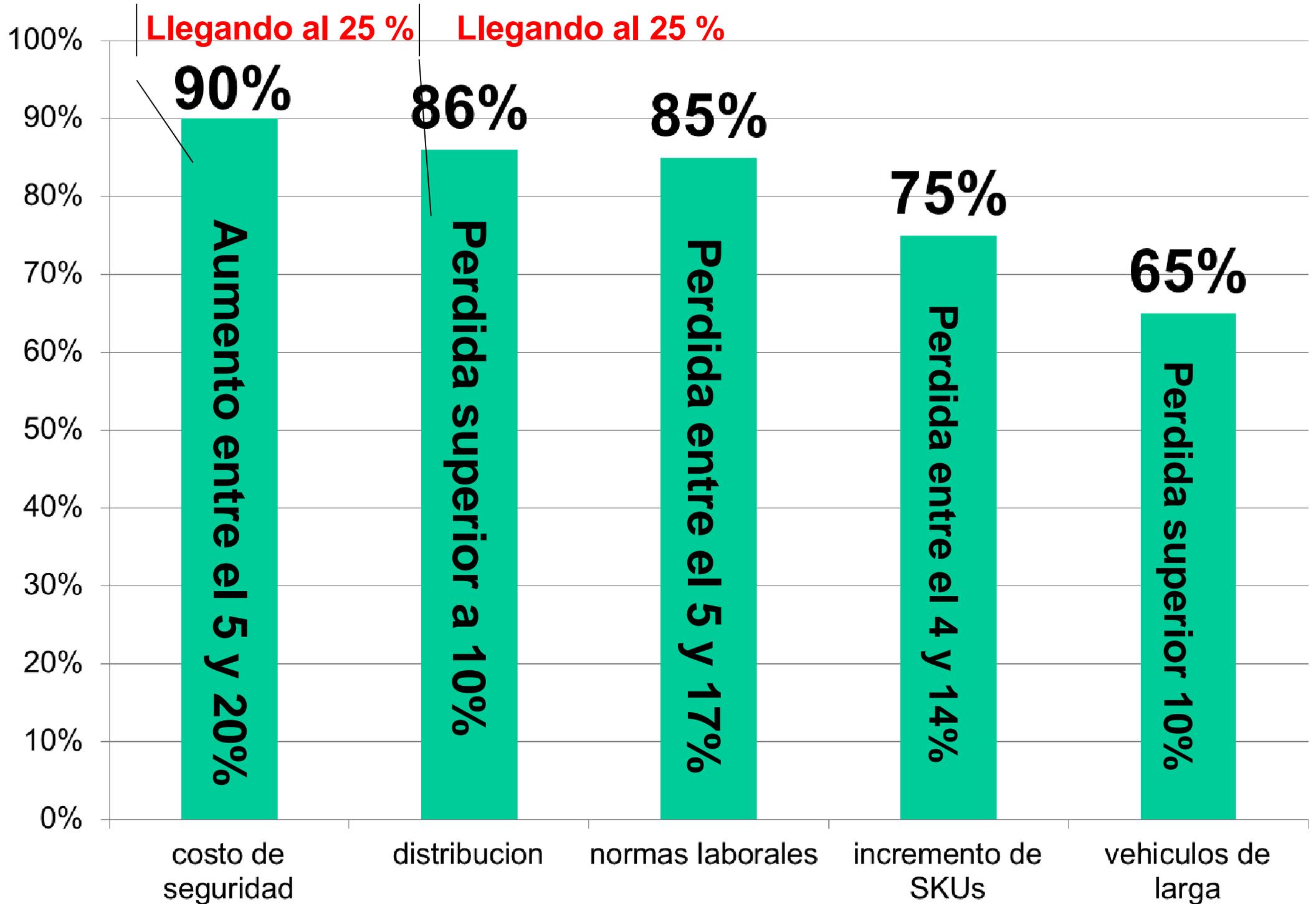
**Es decir que en promedio estas empresas gastan  
\$ 86.000.000 por año**

Se ha podido observar un crecimiento de este porcentaje por motivos de las sentencias judiciales que han puesto en la cabeza del operador Logístico el “Deber de Seguridad”

**¿ NO ES TIEMPO DE HACER ALGO ?**

---

# RESUMEN: Desmejoras en la productividad de los Recurso



## QUE PODEMOS HACER?

- Comenzar a **MEDIR** de manera SISTEMATICA
- **TRABAJO EN CONJUNTO**: entre los dadores de carga y los prestadores del servicio, de manera tal de poder hallar las mejores soluciones para estos tiempos de cambio (horarios- eliminar skus que no agreguen valor, mejoras en la planificación, incorporación de nuevas tecnologías, etc.)
- **TRABAJO EN CONJUNTO CON OTRAS ENTIDADES Y EL ESTADO** para eliminar el tema de la creciente inseguridad y el delito de piratería

**-Y sobre todo**



# **“GENERADORES DE IMPRODUCTIVIDAD EN LOGISTICA”**

**¿ PORQUE DEBEMOS COMENZAR A TRATAR DE MEDIR ESTAS IMPRODUCTIVIDADES ?**

---

Continuaremos viviendo tiempos de cambio, creciendo en nuestro Producto Bruto a Preparar, Transportar y Distribuir y además existen ya informaciones posteriores a septiembre del 2010 (base del análisis) que nos indican que la situación en algunas de las mediciones del contexto se continua desmejorando y esto generara un incremento de costos unitarios al mismo tiempo que la demanda se acrecienta

Hay elementos que no los podremos evitar, donde ya hay un tema de estructura e infraestructura o un déficit de inversiones, debemos prepararnos para que no se produzcan mayor cantidad de cuellos de botella en el crecimiento esperado y colaborar con las soluciones

---

**.....los temas de falta de infraestructura y conflictividad social y laboral continúan y se van agravando con el transcurrir del tiempo provocando mayores congestionamiento, mas cantidad de accidentes, mas cortes de rutas o de calles tomadas, todos hechos que nos muestran que vamos hacia una agudización de los cuellos de botella y de los costos para poder continuar con las funciones de transporte y abastecimiento .....**

**Veamos recientes fotos, son todas de marzo y abril del 2011 luego del cierre del análisis ya mencionado**

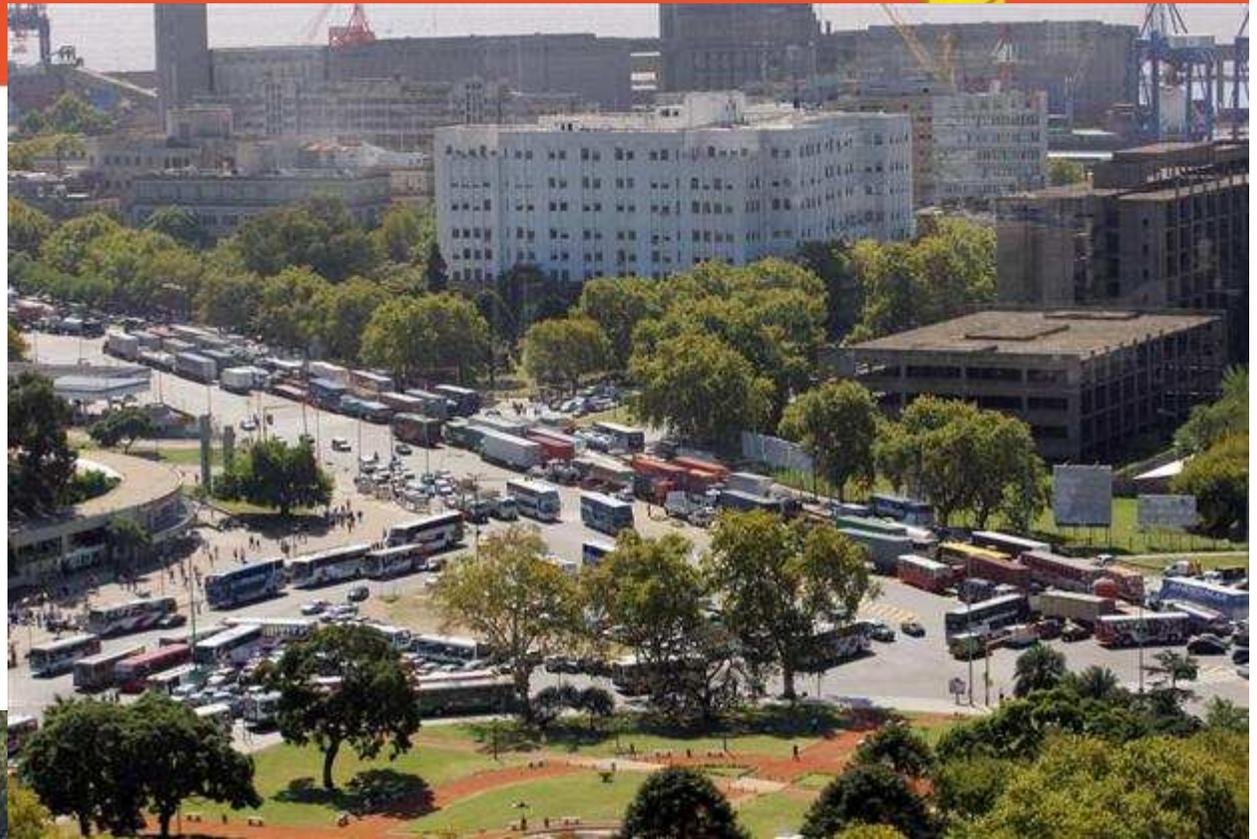
---











# **“GENERADORES DE IMPRODUCTIVIDAD EN LOGISTICA”**

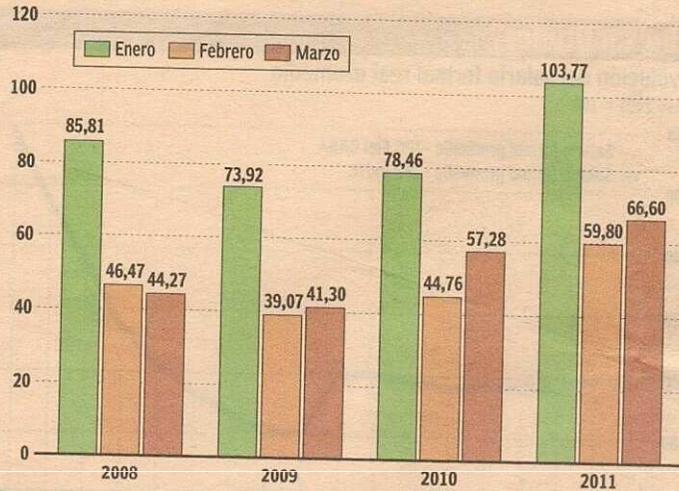
**SI NO HACEMOS NADA, (y casi nada se puede hacer dentro de un espacio de tiempo corto pues tampoco aparece la decisión política) ESTO RECIEN COMIENZA:**

**Veamos por ejemplo solo el caso de la distribución física?**

EL CRONISTA  
**NEGOCIOS**

**Sin freno**

Evolución de los patentamientos de autos  
En miles de unidades



Fuente: Adefa



El Cronista

EL 60% DE LOS PATENTAMIENTOS FUERON AUTOMÓVILES CHICOS Y MEDIANOS

**Récord histórico: se patentaron más de 230.000 autos 0 km en tres meses**

**Y ADEMAS TENEMOS YA LOS RESULTADOS DE LA  
INVESTIGACION QUE ESTA REALIZANDO LA  
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA NACIONAL (UTN) SOBRE:**

# **TASA DE MOTORIZACION**

**QUE ES LO QUE NOS MUESTRA ESTE TRABAJO? EN  
COMPARACION CON 32 ECONOMIAS realizado por el  
Ing. Andrés Gardner del C3T**

**ARGENTINA TENIA AL 2009 UNA RELACION DE  
VEHICULOS DE 128 CADA 1000 HABITANTES Y DONDE  
DEBERIAMOS ESTAR POR EL PBI ARGENTINO?**

---



**O .....PASAMOS AL TEMA DEL MARCO  
JURIDICO?**

---

Mullus  
crucius

# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”



## “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

### AUTORES DE LA PRESENTE PUBLICACION

- Dra. Cecilia Tristezza ( DHL Exel Supply Chain )
- Dr. Jorge López Moreno ( Provinter Logística )
- Dr. Lucio Zemborain ( Por Fadeeac y Cedol )
- Dr. Pablo Zan Bisignani ( Andreani Logística )
- Dr. Ezequiel Tomas Condoluci ( Exologistica )
- Dr. Carlos Musante ( Cedol )

También nuestro agradecimiento a la Asociación Argentina de Logística Empresaria por habernos acompañado y analizado el tema en forma conjunta con Cedol

---

## “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

### OBJETIVOS E INTRODUCCION AL TEMA Y ELEMENTOS JURIDICOS QUE NO PUEDEN FALTAR EN EL TRATAMIENTO LOGISTICO (capítulos 1 y 7 )

- El mismo fue a consecuencia que se ha podido visualizar dentro del tema de operaciones logísticas, cada vez mas una participación significativa de los conceptos jurídicos
- El otro objetivo fue tratar de colocar en un solo volumen la hoy dispersa legislación existente en la mayor parte de los cuerpos jurídicos
- Con la seguridad que quienes sigan sus lineamiento estarán cumpliendo con las acciones mas adecuadas en términos jurídicos que logren sustentabilidad en el tiempo y eviten la mayor parte de las contingencias que se pueden presentar dentro del campo

COMO SE TRABAJO EL TEMA Y COMO SE COORDINO EL MISMO

---

# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 2: “LA RELACION DE LA FUNCION LOGISTICA CON LOS DISTINTOS CUERPOS JURIDICOS Y CONTINGENCIAS”

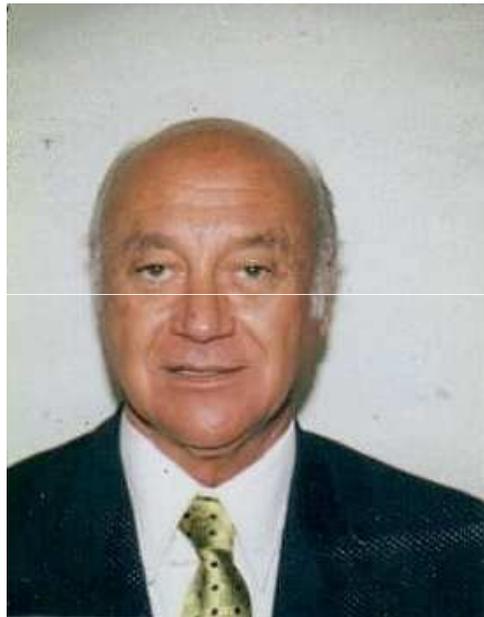
**EXPONE: DR PABLO ZAN BISIGNANI**



# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 3: “LOS ASPECTOS JURIDICOS Y PRACTICOS DE LA CONTRATACION DE TRANSPORTE”

**EXPONE: DR JORGE LOPEZ MORENO**



# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 4: “ TEMAS DE RESPONSABILIDAD Y SEGUROS EN LA ACTIVIDAD LOGISTICA”

**EXPONE: DRA CECILIA TRISTEZZA**



## Temas de Responsabilidad y Seguros en la Actividad Logística

- Los **temas de responsabilidad** son los que más fricción pueden causar en las negociaciones  Debemos ser lo mas claros posibles desde el inicio, en lo que se refiere a: *límites de responsabilidad, daños indirectos, indemnidad y seguros*.
  - La responsabilidad implica ciertas obligaciones que deben cumplirse; y toda obligación tiene un costo asociado. **Gerenciar los riesgos**: medir, medir y valorar los riesgos de incumplimiento de las obligaciones, y prever consecuencias objetivas y pre-establecidas ante dichos incumplimientos.
  - Operadores Logísticos y clientes deberán definir la estructura de sus coberturas de seguros.
  - **El seguro no evita el riesgo**, solo resarce al beneficiario en la medida de lo convenido, de los efectos dañosos que el siniestro provoca.
  - El analista de riesgos, debe gerenciar los mismos, analizar en cada caso todo lo relativo a la responsabilidad en el negocio de que se trate.
  - En este capítulo también enumeramos los seguros mas comunes en la actividad Logística.
-

# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 5: “ LA ACTIVIDAD SINDICAL Y LOS ASPECTOS JURIDICOS LABORALES EN LA LOGISTICA EMPRESARIA ”

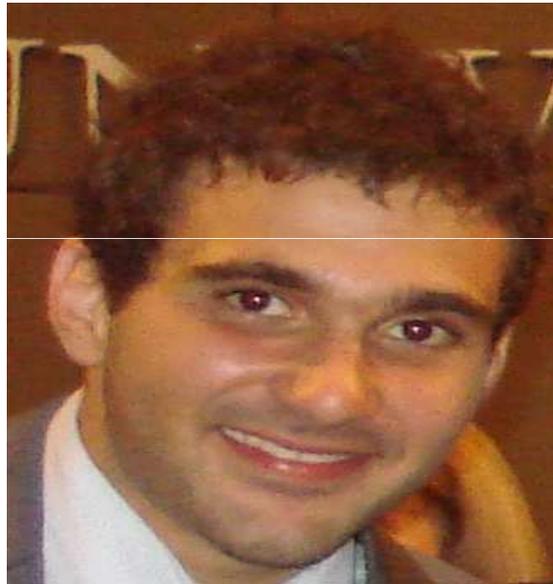
**EXPONE: DR LUCIO ZEMBORAIN**



# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 6: “ EL CONTRATO DE OPERACIONES LOGISTICAS ”

**EXPONE: DR EZEQUIEL TOMAS CONDOLUCCI SANTA MARIA**



**EL CONTRATO**

**DE**

**OPERACIONES LOGÍSTICAS**

---

## El contrato entre un dador de carga y un operador logístico

a) Su encuadramiento: *Contratos Innominados*

b) El problema de la falta de legislación específica en el tema.

c) Su dualidad en cuanto a la conveniencia.

