

# LOGÍSTICA EN EL SECTOR ALIMENTARIO

Eficiencia económica y sostenibilidad

María Jesús Sáenz  
([mjsaenz@zlc.edu.es](mailto:mjsaenz@zlc.edu.es))

11 de Abril de 2013, Jornada “Alimentos ecológicos: un futuro esperanzador”

# INDICE

- \* Logística en alimentación: desafíos
- \* Canales de distribución
- \* Estrategias de aprovisionamientos y logística
- \* ¿Zaragoza como hub logístico?
- \* Innovación en el sector
- \* Colaboración logística en sector alimentación
- \* ¿Es la logística una oportunidad de desarrollo profesional?

# LOGISTICA EN ALIMENTACIÓN

## \* DESAFIOS DE LA LOGISTICA EN ALIMENTACION

### => PARTICULARIDADES PRODUCTOS ECOLOGICOS:

- \* PYMES
  - \* LOGISTICA DE Ta CONTROLADA
  - \* EL SERVICIO ES CLAVE
  - \* EXIGENCIAS DE LAS GRANDES SUPERFICIES
  - \* O ALCANCE LOCAL
  - \* CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE
  - \* ECOTRANSPORTE
  - \* COLABORACIÓN CON PRODUCTORES
  - \* TRAZABILIDAD COMPLETA... “desde la tierra hasta la despensa”
  - \* ORGANIZACIÓN LOGÍSTICA COMÚN
- 
- \* ¿QUE HACEMOS CON EL SOBREPRECIO?



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

- \* Cadena de valor:



- \* Canales de distribución

- \* Distribución convencional (35%-40%)
- \* Distribución especializada (50%-60%)
- \* Canal Food Service (2%-3%)

Fuente: Informe del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

- \* Se caracteriza por una red dispersa, múltiples referencias y volúmenes reducidos => efectos en costes y márgenes
- \* Dificultad para alcanzar umbrales de dimensión y eficiencia
- \* Elevado peso específico de canales “cortos o semicortos”: asociaciones, venta directa, venta de proximidad

Fuente: Informe “Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta”

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente

# CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- \* Canales minoristas especializados:
  - \* Grandes tiendas ecológicas
  - \* Posible compra on-line con entrega en domicilio
  - \* Pequeñas y medianas tiendas
  - \* Herbolarios
  - \* Asociaciones de consumidores
  - \* Venta directa y/o de proximidad
    - \* Directa: Canal distribución “semicorto” con entrega a domicilio
    - \* De proximidad en mercadillos, ferias,...
    - \* On-line: En el caso de plataformas asociadas a mayoristas no se simplifica la cadena logística
  - \* Otros canales (mercadillos, ferias, eventos, regalos,...)
  - \* Formatos especializados de “alto-standing”: Gourmet, delicatessen,...

# ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO Y LOGISTICA

## \* Evolución prevista

	Año 2010	Horizonte 2020-2025
% Consumo de ecológicos s/total	1%	2% - 3%
Número de compradores habituales	500.000 – 600.000	1.000.000 – 2.000.000
Valor promedio de la compra (€)	30 – 40	50 – 70
Valor del mercado (M.€)	900 – 920	2.500 – 4.000

Fuente: Entrevistas realizadas , Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

## \* Esta expansión teórica necesitaría soportarse en:

- \* Cadenas de aprovisionamiento lo mas corta posibles
- \* Implantación en los lineales de venta de la distribución convencional
- \* Transformación, Innovación y Potenciación de los canales minoristas especializados

# ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO Y LOGISTICA

- \* Adaptaciones de los canales minoristas:
  - \* Expansión de las tiendas ecológicas y también venta on-line apoyado con:
    - \* sistemas logísticos optimizados para una distribución capilar viable
    - \* Integraciones con asociaciones de consumidores
  - \* Implantación de auténticas plataformas virtuales de comercialización, distribución y logística: Drop Shipping



Fuente: Informe “Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta”

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente

# ZARAGOZA ¿HUB LOGÍSTICO?

- \* ¿ZARAGOZA COMO HUB LOGÍSTICO PARA PRODUCTOS ECOLOGICOS DEL VALLE DEL EBRO?

