



Logística

Promociones

Gran Consumo

## VISIÓN LOGÍSTICA DE LAS PROMOCIONES

AECOC analiza el rol de la logística  
en las promociones a través de empresas líderes

3 · Julio · 2014 Barcelona

295 € + 21% IVA

20% descuento a partir del 2º  
inscrito de la misma empresa.

Entre las prioridades de mejora en las relaciones fabricante - distribuidor del Comité de Logística de AECOC para el 2014 se encuentra una nueva línea de trabajo donde se abordará la mejora de la disponibilidad del producto en el lineal especialmente en periodos promocionales y la correcta planificación de las mismas.

En esta jornada, expertos del sector explicarán sus proyectos internos en este sentido y cómo gestionar y adaptar sus cadenas de suministro.

### ¿SABÍA QUE...?

- Las acciones promocionales incentivan las ventas, el punto de venta es esencial y el lineal es una pieza clave.
- España se sitúa en el cuarto país europeo en actividad promocional y 1/4 de las ventas de fabricantes se realiza actualmente bajo una promoción.
- En el pasado Congreso AECOC de Supply Chain, el 35% de los asistentes reconocía que desconocía la disponibilidad de su producto en el punto de venta.

### OBJETIVOS DE LA JORNADA:

- Conocer la situación del mercado promocional en España.
- Conocer las recomendaciones AECOC sobre promociones eficientes.
- Aprender de la gestión de los líderes del sector.
- Intercambiar conocimiento y experiencias con otros profesionales.

# VISIÓN LOGÍSTICA DE LAS PROMOCIONES

AECOC analiza el rol de la logística en las promociones a través de empresas líderes

3 · Julio · 2014 Barcelona

## PROGRAMA

10.00h Bienvenida y presentaciones.

### El peso de la promoción en el sector de gran consumo

Cuando hablamos de promociones ¿qué porcentaje de las ventas nos estamos jugando? ¿Cuáles son las claves para gestionar de forma eficiente la planificación, ejecución y medición de los resultados de las promociones? ¿Qué es una promoción eficiente? En todo este proceso, ¿Qué importancia tiene el consumidor?

**Rosario Pedrosa.** Gerente Área de la Demanda.



### En busca del Santo Grial: impacto de las promociones en la planificación de la demanda

Ponencia de marcado carácter conceptual que permite asentar las bases del análisis del impacto de la actividad promocional en la previsión de la demanda, conocer aspectos metodológicos generales y lograr una autoevaluación inicial. Entenderá los principios analíticos de eficiencia de promociones desde una perspectiva logística y su oferta de valor para las áreas de Trade Marketing.

**Enric Parera.** Director General.



Pausa café

### Básicos de la promoción, precio y disponibilidad de producto

En esta ponencia, Carrefour aportará desde una visión integral cuáles son los puntos clave del suministro desde el lineal al proveedor y cómo se debe estar organizado internamente para dar respuesta a una promoción. Asimismo explicará el rol de las herramientas de gestión para ayudar a garantizar la disponibilidad de la promoción y cómo los entornos colaborativos entre distribuidor y fabricante pueden mejorar la satisfacción del cliente.

**Ana Pulido.** Directora de Aprovisionamiento a tiendas.



#### DIRIGIDO A:

- Responsables y mandos intermedios de operaciones, logística y customer service de fabricantes, distribuidores y operadores logísticos.
- Proveedores de tecnología y servicios.
- Responsables de aprovisionamiento y de planificación.

### Planificación operativa de la actividad promocional en Campofrío España

Visión end to end del funcionamiento de las promociones en Campofrío, desde la idea inicial de la promoción hasta la de su valoración final pasando por la coordinación interna dentro del departamento de S&OP, la planificación de la producción y la distribución, y la colaboración con el cliente.

**Ismael Martínez-Acitores.** Responsable Supply Planning.



### Fabricante y distribuidor combinando procesos y tecnología en su justa medida.

Grupo Eroski compartirá con los asistentes la situación actual, su enfoque y las barreras que se han ido encontrando en un panorama en el que la clave radica en las estrategias de colaboración.

**Sergio De Miguel Taroncher.** Director de Aprovisionamiento.



Cóctel

15.00h Fin de Jornada

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN AECOC JORNADAS 2014

## VISIÓN LOGÍSTICA DE LAS PROMOCIONES

AECOC analiza el rol de la logística en las promociones a través de empresas líderes

Todos los datos solicitados son de carácter profesional.  
Envíe el siguiente boletín al fax 93 280 21 35 o al mail: [formacion@aecoc.es](mailto:formacion@aecoc.es).  
Recibirá respuesta por e-mail confirmando plaza e indicando el lugar de celebración.

Empresa: ..... NIF: .....

Dirección: .....

Población: ..... Código postal: .....

Teléfono: ..... Fax: .....

Asistente 1: .....

e-mail: ..... Cargo: .....

precio de la inscripción: 295€ + 21% IVA

Asistente 2: .....

e-mail: ..... Cargo: .....

precio de la inscripción: 236€ + 21% IVA

Persona que hace la inscripción y e-mail: .....

Importe total de la inscripción: ..... + 21%IVA= .....

### Opciones de pago de la inscripción:

- Por transferencia a la cuenta AECOC nº (ES59) 0049 – 1806 – 90 – 2211869811 (Swift: BSCHEMM). Debe adjuntarse el comprobante de pago (indicando nombre empresa, nombre de la actividad y fecha de la sesión) antes de la realización de la sesión.
- Con número de pedido: Indíquelo aquí: .....

### Cancelaciones y cambios de asistente:

Notificar ambos casos en el correo [formacion@aecoc.es](mailto:formacion@aecoc.es)

- Podrá cambiar de asistente hasta 24 horas antes de la sesión
- Cancelaciones tardías o No asistencia: No se reintegrará el importe de la sesión en cancelaciones en las 72 horas anteriores a la misma o en casos de no asistencia sin avisar con 72 horas de antelación.

### Firma y Sello de la empresa:

Sus datos de contacto aquí recogidos se incluirán en la base de datos de AECOC.

Si no desea que la usemos para facilitarle información sobre nuestros servicios marque esta casilla  y envíenos este boletín debidamente cumplimentado.