---

## Los aspectos jurídicos que no pueden faltar

- OBJETO LOGISTICO
  - PLAZO
  - CLAUSULA DE PAGO
  - SEGUROS
  - RESCISION
-

## Los aspectos jurídicos que no pueden faltar

- CLAUSULA LABORAL
  - CONFIDENCIALIDAD
  - PROHIBICION DE CEDER
  - JURISDICCION Y LEY APLICABLE
-

# Las Modalidades mas habituales dentro de los Contratos de Operaciones Logísticas

CONTRATO DE TRANSPORTE

CONTRATOS DE ALMACENAMIENTO

---

# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## Capitulo 8 “ ” CONCLUSIONES”

**Le pedimos a Pablo que mencione las conclusiones.....**

---

# “MARCO JURIDICO DE LAS OPERACIONES LOGISTICAS”

## SEGMENTO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

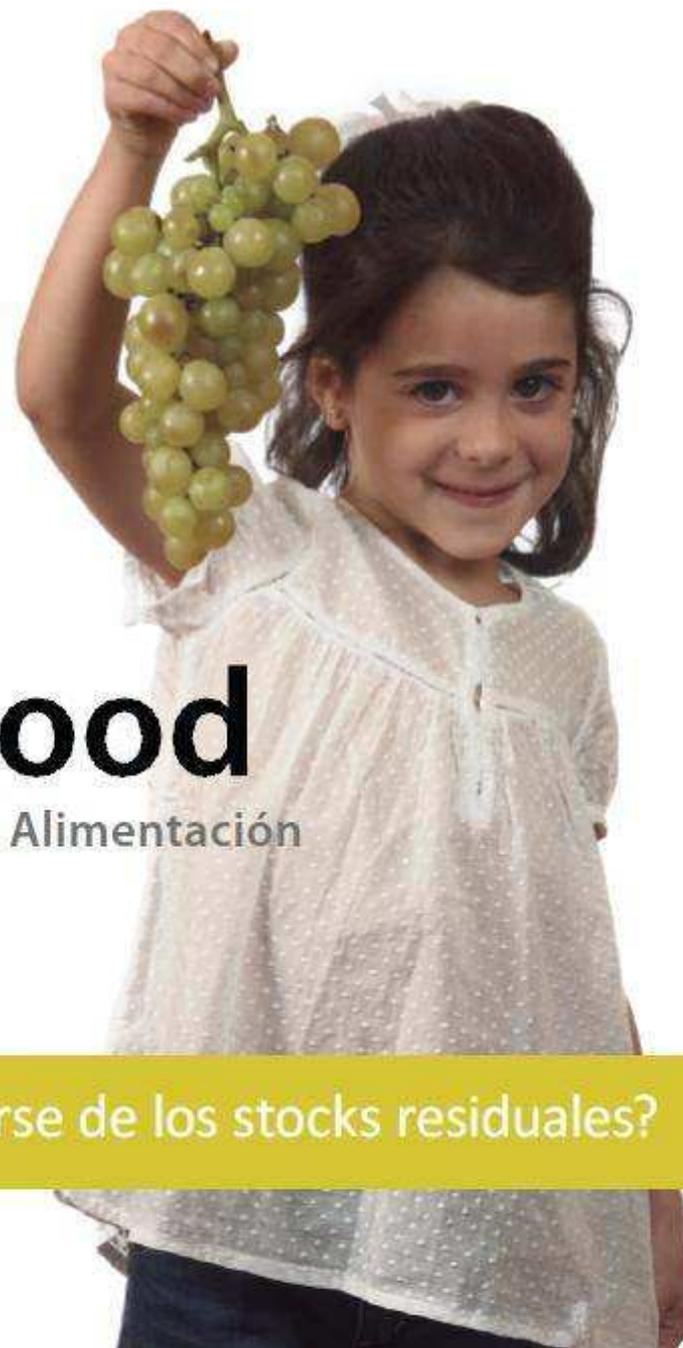




# Excedentes alimentarios: reto logístico de un nuevo negocio

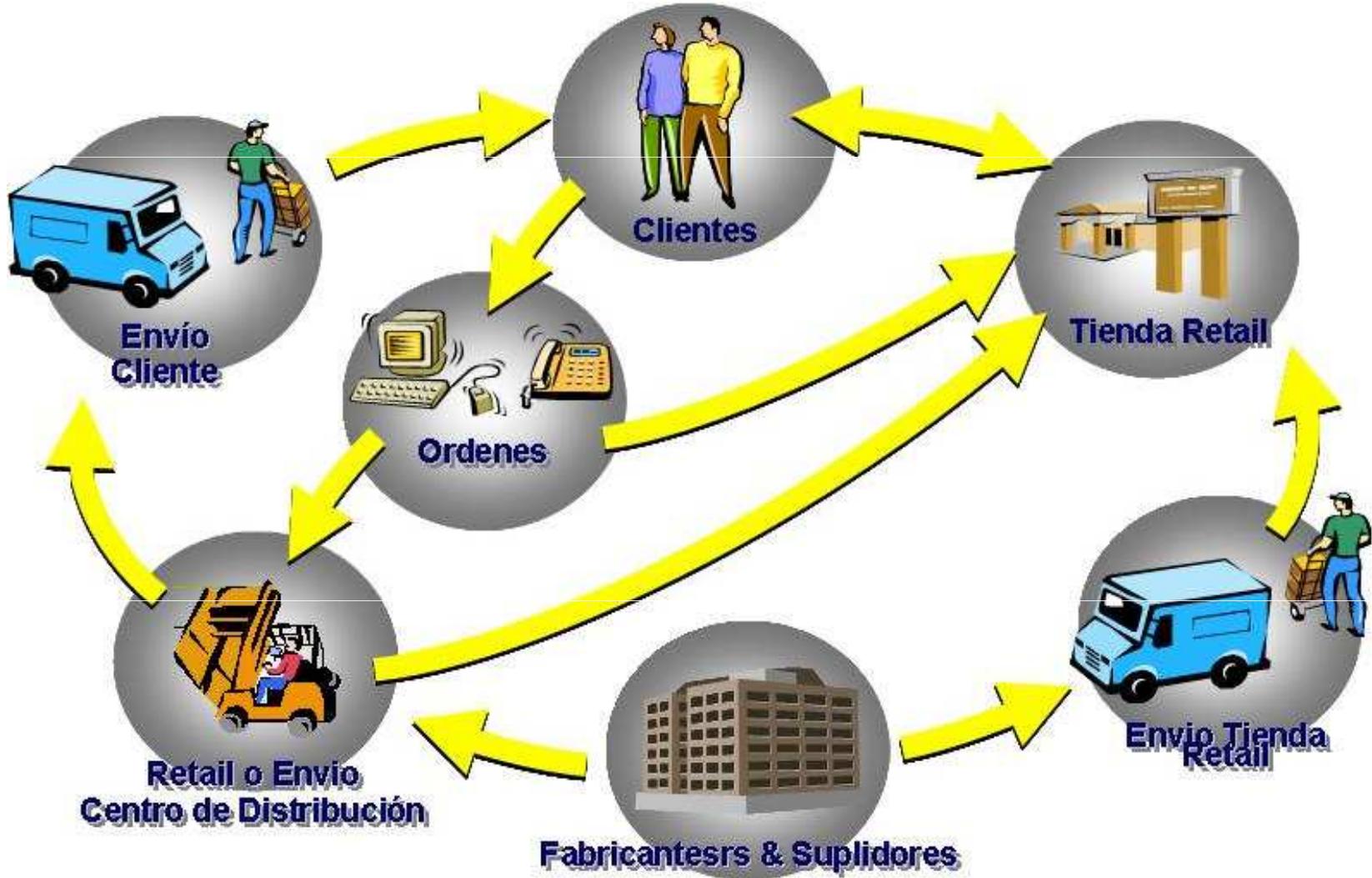
Javier Arbex  
abril 2011

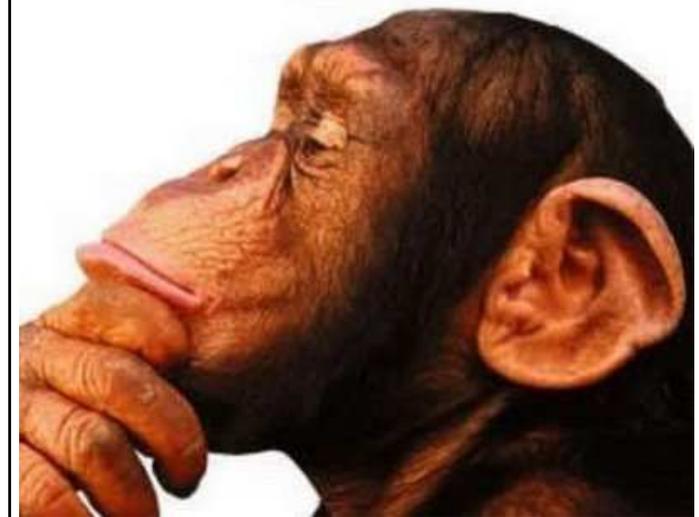
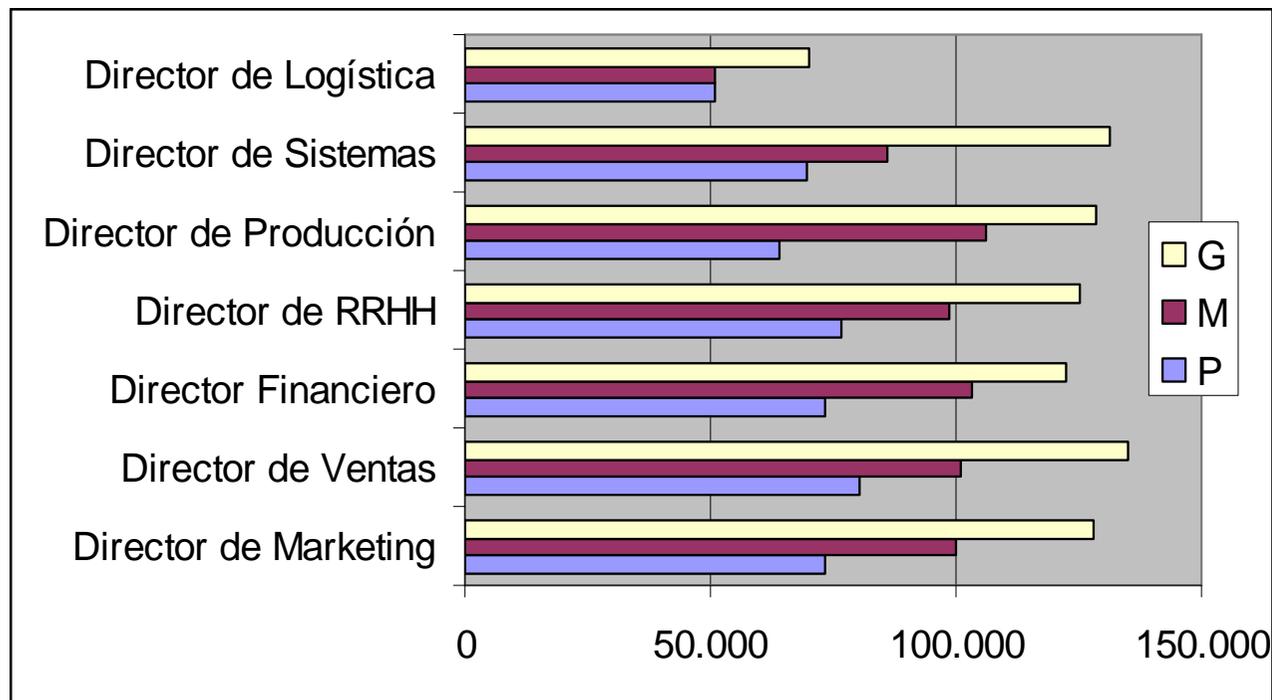
---

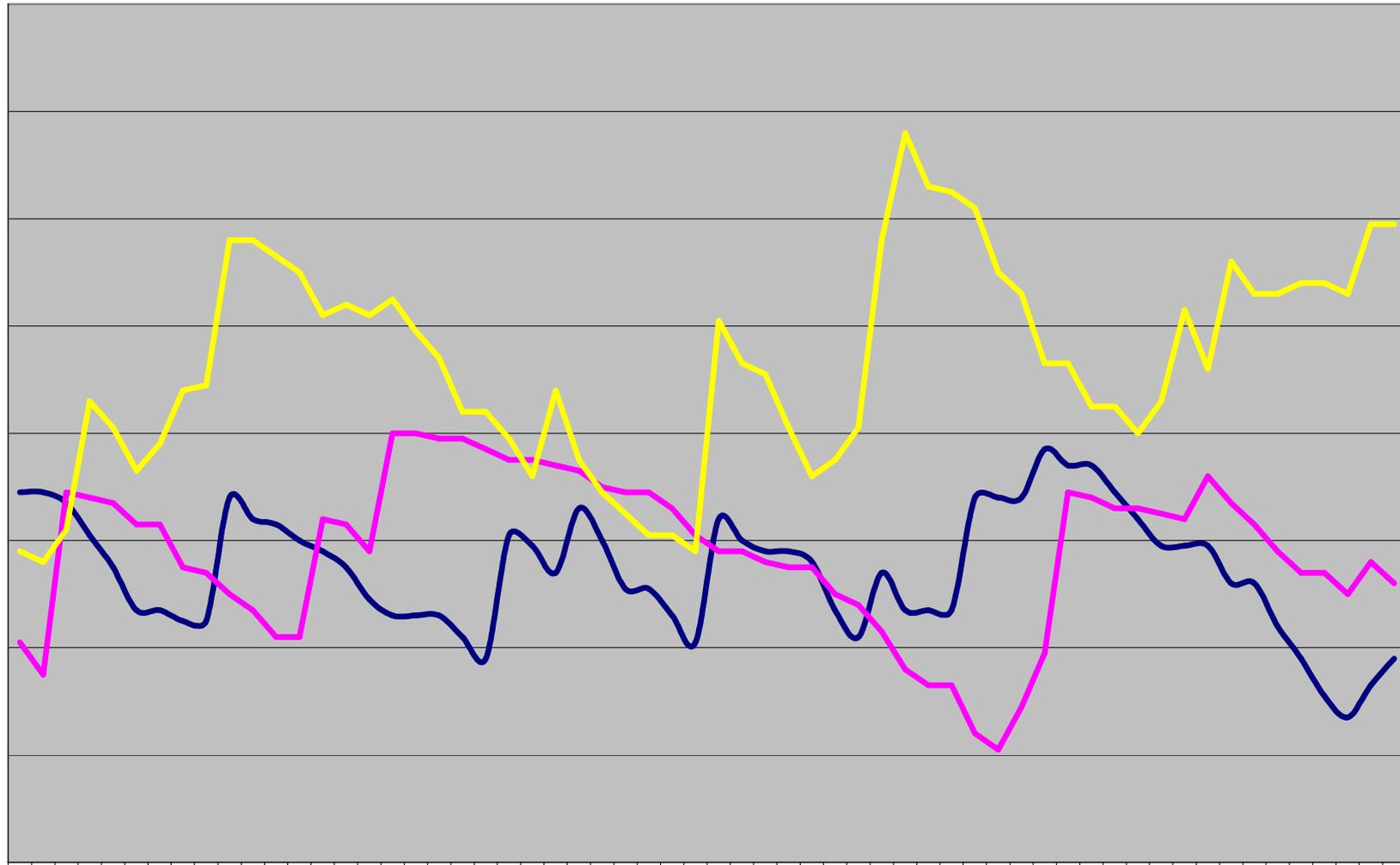


**byeFood**  
Excedentes de Alimentación

¿Sabe cómo beneficiarse de los stocks residuales?