- \* Ya que:

- \* Infraestructuras logísticas
- \* Conexión con mercados  $r=300\text{km}$
- \* Comunicaciones
- \* Cultura de la logística

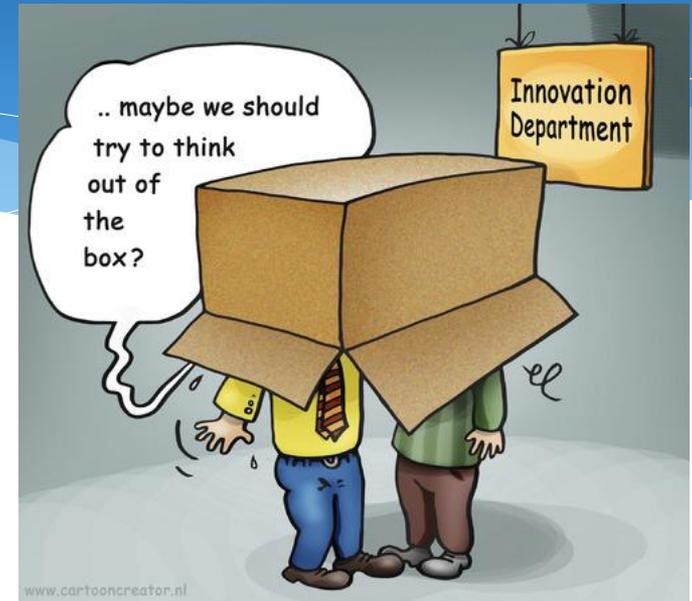


- \* Otras experiencias:

Andalucía – Unidad Logística de Alimentos Ecológicos (Santa Fe)

Castilla y León: CyLog, y Tierra de Sabor

# INNOVACIÓN EN LOGÍSTICA



- \* Nuevas tecnologías o uso de las existentes
- \* Nuevos (o mezcla) canales de distribución: diferenciación en servicio
- \* Colaboración y coordinación, vertical y horizontal

# COLABORACIÓN LOGÍSTICA EN EL SECTOR ALIMENTACIÓN

## EVENTO 17 ABRIL 2013

**Lugar:** Zaragoza Logistics Center

**Objetivos:**

- \* **detectar oportunidades** de mejora en los procesos logísticos de distribución de productos de alimentación, **fomentar la colaboración entre empresas** del sector, así como detectar futuras áreas de innovación colaborativa, que permitan aprovechar las posibilidades de **ahorro** inherentes en estas prácticas de colaboración
- \* promover la reflexión conjunta de los diversos **agentes:** operadores logísticos, cadenas de alimentación, fabricantes o transformadores de productos y asociaciones

10:00h	<b>Bienvenida.</b> Sr. D. Javier Navarro Espada, Director General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Gobierno de Aragón
10:15h	<b>Beneficios en la colaboración horizontal: sinergias y ahorros en logística</b> María Jesús Sáenz, Directora del Programa de Doctorado y Profesora, Zaragoza Logistics Center
10:35h	<b>Experiencias de colaboración horizontal desde el sector alimentación</b> Francisco Latre, Director de logística y compras de Grandes Vinos y Viñedos Javier Romero, Responsable de logística de Pastas Romero Ernesto del Rio, Responsable de logística de Lapasión
11:00h	Mesa redonda: <b>El rol de la gran distribución en la logística alimentaria</b> Fernando Carreras, Director General de la División de Carreras Grupo Logístico José Andrés de Andrés, Director de Transportes de Carrefour Roberto Pascual, Director Retail DHL Supply Chain José Ignacio Llorente, Director Plataforma Productos Gran Consumo de Simply
11:45h	<b>Pausa-café</b>
12:15h	<b>Sesiones de trabajo:</b> Oportunidades de colaboración horizontal para nuestras empresas
13:15h	Presentación de <b>conclusiones y discusión</b>
13:45h	<b>Cierre de la jornada.</b> D. José Antonio Briz Sánchez, Presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón (AIAA)
14:00h	Final de la jornada (AIAA)

# ¿ES LA LOGÍSTICA Y SCM UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO PROFESIONAL?

- el **éxito** de **empresas globales** líderes en su sector radica en su estrategia de **supply chain**:    
- el **38%** de los **directores** de **supply chain** tienen un papel clave en el diseño de la estrategia empresarial
- el perfil de **experto** en **supply chain** es muy **demandado** por la escasez de personal cualificado

# LOGÍSTICA EN EL SECTOR ALIMENTARIO

Eficiencia económica y sostenibilidad

# GRACIAS POR SU ATENCIÓN



M<sup>a</sup> Jesús Sáenz  
([mjsaenz@zlc.edu.es](mailto:mjsaenz@zlc.edu.es))  
[www.zlc.edu.es](http://www.zlc.edu.es)