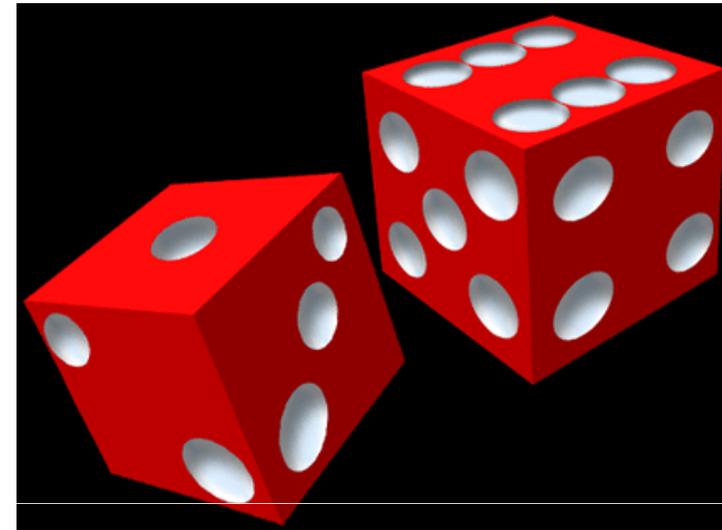




Código	Provisión 100%			Provisión 50%						
	abr-88	may-88	jun-88	jul-88	ago-88	sep-88	oct-88	nov-88	dic-88	ene-89
1024					2366	1025	301		1266	14420
1031	36	68	3							
1032		260	10		425		201	255		
1033	12	6	22	2		2	13625	2410	256	
1080				48	17	249	1069	880		
1082		62		24	1					
1201	1					2				
1202					90		602	342	26	
1203								3956	2685	901
1204	102									
1233			121	66	7		285		1	
1305		3	4		11	15				

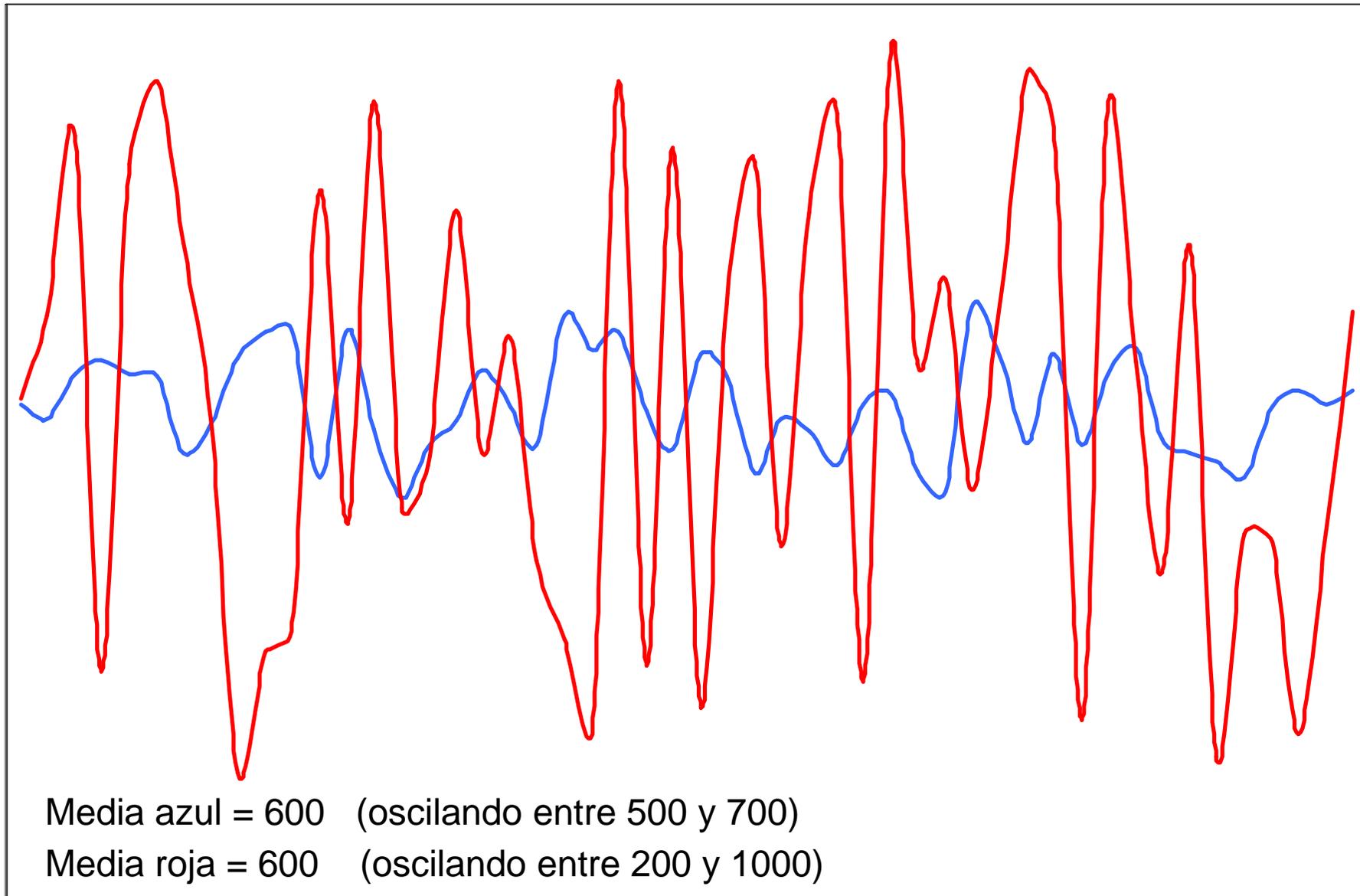
Activity ID	Activity Description	Early Start	Early Finish	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
<b>SITE PREPARATION</b>		04/01/02	31/03/04	<b>SITE PREPARATION</b>							
<b>MAIN EXHIBITION BUILDING</b>		<b>MAIN EXHIBITION BUILDING</b>									
200	Site Clearing @ Area 1	04/01/02	28/01/04	Site Clearing @ Area 1							
201	Site Clearing @ Area 2	04/01/02	15/01/04	Site Clearing @ Area 2							
202	Prep Surface Foundation @ Area 3	04/01/02	07/01/04	Prep Surface Foundation @ Area 3							
203	Prep Surface Foundation @ Area 2	04/01/02	07/01/04	Prep Surface Foundation @ Area 2							
204	Prep Surface Foundation @ Area 1	04/01/02	14/01/04	Prep Surface Foundation @ Area 1							
205	Prep Surface Foundation @ Area 4	04/01/02	14/01/04	Prep Surface Foundation @ Area 4							
206	Excavate Structural Slab @ Area 3	04/01/02	24/01/04	Excavate Structural Slab @ Area 3							
207	Excavate Structural Slab @ Area 2, 1, & 4	04/01/02	01/02/04	Excavate Structural Slab @ Area 2, 1, & 4							
208	Excavate Structural Slab @ Area 1	04/01/02	14/01/04	Excavate Structural Slab @ Area 1							
209	Prep & Pour Slab On Deck	04/01/02	08/01/04	Prep & Pour Slab On Deck							
210	Prep Surface Foundation @ Area 4	04/01/02	15/01/04	Prep Surface Foundation @ Area 4							
211	Prep & Pour Slab On Deck	04/01/02	08/01/04	Prep & Pour Slab On Deck							
212	Install Electrical System	04/01/02	09/01/04	Install Electrical System							
213	Install Plumbing System	04/01/02	09/01/04	Install Plumbing System							
214	Install Fire Protection System	04/01/02	09/01/04	Install Fire Protection System							
215	Install Elevator Shafts	04/01/02	01/02/04	Install Elevator Shafts							
216	Prep & Pour Slab On Deck	04/01/02	20/01/04	Prep & Pour Slab On Deck							
217	Install Roofing	04/01/02	31/01/04	Install Roofing							
218	Prep & Pour Topping Slab	04/01/02	08/01/04	Prep & Pour Topping Slab							
219	Install Windows & Doors	04/01/02	05/01/04	Install Windows & Doors							
220	Install Floor	04/01/02	31/01/04	Install Floor							
221	Install Partitions & Mechanical Rooms	04/01/02	20/01/04	Install Partitions & Mechanical Rooms							
222	Paint Walls	04/01/02	31/01/04	Paint Walls							
223	Install Signage & Graphics	04/01/02	31/01/04	Install Signage & Graphics							
<b>EXISTING GARAGE &amp; CONFERENCE CENTER</b>		04/01/02	26/01/04	<b>EXISTING GARAGE &amp; CONFERENCE CENTER</b>							
<b>PLATT FACADE RELOCATION</b>		04/01/02	19/01/04	<b>PLATT FACADE RELOCATION</b>							
<b>ELEVATED SERVICE ROADWAY &amp; LOADING DOCK PLAZA</b>		04/01/02	08/01/04	<b>ELEVATED SERVICE ROADWAY &amp; LOADING DOCK PLAZA</b>							
<b>EXTERIOR UTILITIES</b>		04/01/02	14/01/04	<b>EXTERIOR UTILITIES</b>							
<b>PYLONS</b>		04/01/02	14/01/04	<b>PYLONS</b>							
<b>BUILDING CONTROLS CONNECTIONS</b>		04/01/02	06/01/04	<b>BUILDING CONTROLS CONNECTIONS</b>							

Sheet 1 of 1



Determinista ?

Probabilista ?

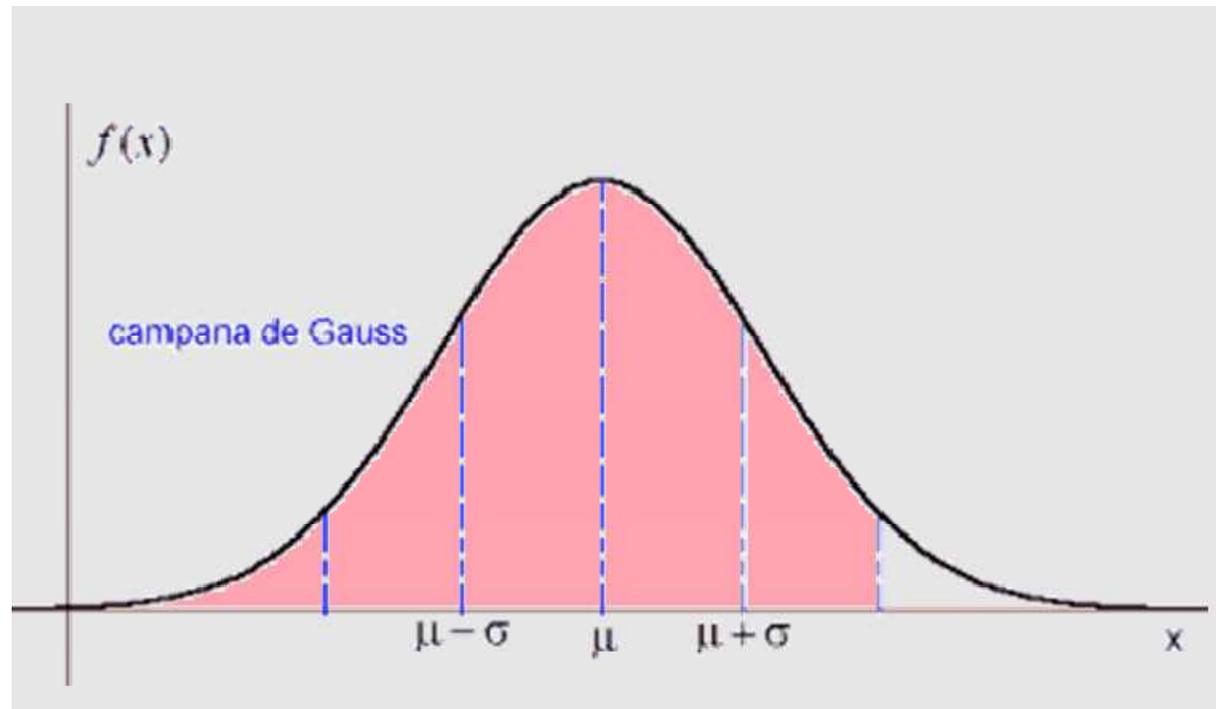


N.Servicio	Media	Desv.típica	Factor k	Stock
97,5%	59	31	1,96	120
97,5%	59	62	1,96	181
97,5%	59	118	1,96	290

Prod 1: 2,03 semanas

Prod 2: 3,07 semanas

Prod 3: 4,92 semanas



Uso de métodos **deterministas** en contextos de demanda aleatoria

Fijar la política de stock como **cobertura temporal** en lugar de como **tasa de servicio**

Usar siempre la campana de **Gauss** para fijar del stock de seguridad

---

## Frescura



24 días → máx 8 días transcurridos



60 días → máx 20 días transcurridos



9 meses → máx 3 meses transcurridos

## Lanzamientos



Sobre-estocaje para atender  
el escenario más exitoso posible

# Rotulación defectuosa

## Faltas u omisiones en textos legales

**5** *Crema de Champiñones*

**6** CANTIDAD NETA  
**7** 70 Grs. e

**8** CONSERVESE EN  
SITIO FRESCO Y SE CO.

**9** Consumir Preferentemente  
antes de **JUN 99**

**10** L 03 1 02

**11** 8 65453 6788

**1** **PREPARACIÓN**  
Deseír el contenido de esta  
bolsa en 1/4 de litro de agua fría.  
**Modo de Empleo**  
Aguardar a nueva ebullición  
y mantener a fuego lento 10 m.  
Remover de vez en cuando.

**2** **INGREDIENTES**  
Este producto deshidratado se  
compone de los siguientes  
ingredientes: Harina (trigo), Fécula,  
Sal, Hortalizas, Grasa Hidrogenada  
animal, Suero de Leche, Potenciador  
del sabor (E-621), Extracto de Carne,  
Champiñones, Extracto de proteínas  
vegetales, Colorante natural  
(lactoflavina), Antioxidante (E-320).

**3**

**4** **Soup**  
Apartado 105 - 08080 Barcelona  
FABRICADO POR SOUP S.A.  
Josep Farradellas, 36 08023 Barcelona

## Producto personalizado

Envasados para un cliente que disminuye o cancela sus compras



## Defectos de envasado

Taras que afectan al aspecto estético del producto pero no a sus cualidades



## Quiebras de empresas



\* Datos definitivos hasta el 4 trimestre 2009

La liquidación de existencias se aplica a compensar saldos acreedores

¿Qué hacen las empresas  
alimentarias con sus  
excedentes de stock?

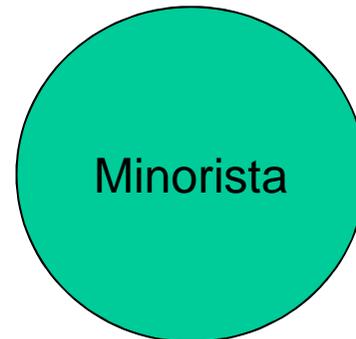
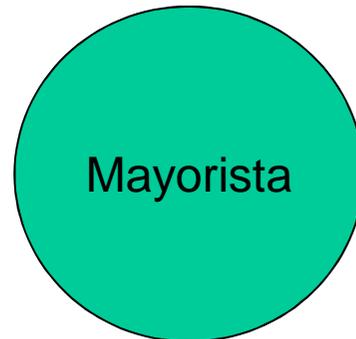
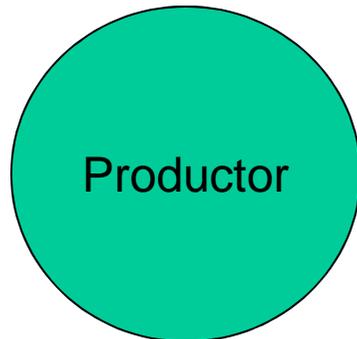


## Destrucción





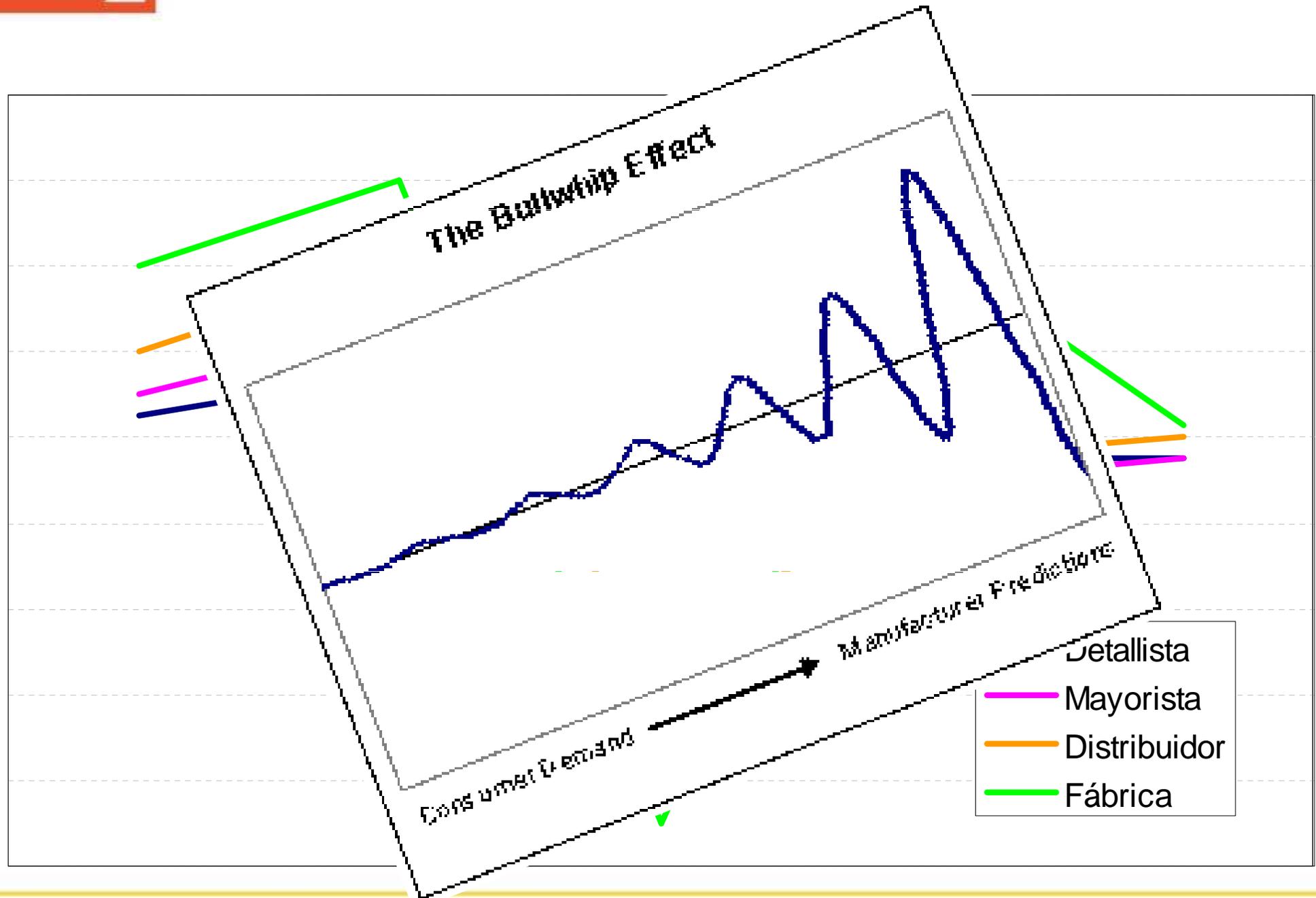
¡¡ Super descuento !!





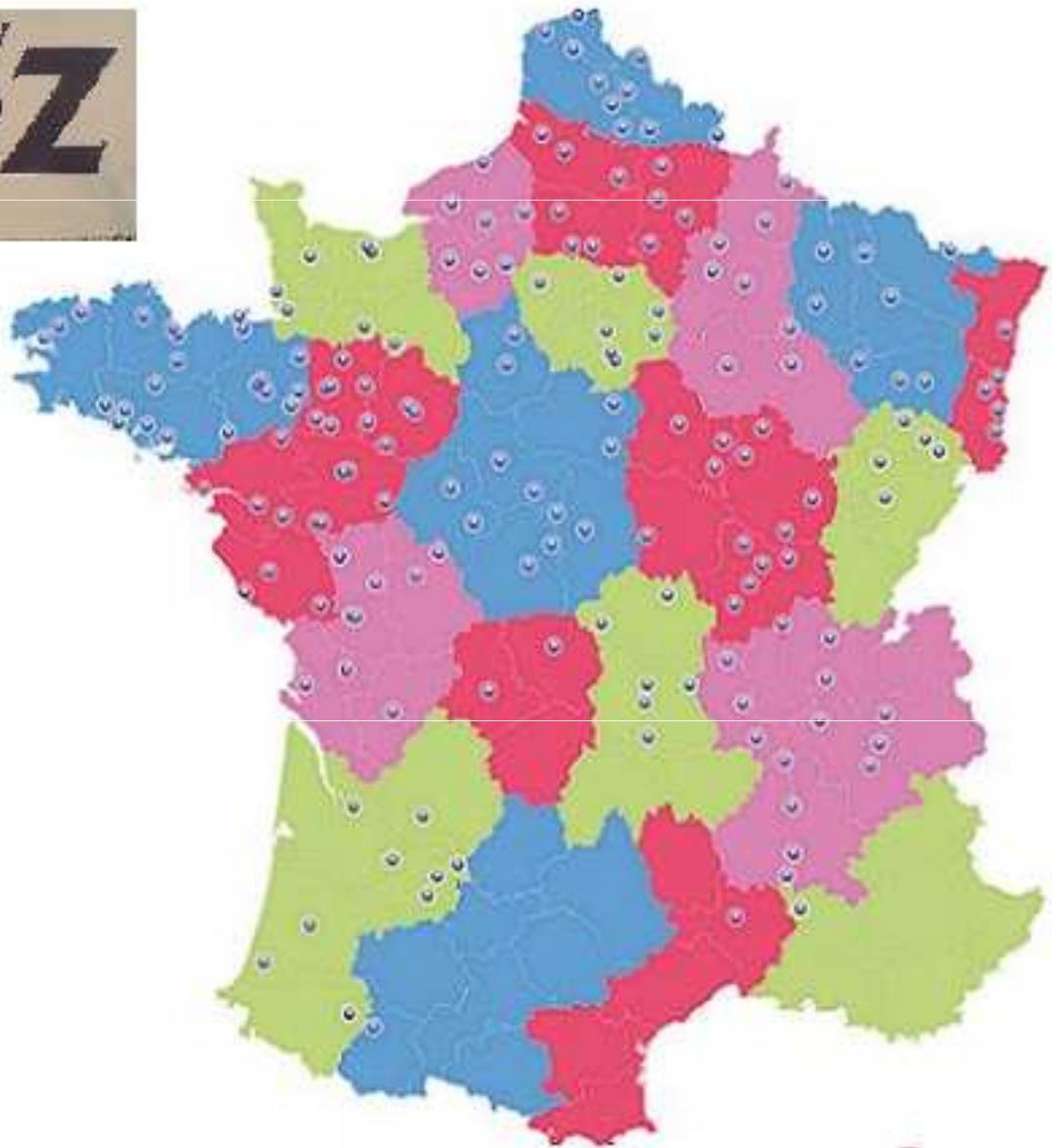
# EFECTO BULLWHIP

Consumidor	Demanda	95	80	80	85	90
Detallista	Inventario inicial	100	95	80	80	85
	Suministra	95	80	80	80	85
	Inventario final	5	15	0	-5	-5
	Ordena	90	65	80	90	95
Mayorista	Inventario inicial	100	90	65	80	90
	Suministra	90	65	65	80	90
	Inventario final	10	25	-15	-10	-5
	Ordena	80	40	95	100	100
Distribuidor	Inventario inicial	100	80	40	95	100
	Suministra	80	40	40	95	100
	Inventario final	20	40	-55	-5	0
	Ordena	60	0	150	105	100
Fábrica	Inventario inicial	100	60	60	150	105
	Suministra	60	0	60	105	100
	Inventario final	40	60	-90	45	3
	Produce	20	0	240	60	95



# Canales marginales





# Donaciones



# Reproceso



# Empleo de los excedentes

Destrucción / alimentación animal

Descuentos extra en el canal habitual

Venta en canales marginales

Donaciones

Reproceso

...

---

MAY

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
<b>10</b> Mother's Day	11	<b>12</b> Lag B'Omer (Jewish)	13	14	15	16
17	<b>18</b> Victoria Day (All except NB, NS, PE)	19	20	<b>21</b> Ascension Day (Christian)	22	23
24	25	26	27	28	<b>29</b> Shavuot (Jewish)	30
<b>31</b> Pentecost (Christian)						



**eria  
Outlet  
ocks**

ropa - Textil para hogar - Deportes  
Calzado - Complementos de Moda

**50% 70%  
% 85%**

27

ario:

D

**EL**

jalo d







1. La necesidad existe
2. La tienda presencial **no** es la solución

Segmento	Nº establecimientos	Comentario
Restauración moderna organizada	12.000+	menú temático, compra centralizada
<b>Restauración tradicional</b>	}	
<b>Cafeterías, bares, pubs</b>		
<b>Hoteles, hostales y otros alojamientos</b>	20.000+	50 principales grupos sólo suman el 8%
<b>Empresas de catering in-situ / evento</b>	200	2.700.000 menús diarios
<b>Colegios</b>	5.000+	2.600 privados con primaria y secundaria
Universidades	72	mayoritariamente subcontrata catering
<b>Residencias de ancianos</b>	3.000+	bajo nivel de subcontratación de catering
Hospitales	900+	alto nivel de subcontratación del catering
Cuarteles	?	100,000 hombres
Prisiones	81	problemática propia de concurso público

Fuentes: Alimarket, TodoHotel, Axesor, Eduteca, Mº de Educación, Mº del Interior, Catálogo Nacional de Hospitales, INE

**200.000 clientes - target**

**15.000 Mill € de compra**

Invendibles

Alimentación y bebidas

Hostelería y colectividades

El fabricante es quien factura

Venta al coste o por debajo

Tarifa 100% variable

Márgenes 4-10%

Transparencia

Discreción

---

# LONPRE

Tienda Online

Desde 1994, Importadores de los  
Mejores Productos del Mercado

Correo electrónico:

Contraseña:

¿Olvidó su Contraseña?  
Registrarse

miércoles 20 abril 2011

MI CUENTA CARRITO  0 Productos



## Oferta de la Quincena

Queso Mozzarella di Bufala Campana  
CIRIGLIANA A.O.P.  
200gr: ~~€4,98~~ €3,58

[clicke aquí >>](#)



## PRODUCTOS



### Ostras Gillardeau, Belon y Fines

Ostras Gillardeau premiadas el año pasado como uno de los mejores productos gastronómicos del mundo, ...



### Mariscos, Huevas, Ahumados

Mejillón de Bouchots, vieiras, zamburiñas, huevas. Ahumados: Salmón, arenque, trucha, atún, ...



### Quesos, Mantequillas, Natas

Más de 300 Quesos, Mantequillas y Cremas de leche de Francia, Italia, Suiza y UK para la restauración, ...



### Foie Gras y Productos del Pato

Foie gras fresco, en conserva, micuit, bloc, magret, confits de granjas del sur oeste de Francia, zona ...



### Pichones, Pulardas, Pintadas

Pulardas, pollos, pintadas, patos, capones, codornices de Au Chapon Bressan, proveedor del Bocuse d'Or, ...



### Sal, Especies, Sabores Exóticos

Sal Maldon, flor de sal, herbolario del Chef, más de 200 especias y sabores de los 5 continentes. ...



### Carnes Especiales y Charcutería

Carnes de buey de Galicia, Alemania y Charolais, Ternera blanca de Ávila, Lechazo de Aranda, Pré-Salé ...



### Mini Vegetales, Germinados

Flores comestibles, tallos de ensaladas, hierbas aromáticas, hortalizas, frutas rojas y exóticas. Mini ...



### Gastronomía de Italia

Burrata, Mozzarella, Fior di Latte, Quesos, Aceto, Aceites, Trufas, Prosciutto, Salumi, Pasta, Harinas, ...

**Categorías**

- Alimentación y bebidas
- Bazar y multiprecios
- Cosmética, perfumería y droguería
- Electrónica y electrodomésticos
- Energías renovables
- Fotografía y óptica
- Informática
- Joyería y relojería
- Menaje y hogar
- Metalurgia y maquinaria
- Mobiliario
- Motor
- Negocios
- Ocio
- Papelería y material de oficina
- Plásticos y derivados
- Salud y medicina
- Servicios
- Subproductos
- Telefonía
- Textil, moda y calzado
- Vending
- Otros sectores

Bienvenido a SoloStocks. Compra y venta online para empresas y profesionales

[Ver tus contactos](#)

[Publica tu producto](#)

**Productos destacados**

Receptor gps bluetooth speed sound sirf star iii	Bota	Dobladora para ferralla marca ALBA modelo DAR-45.	Cerradura Angelus 29P	Barrera o valla de protección para garaje	Eq i ma

**Contrata ahora**

Multiplica las ventas de tu empresa con los Packs de

**SoloStocks**

**SoloStocks España en cifras:**

- > 52.452 empresas
- > 225.997 productos
- > Más de 72.424 contactos comerciales generados al mes

**ListaFoto**

El servicio [ListaFoto](#) genera más

**Productos más buscados**

golf 4 camillas baca fiat detalles ninos  
 lijadora banda nokia n86 tira leds adoquines  
 taladro percutor microfono ps3 afilador  
 cuchillos carcasa xbox 360 daitsu aire  
 acondicionado lg 32 full hd acolchado  
 decoracion fiestas discos duros  
 depuradora collares piedras pulseras  
 sara carbonero

**Casos de éxito**

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

byeFood - excedentes d... x Opciones proveedor x

**Seleccione una opción:**

Las opciones «Elegir destinatarios» y «Editar mis ofertas» sólo son accesibles para Proveedores que hayan introducido alguna oferta previamente

Introducir una oferta

Elegir destinatarios

Editar mis ofertas



Personalizar audiencia de mis ofertas - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

byeFood - excedentes de ... x Personalizar audiencia d... x

**Utilice esta plantilla para filtrar su búsqueda**

Si no indica ninguna condición, obtendrá todos los registros que no hayan sido anteriormente excluidos por usted

Fecha de alta posterior a

Empresa

CIF o NIF

Establecimiento

Localidad

Provincia

Industria   
Hoteles y cadenas  
Empresas de catering  
Empresas de vending  
Tiendas de conveniencia

Puede seleccionar más de un tipo manteniendo pulsada la tecla Ctrl mientras pulsa sus opciones con el ratón

Buscar







# byeFood

Excedentes de Alimentación

---

.com .es

®

ª √ ∞ ∅ ∫ ∫ ∅

2009

2010

	DICIEMBRE					ENERO				
<i>semana</i>	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5

Captación oferta



Captación demanda

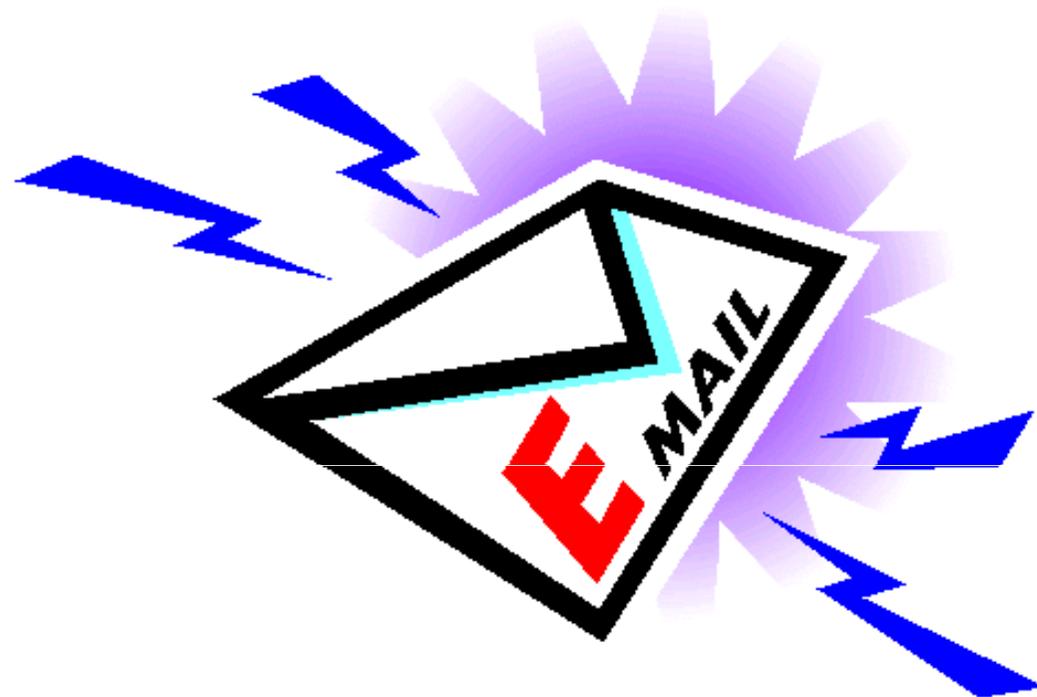


**Cuadro 1: Número de industrias de alimentación y bebidas: Total y subsectores (1 de enero de cada año)**

	All. y beb.	Cárnica	Pescados	Fru. y hort.	Aceites	Lácteas	Molinería	All. Animal	Otros all.	Bebidas
2006	31.847	4.469	802	1.382	1.579	1.643	775	911	15.129	5.151
2007	31.492	4.414	782	1.411	1.570	1.670	731	900	14.829	5.185
2008	31.106	4.437	782	1.395	1.598	1.627	665	909	14.507	5.186

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE (Datos de Empresas y Locales)

Censo inicial: 3200 empresas



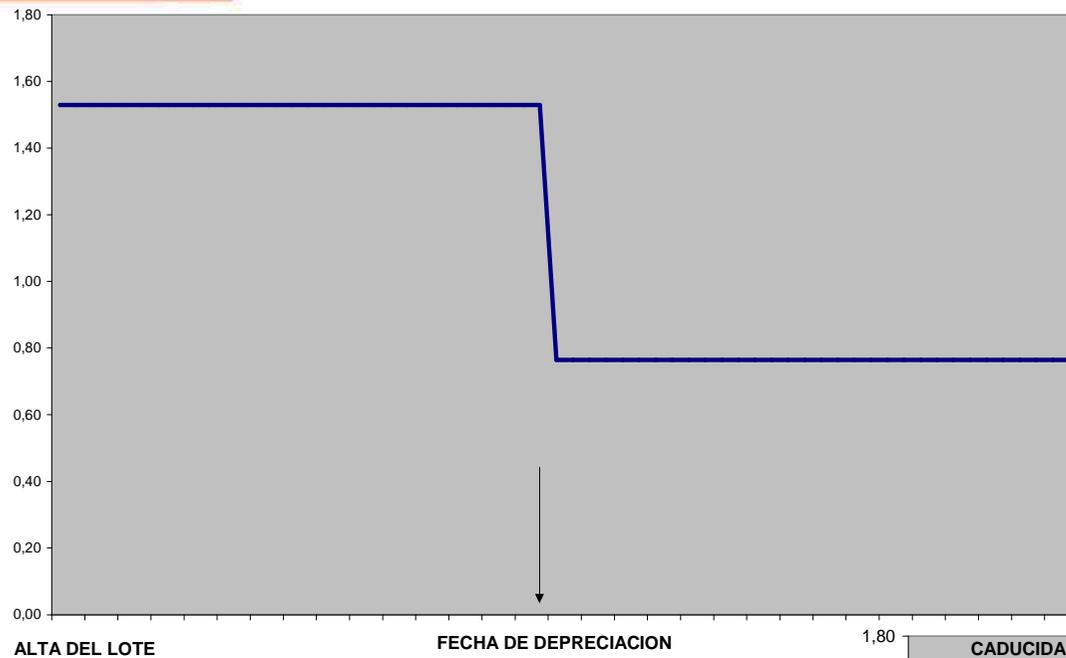
- Tus Datos
- Categorías
- Clientes
- Marcas
- Productos**
- Pedidos

Acciones: [Volver](#)

### MODIFICACIÓN DEL Producto

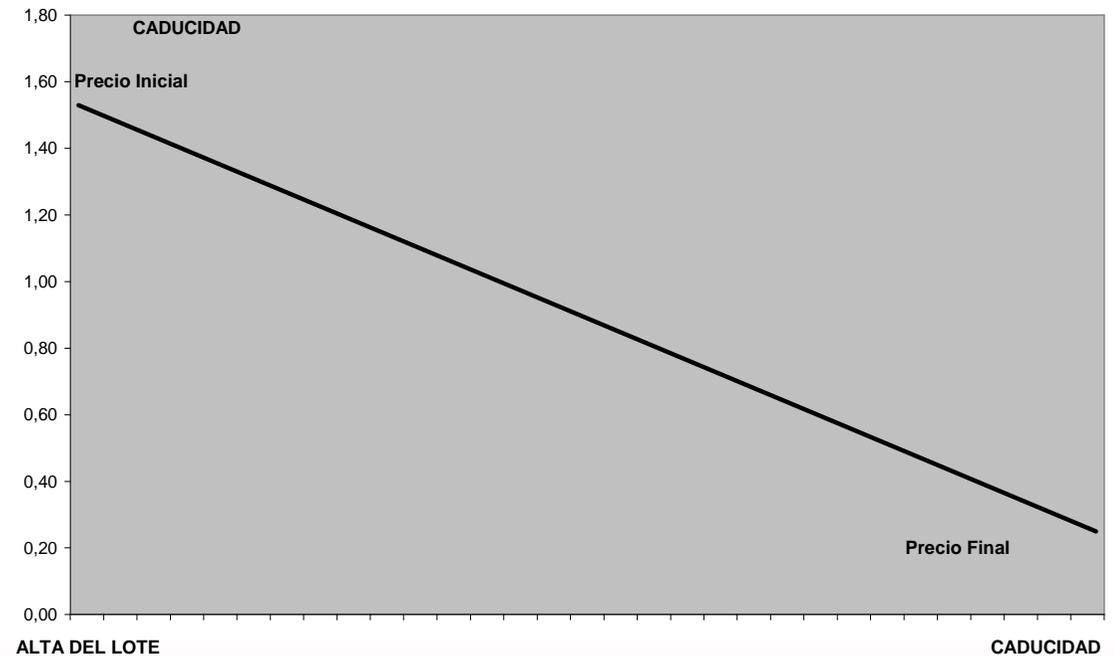
Marca*:	<input type="text" value="- Seleccione una marca -"/>
Proveedor:	<input type="text" value="LOGEDEX SLU"/>
Nombre corto Proveedor:	<input type="text" value="LOGEDEX"/>
Código Proveedor:	<input type="text"/>
Descripción producto*:	<input type="text"/>
Categoría*:	<input type="text" value="- Seleccione una categoría -"/>
Peso o volumen por Unidad:	<input type="text"/>
El dato anterior está en:	<input type="text"/> "gr, kg, dl, litros, uds,"...
Unidades por Lote*:	<input type="text"/>
Lotes Disponibles*:	<input type="text"/>
Fecha de Caducidad*:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Precio venta en mercado*:	<input type="text"/> €
Precio oferta de salida*:	<input type="text"/> €
Tipo de Depreciación:	<input type="text" value="Sin Depreciación"/>
Eliminado:	<input type="text" value="No"/>

\* Campos obligatorios



## Depreciación Discreta

## Depreciación Contínua



Volver última búsqueda

Varios Alimentación | 5 de Enero de 2010

## 'ByeFood' abre una nueva vía para los excedentes de alimentación

Permite promocionar los excedentes en hoteles y colectividades

REDACCIÓN



Logística y Gestión de Existencias ha iniciado actividad bajo la marca 'ByeFood' en la intermediación en la venta de excedentes de producción entre fabricantes y operadores de los canales de hostelería y colectividad. La intermediación se apoya fundamentalmente en la web www.byeFood.com, un punto de encuentro entre fabricantes y clientes. Con esta iniciativa dispone de una solución pionera para encontrar una salida a sus excedentes sin rotación y productos próximos a su caducidad.

ha cubierto 15.000 hoteles y grupos de hoteles y se prevé que en los próximos meses se alcanzarían las 20.000. La inversión inicial del proyecto es de 1.000 € y tiene un horizonte de 3 años.

Home » Headline, byeFood

### Alimentación sostenible profesional basada en excedentes

22 FEBRERO 2010 NO COMMENT

**byeFood** Excedentes de Alimentación

byeFood cuenta con más de 5.000 lotes de alimentos con el fin de elaborar menús completos

Alimentación sostenible profesional basada en excedentes

- byeFood publica ofertas con descuentos del 50% motivadas por excesos de stock en productos cuya vida útil es superior a un año
- Más de 30 proveedores ya cuentan con la solidez de la nueva compañía

Madrid, 22 de Febrero de 2010. La primera compañía española de gestión de excedentes de alimentación propone diferentes cartas con una amplia variedad de platos y productos basados en excedentes alimenticios de fabricantes de primer nivel.

La propuesta de byeFood segmenta en diferentes secciones los productos que se pueden encontrar: Aliños, aperitivos, bebidas, postres, arroz y legumbres, cafés y derivados, pescadería, carnicería, conservas, frutas y verduras, galletas y cereales, helados, panadería y repostería y platos preparados.

Con el fin de evitar las pérdidas de estos productos byeFood propone la elaboración de diferentes menús



## Intergourmet y ByeFood se dan la mano

EL BLOG DE LOS PLACERES: GASTRONOMÍA, VINOS, LUGARES, BODEGAS, HOTELES, RESTAURANTES, VIAJES

para la gestión de stocks alimentarios



SUEVES 11 DE MARZO DE 2010

### BYEFOOD: EXCEDENTES ALIMENTARIOS

**byeFood** Excedentes de Alimentación

Sólo para Hostelería y Colectividades

- De Primer Nivel: productos seleccionados con garantía de calidad y frescura.
- A precios muy bajos: gracias a la gestión de excedentes de producción.
- Con garantía de entrega: los productos se entregan directamente desde el fabricante.
- Área de identificación: para facilitar la identificación de los productos.

Para dar salida a los alimentos, ya sean frescos o manufacturados, que acaban todos los días en la basura de los países desarrollados, acaba de nacer una nueva iniciativa en internet: **byeFood**.

Los bancos de alimentos reciben una parte importante de este stock, al igual que los derivados alimenticios o piensos, pero la mayoría de estos excedentes se pierde. Esto plantea un problema social y ético, además de fuertes pérdidas para los fabricantes o productores -el 60% de los productos alimenticios "de próxima caducidad" acaban en la basura-.

**byeFood**, que inició su andadura en el trimestre pasado, dará solución a este problema, intermedando entre los productores de alimentos y un amplio canal de restaurantes y hoteles: más de 300.000 establecimientos.



# ByeFood

Excedentes de Alimentación  
Επείγουσες πωλήσεις

## Sus excedentes alimentarios tienen una salida rentable



[www.byefood.com](http://www.byefood.com)

Parque Empresarial "La Finca"  
Pº Club Deportivo, 1, Edif. 15A, 1º Pl.  
28223 Pozuelo de Alarcón - Madrid  
Tel: 91 297 97 32 - Fax: 91 799 59 99



**byeFood** es un nuevo servicio dirigido a fabricantes para la venta de sus stocks, excedentes y cortos de fecha, en el canal de Hostelería y Grandes Colectividades.

Dispone de una herramienta **online** complementaria a sus canales habituales, en la cual puede exponer y vender sus excedentes y cortos de fecha para llegar a un público más amplio.



Sólo trabajamos con el canal **HORECA** y Colectividades para evitar referencias de precio al menor, evitando así conflictos con la distribución minorista derivados de la venta a pérdida.

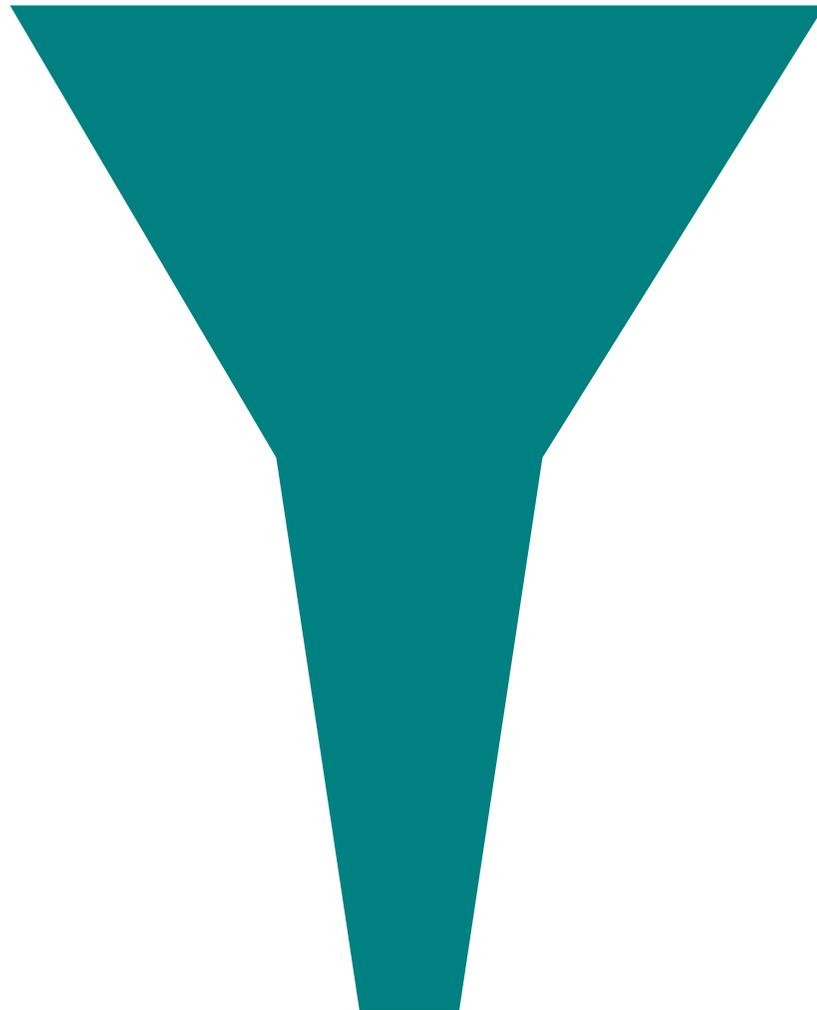
Además, los compradores suscriben un compromiso de utilización exclusiva de los productos para su actividad hostelera o consumo institucional.

**Le ofrecemos control total sobre el proceso de venta:**

- Controle online sus productos, precios y pedidos.
- Seleccione qué compradores pueden recibir sus ofertas para evitar solapamientos con su propia red de distribución.
- Negocie directamente con los compradores la forma de pago y las entregas.
- Planifique descuentos sucesivos en el caso de que su oferta no tenga compradores.

Su coste será una comisión del 5% sobre las ventas realizadas. Por tanto:

# SI NO VENDE NO PAGA



20.000 registros

16.000 conversaciones

9.000 permisos

2.000 altas +

hotelparis@yahoo.com

info@restaurante.es

reservas@comedor.com

---

Alta de Compradores

byeFood  
El primer mercado español de excedentes alimentarios

Inicio | Saber más | ¿quién somos

**El primer mercado español de excedentes alimentarios**

byeFood es un mercado específico de productos de oportunidad, en perfecto estado y con precios de liquidación. Sólo para profesionales.

- Sin coste de alta, publicación o acceso
- Cuenta con 1000 compradores cualificados
- Sin coste de liquidación

Pulse la opción que le interese:

Alta de Compradores ↻

Legal | Alta de Compradores | Tel: 912 979 732 | Mail: info@byefood.com Copyright 2009-2011 © LOGEDEX, S.L.U.



~~Newsletters~~ Mensajes personales

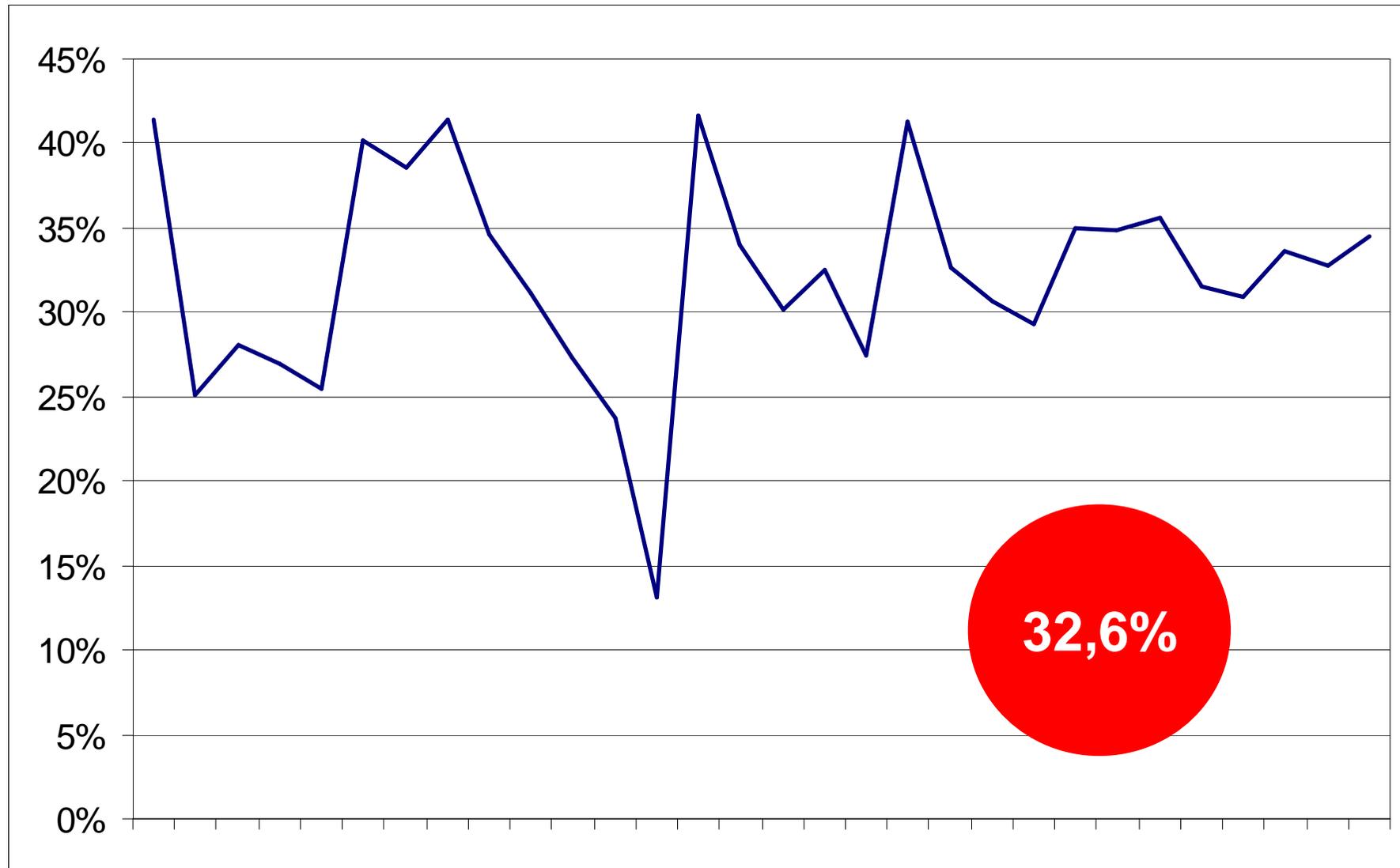
30 segundos

Contenido relevante

Frecuencia tolerable

Toque de humor

---



Asunto:

*Excedentes alimentarios*

15%

*Excedentes alimentarios y señora gorda*

45%

«*Dulces italianos y cambio de vida*»

«*Ragut, fiambre, salmón y dudosa elegancia*»

«*Algunas novedades y un dentista*»

«*Paella, helado, quesos y turistas bizcos*»

«*Excedentes alimentarios y homicidios*»

«*Excedentes de stock y cena con famosos*»

---

<u>mayo</u>						
lu	ma	mi	ju	vi	sa	do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

300.000 consultas a ofertas

Muchos pedidos iniciados / pocos terminados

Su principal dificultad para comprar en byeFood es...

- El precio
  - El pedido mínimo requerido
  - No tienen el surtido que utilizamos
  - No pagamos por adelantado
  - Nos falta confianza en el sistema
  - No soy la persona que hace las compras
-

Su principal dificultad para comprar en byeFood es...

- |   |     |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> El precio                              | 9%  |
| <input type="checkbox"/> El pedido mínimo requerido             | 44% |
| <input type="checkbox"/> No tienen el surtido que utilizamos    | 25% |
| <input type="checkbox"/> No pagamos por adelantado              | 16% |
| <input type="checkbox"/> Nos falta confianza en el sistema      | 3%  |
| <input type="checkbox"/> No soy la persona que hace las compras | 3%  |

Caja de 6 latas x 2,5 Kg

Precio medio mayorista : 17 €

Precio byeFood : 8 €

Pedido mínimo:

600 cajas = 3.600 latas = 9.000 Kg



## Paella valenciana congelada a granel

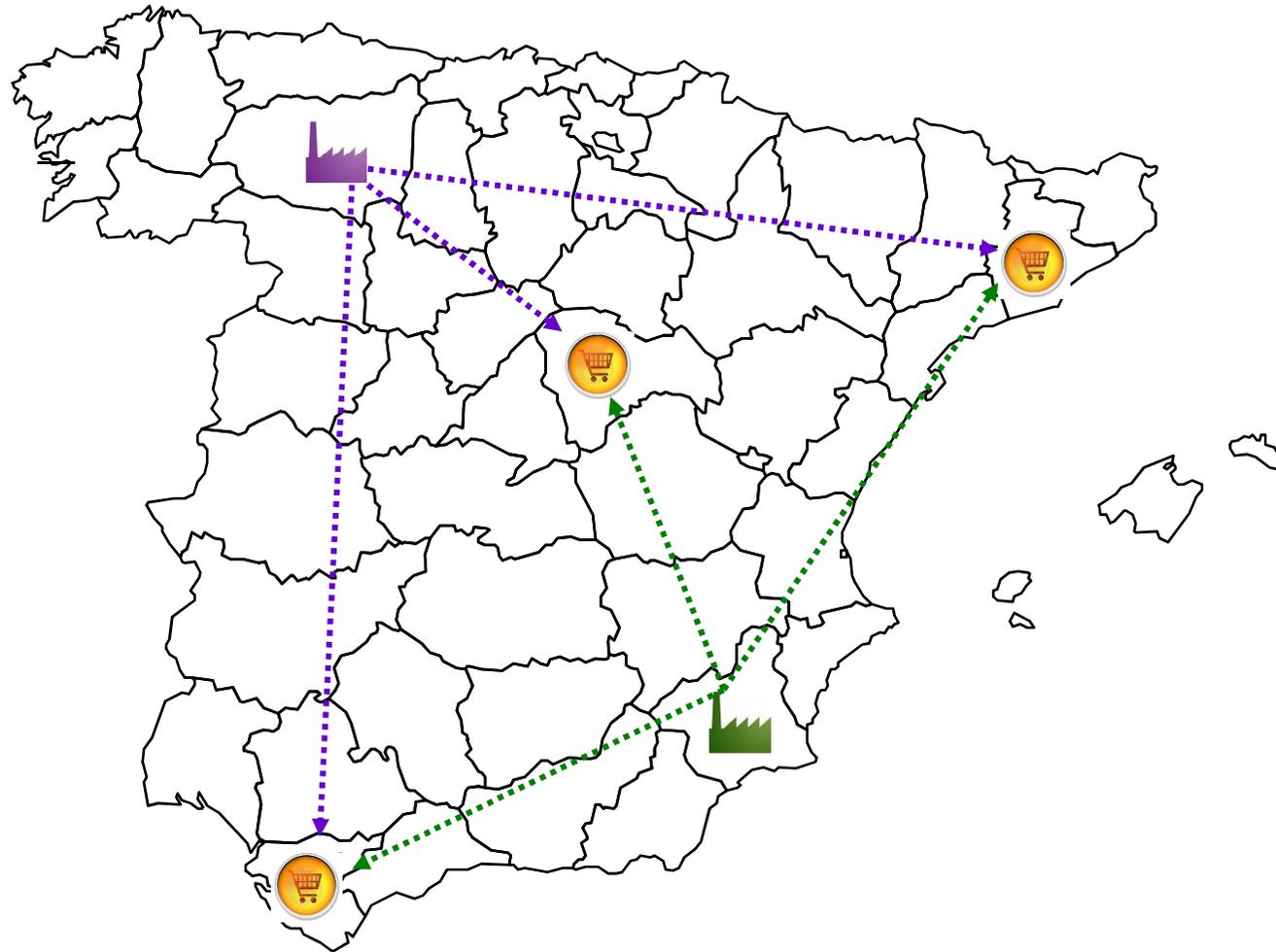
Precio medio mayorista : 3.2 €

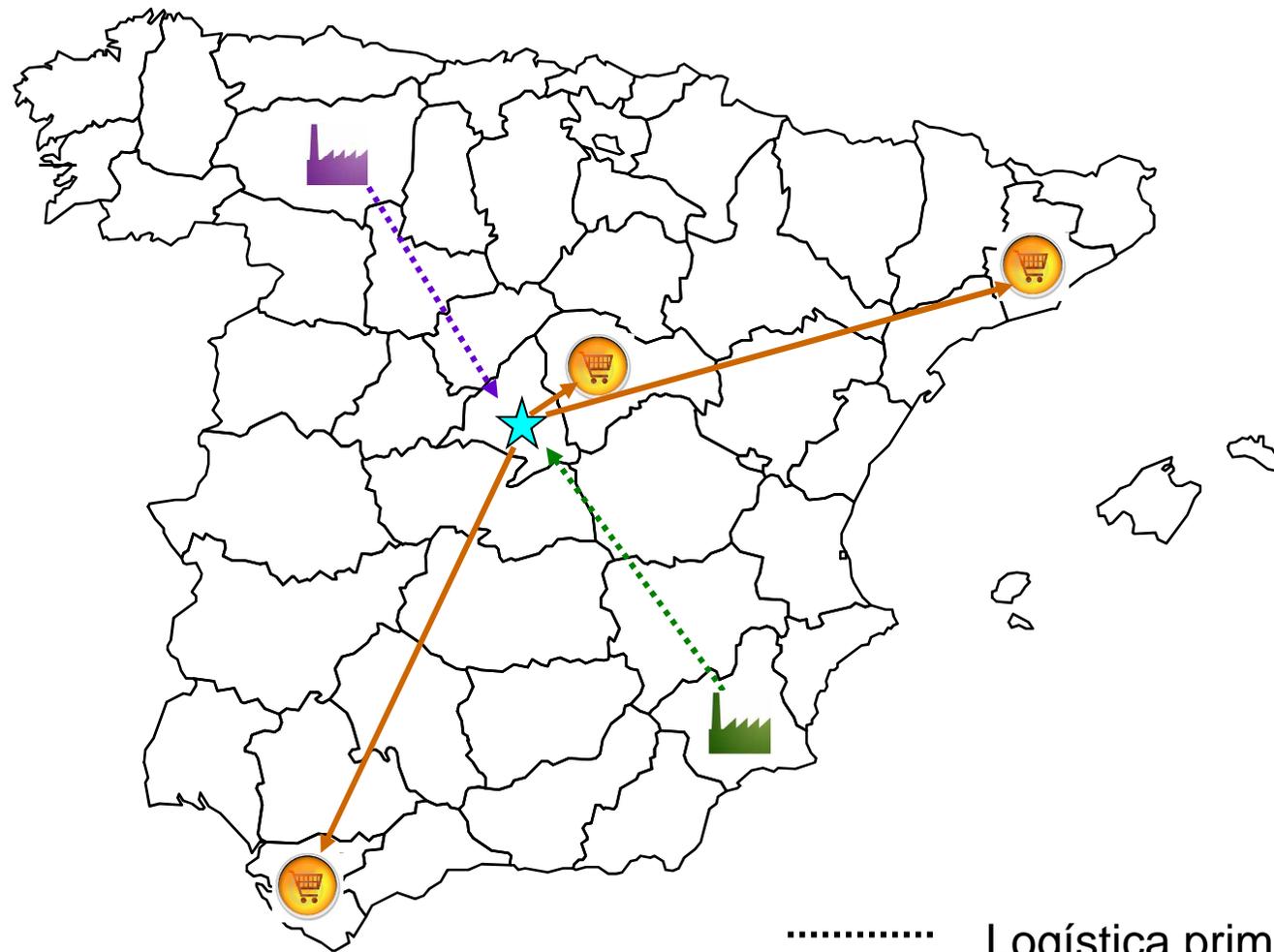
Precio byeFood : 1 €



Pedido mínimo:

!!! 10.000 Kg = 40.000 raciones !!!





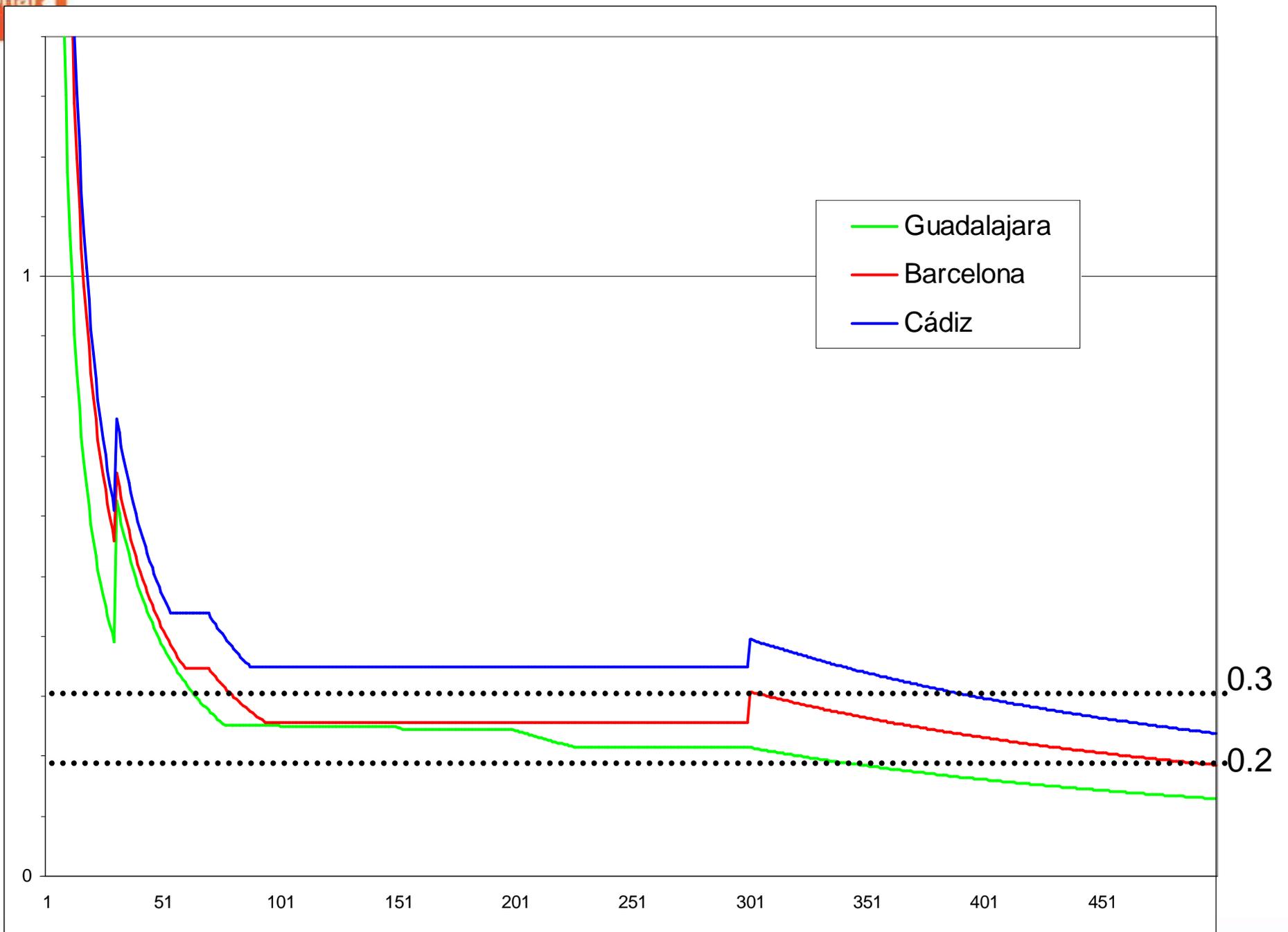
..... Logística primaria

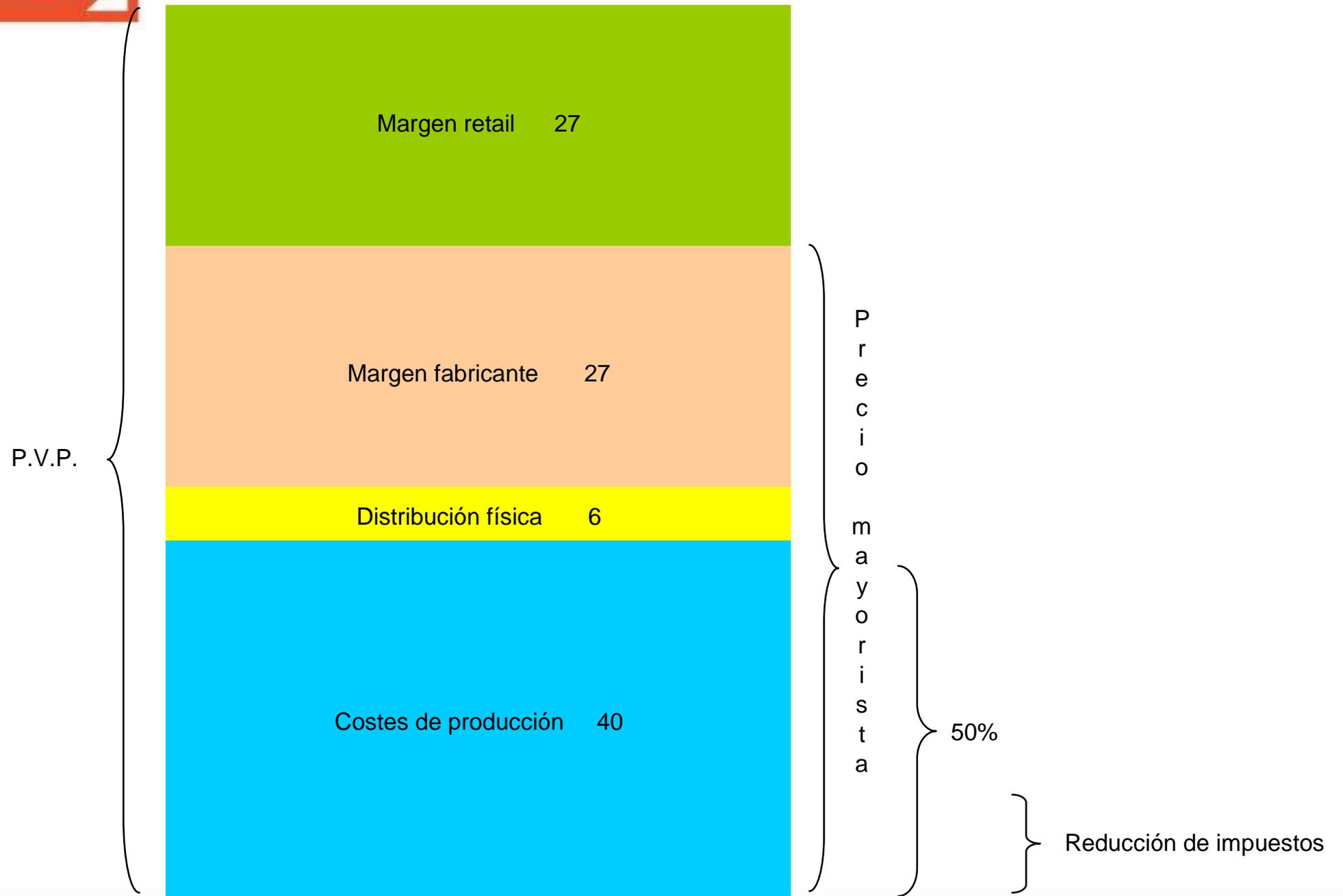
———— Logística secundaria

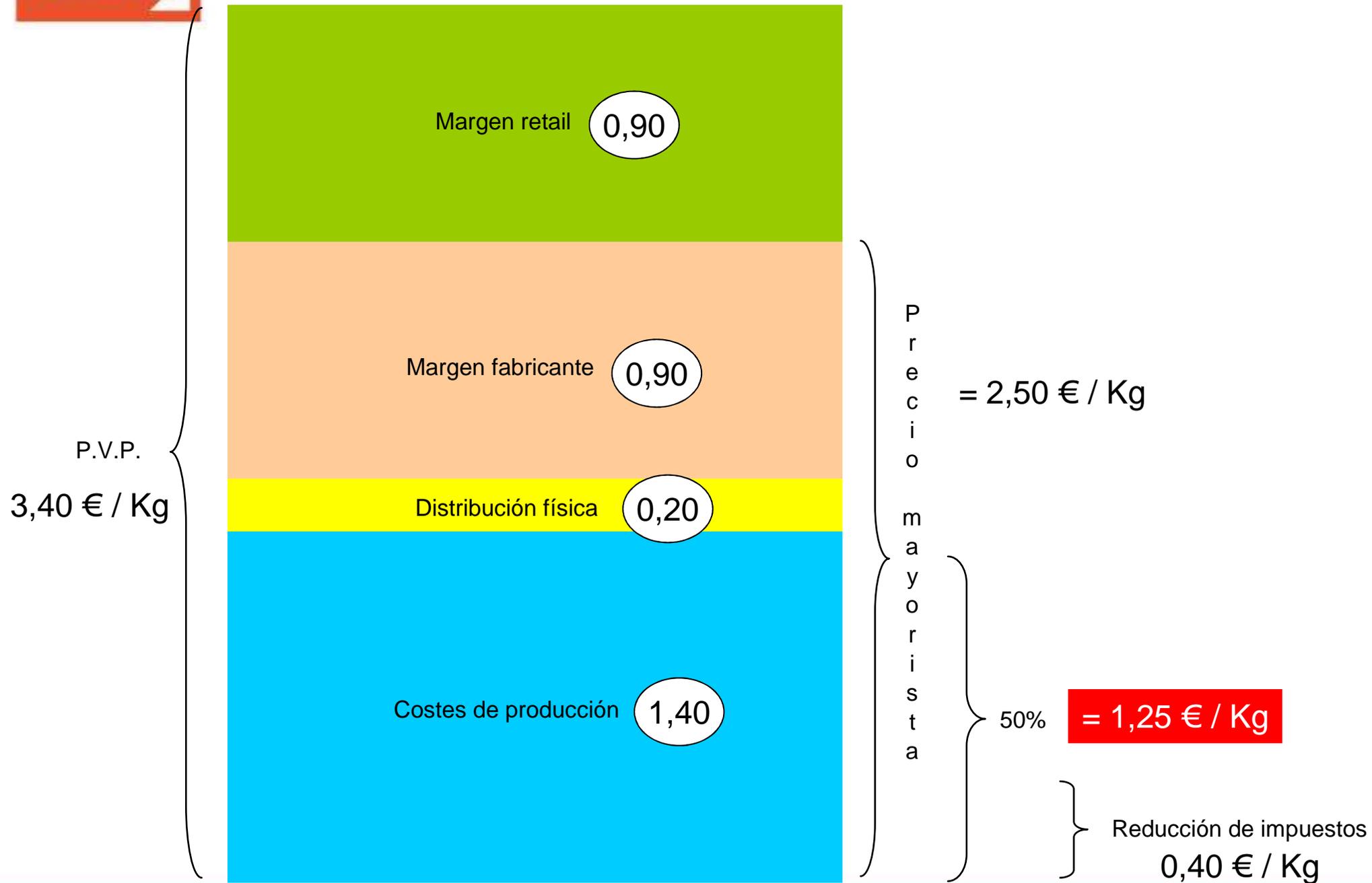


**PRECIOS POR KILO Y PALET EN EUROS**

Enero '11 Ref. T281123		MINIMO		PRECIO KILO					PRECIO PALET				
PROVINCIAS	C.P.	0 30	31 50	51 70	71 100	101 150	150 200	201 300	1 PALET	2 A 3 PALETS	4 A 5 PALETS	6 A 10 PALETS	11 A 15 PALETS
ALBACETE	02	16,65	19,76	0,3230	0,2309	0,2309	0,2309	0,2309	85,59	72,35	64,20	51,38	44,53
ALICANTE	03	16,45	19,17	0,3110	0,2190	0,2190	0,2190	0,2190	85,59	70,38	64,20	51,38	44,53
ALMERÍA	04	18,75	24,24	0,4915	0,3959	0,3232	0,3232	0,3232	104,36	87,83	77,64	61,64	53,08
ANDORRA		20,77	24,94	0,4094	0,2763	0,2763	0,2751	0,2743	122,01	90,05	83,46	71,55	70,27
ÁVILA	05	12,13	20,00	0,2831	0,2574	0,2571	0,2512	0,2271	66,30	54,05	48,04	42,04	39,34
BADAJOS	06	19,34	23,44	0,3863	0,3093	0,2910	0,2910	0,2228	97,43	82,15	71,08	65,42	56,69
BARCELONA	08	17,17	21,33	0,3546	0,2626	0,2626	0,2626	0,2626	94,95	80,25	71,08	56,98	49,39
BILBAO	48	17,09	21,07	0,3494	0,2574	0,2574	0,2574	0,2574	85,59	72,35	64,20	51,38	44,53
BURGOS	09	16,61	19,64	0,3206	0,2286	0,2286	0,2286	0,2286	74,00	62,52	55,53	44,46	38,51
CÁCERES	10	22,02	26,33	0,4316	0,3431	0,3222	0,3222	0,2674	81,55	68,91	61,16	48,94	42,43
CÁDIZ	11	18,73	25,99	0,4488	0,3568	0,3568	0,3568	0,3568	122,01	90,05	83,46	74,55	70,27
CASTELLÓN	12	20,15	23,08	0,3719	0,2387	0,2387	0,2375	0,2366	85,59	70,38	64,20	51,38	44,53
CIUDAD REAL	13	15,70	16,90	0,2652	0,1732	0,1732	0,1732	0,1732	65,59	70,30	64,20	51,30	44,53
CÓRDOBA	14	21,21	26,24	0,4357	0,3026	0,3026	0,3015	0,3005	96,19	82,70	73,72	59,01	51,84
CUENCA	16	16,58	19,55	0,3187	0,2265	0,2265	0,2265	0,2265	85,59	72,35	64,20	51,38	44,53
GERONA	17	20,74	24,84	0,4074	0,2743	0,2743	0,2730	0,2722	97,43	82,15	71,08	61,81	53,59
GRANADA	18	16,74	20,03	0,3285	0,2364	0,2364	0,2364	0,2364	94,95	77,18	71,08	56,98	49,39
GUADALAJARA	19	12,03	19,89	0,2830	0,2571	0,2559	0,2501	0,2206	66,13	53,92	47,80	41,67	36,77
HUELVA	21	25,09	32,33	0,3764	0,3764	0,3764	0,3764	0,3764	122,01	90,05	83,46	74,55	70,27
HUESCA	22	19,83	22,11	0,3523	0,2191	0,2191	0,2179	0,2170	95,80	67,78	61,18	52,27	47,99
IBIZA		39,70	47,22	0,9209	0,9617	0,8099	0,6437	0,6347	192,05	184,96	183,16	183,16	183,16
JAÉN	23	18,13	24,19	0,4124	0,3204	0,3204	0,3204	0,3204	92,90	78,53	69,72	55,76	48,34
LA CORUÑA	15	17,65	22,75	0,3834	0,2914	0,2914	0,2914	0,2914	104,36	87,83	77,64	61,64	53,08
LEÓN	24	17,02	20,87	0,3453	0,2533	0,2533	0,2533	0,2533	92,90	78,53	69,72	55,76	48,34
LÉRIDA	25	20,77	24,94	0,4096	0,2763	0,2763	0,2752	0,2743	97,43	82,15	71,08	65,42	56,69

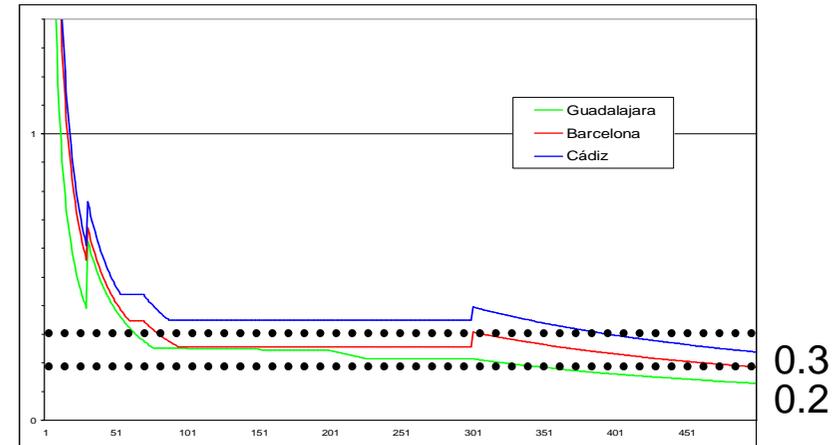






= 1,25 € / Kg

Reducción de impuestos  
0,40 € / Kg



Para pedidos < 500 Kg

- Precio de venta en byeFood 1.25
- Distribución (0.30)
- Margen bruto byeFood (0.10)
- Precio máximo de cesión 0.85
- Logística del proveedor (0.20)
- Ingreso neto del proveedor 0.65 ↔ 0,40

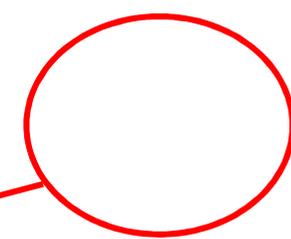
<u>Para pedidos &lt; 500 Kg</u>	<b>promedio</b>	<b>caro</b>	<b>barato</b>
-Precio de venta en byeFood	1.25	2.00	0.90
-Distribución	0.30	0.30	0.30
-Margen bruto byeFood	0.10	0.20	0.09
-Precio máximo de cesión	0.85	1.50	0.51
-Logística del proveedor	0.20	0.20	0.20
-Ingreso neto del proveedor	0.65	1.30	0.31
	↕		↕
-Recuperación por donación	0.40	0.66	0.30

Para pedidos < 500 Kg      promedio      caro      barato

-Precio de venta en byeFood 1.25      2.00      0.90

max 50% precio mayorista  
margen minorista 27%

-Precio venta al público      3.42      5.55      2.50



Por debajo de 2,50 € / Kg el modelo compite con la desgravación por donación



7.40 €



2.50 €



6.40 €



2.90 €



5.10 €



6.40 €



4.40 €



3.80 €



0.75 €



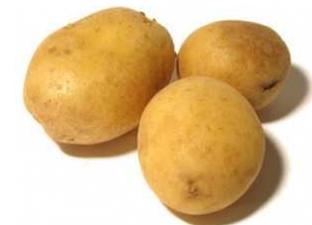
1.68 €



1.05 €



1.90 €



1.00 €



1.55 €



1.20 €



1.08 €

Entrega multi-marca gestionada por byeFood:

Reducción de oferta

Pedidos con muchas referencias

Entregas de fabricante muy desiguales

---

Un producto – directo del fabricante  
Varios productos – vía byeFood

**NOW  
WHAT?**

Varios productos – directo del fabricante  
( pedido mínimo fijados por byeFood )

---



## Pescado y marisco congelado

Cabecera NAMARE		
<a href="#">Hacer un pedido ahora</a>		
<p>Cód 312</p>  <p><b>LANGOSTINO B-1 (16-15) NAMARE</b> CAJA DE 6 EST. DE 2 KG</p> <p>Oferta: <b>13,50 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 313</p>  <p><b>BARBADA FILETE IQF NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>3,30 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 314</p>  <p><b>CALAMAR SUDAFRICA XL NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>4,95 €</b> por Kg</p>
<p>Cód 315</p>  <p><b>COLA LANGOSTINO ARGENTINA PELADA M NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>8,60 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 316</p>  <p><b>COLA LANGOSTINO BANANA PELADA P NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>7,25 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 317</p>  <p><b>COLA LANGOSTINO BANANA PELADA M NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>8,50 €</b> por Kg</p>
<p>Cód 318</p>  <p><b>GAMBA ROJA 5060 NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>4,10 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 319</p>  <p><b>LANGOSTINO 10/20 NAMARE</b> CAJA DE 10 ESTUCHES DE 1 KG</p> <p>Oferta: <b>13,55 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 320</p>  <p><b>LANGOSTINO 16/20 MONDON NAMARE</b> CAJA DE 6 ESTUCHES DE 2 KG</p> <p>Oferta: <b>11,85 €</b> por Kg</p>
<p>Cód 321</p>  <p><b>LANGOSTINO 5060 IQF NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>4,75 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 322</p>  <p><b>LANGOSTINO 5-1 (16/21) NAMARE</b> CAJA CON 10 ESTUCHES DE 1 KG</p> <p>Oferta: <b>9,95 €</b> por Kg</p>	<p>Cód 323</p>  <p><b>POLLO JAMONCITOS NAMARE</b> CAJA DE 5 KG</p> <p>Oferta: <b>2,15 €</b> por Kg</p>
<p>Cód 324</p> 	<p>Cód 325</p> 	<p>Cód 326</p> 

Hacer un pedido ahora



## Queso Tranchettes y Santé

Cód 360



**QUESO RALLADO EN POLVO 45 G SANTIÉ**  
Caja de 24 bolsas x 45 g  
Caducidad: 19/07/2011

Oferta: **4,59 €** por Caja

Cód 361



**QUESO RALLADO EN POLVO 90 G SANTIÉ**  
Caja de 30 bolsas x 90 g  
Caducidad: 20/07/2011

Oferta: **11,43 €** por Caja

Cód 362



**QUESO RALLADO HILO 45 G SANTIÉ**  
Caja de 24 bolsas x 45 g  
Caducidad: 19/07/2011

Oferta: **4,59 €** por Caja

Cód 353



**QUESO EN LONGHAS TIPO BURGUER 6 UJ TRANCHETTES**  
Caja de 15 packs de 6 lonchas  
Caducidad: 02/10/2011

Oferta: **5,64 €** por Caja

Cód 354



**QUESO EN LONGHAS TIPO PIZZA 12 UJ TRANCHETTES**  
Caja de 24 packs de 12 lonchas  
Caducidad: 20/09/2011

Oferta: **12,69 €** por Caja

Cód 355



**QUESO EN LONGHAS LIGHT 8 UJ TRANCHETTES**  
Caja de 16 packs de 8 lonchas  
Caducidad: 06/09/2011

Oferta: **5,64 €** por Caja

Cód 356



**QUESO EN LONGHAS 16 UJ KRAFT TRANCHETTES**  
Caja de 24 packs de 16 lonchas  
Caducidad: 25/06/2011

Oferta: **16,92 €** por Caja

Cód 357



**QUESO EN LONGHAS 16 UJ + 2 Gratis TRANCHETTES**  
Caja de 24 packs de 18 lonchas  
Caducidad: 02/09/2011

Oferta: **19,04 €** por Caja

Cód 358



**QUESO EN LONGHAS 12 UJ TRANCHETTES**  
Caja de 24 packs de 12 lonchas  
Caducidad: 10/09/2011

Oferta: **12,69 €** por Caja

Cód 359



**QUESO EN PORCIONES 24 UJ TRANCHETTES**  
Caja de 24 envases de 24 porciones  
Caducidad: 21/09/2011

Oferta: **21,15 €** por Caja

Cód 360



**QUESO RALLADO EN POLVO 45 G TRANCHETTES**  
Caja de 24 bolsas x 45 g  
Caducidad: 02/09/2011

Oferta: **4,59 €** por Caja

Cód 361



**QUESO RALLADO EN POLVO 90 G TRANCHETTES**  
Caja de 30 bolsas x 90 g  
Caducidad: 12/10/2011

Oferta: **11,48 €** por Caja

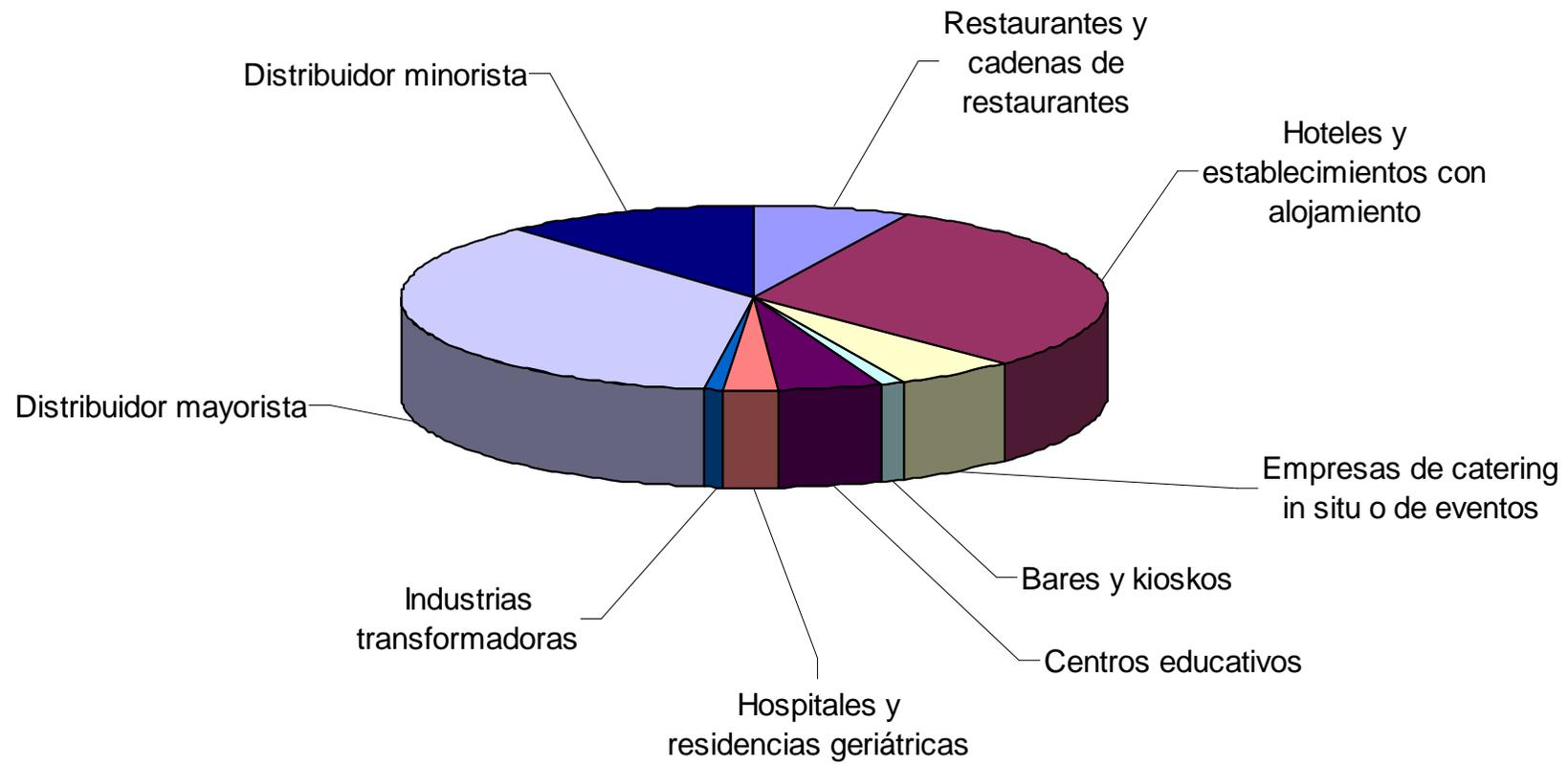
[Hacer un pedido ahora](#)



## Marisco gallego pasteurizado

<p>Cód 257</p>  <p><b>MEJILLÓN GALLEGO PASTEURIZADO CAL.25/30 TANFRESCO</b> Caja con 10 ó 20 bolsas de 500g</p> <p>Oferta: <b>1,85 €</b> por Bolsa</p>	<p>Cód 258</p>  <p><b>BIGARO GORDO PASTEURIZADO TANFRESCO</b> Bolsas 450g en cajas de 8, 12 ó 24</p> <p>Oferta: <b>3,40 €</b> por Bolsa</p>	<p>Cód 259</p>  <p><b>NAVAJA GALLEGA PASTEURIZADA TANFRESCO</b> Bolsa 290g en cajas de 8, 12 ó 24 bolsas</p> <p>Oferta: <b>4,90 €</b> por Bolsa</p>
<p>Cód 260</p>  <p><b>ALMEJA JAPÓNICA GORDA PASTEURIZADA TANFRESCO</b> Bolsa 450 g</p> <p>Oferta: <b>6,90 €</b> por Bolsa</p>	<p>Cód 261</p>  <p><b>BUEY PASTEURIZADO TANFRESCO</b> Bolsa 1 ud 750 g aprox</p> <p>Oferta: <b>6,96 €</b> por Bolsa</p>	<p>Cód 262</p>  <p><b>BERBERECHO GALLEGO PASTEURIZADO TANFRESCO</b> Bolsa 450 g</p> <p>Oferta: <b>3,89 €</b> por Bolsa</p>
<p>Cód 263</p>  <p><b>PULPO PASTEURIZADO TANFRESCO</b> Envase 200g</p> <p>Oferta: <b>4,70 €</b> por Bolsa</p>	<p>Cód 264</p>  <p><b>PREPARADO DE PAELLA PASTEURIZADO TANFRESCO</b> Bolsa 450 g</p> <p>Oferta: <b>3,70 €</b> por Bolsa</p>	





1. Necesidad real del fabricante
  2. Mercado dispuesto a escuchar
  3. Logística: clave para la sintonía fina
  4. Internet: transacciones sin coste
  5. Prueba y error
-

*«Éxito es la habilidad de ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo»*

Winston Churchill

---

Gracias por su atención

[javier.arbex@byefood.com](mailto:javier.arbex@byefood.com)

---

# **Creatividad, Productividad y Marco Jurídico en las Operaciones Logísticas**

Universidad Católica Argentina (UCA)  
Salón Juan Pablo II, Puerto Madero  
27 de Abril 2011



## **Proyecto a Desarrollar sobre:**

**“PROMOCION DE LAS BUENAS PRACTICAS DE GESTION  
Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL EN LA CADENA  
LOGISTICA”**

**“ UN ENFOQUE INTEGRAL PARA EL SECTOR DEL  
TRANSPORTE Y LA LOGISTICA”**

## ANTECEDENTES. ¿DE DÓNDE PROCEDE LA IDEA DE PROMOVER ACTIVAMENTE LA GESTION Y LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIA?

La misión de CEDOL se basaría en :

1. PROMOVER un clima de negocios donde se propicie la libertad de emprender el crecimiento sostenible de las empresas y su transparencia
2. IMPULSAR los cambios necesarios en todos los campos (legislativos, tecnológicos, de infraestructuras, eco; sociales , académicos y laborales) para conseguir llevar los principios a toda la Cadena de Abastecimiento
3. CONTRIBUIR a hacer más EFICIENTE y EFICAZ el “Sistema Logístico Argentino”
4. AVANZAR hacia una gestión acorde con la Responsabilidad Empresarial y que la misma se extienda a lo largo del la Cadena de Abastecimiento

Se han seleccionado los siguientes principios a desarrollar en forma conjunta con el resto de los actores de la SC

1. Ética EMPRESARIA (Libre competencia, comportamiento fiscal , competencia acorde a las buenas practicas empresarias, defensa de los clientes y proveedores)
  2. Respeto al capital humano que integra la cadena (respeto a la gente)
  3. Respeto al medio ambiente en el cual desarrollan sus actividades (Respeto del medio y sus leyes)
  4. Compromiso Solidario con el Contexto ( Apoyo a iniciativas solidarias con la sociedad y el contexto en el cual se desarrolla las actividades – acudir a llamados de socorro)
-

Se han seleccionado los siguientes principios a desarrollar en forma conjunta con el resto de los actores de la SC

5. La buena Gestión Empresarial ( Referido a la transparente administración de los negocios)
  6. Cumplimiento de los estándares de seguridad ( en toda la cadena )
  7. La creación conjunta de valor agregado ( el ganamos todos )
-



**¡GRACIAS  
A  
TODOS!**

**POR  
VUESTRO  
APOYO  
Y  
CONFIANZA**



*Fin.*

---