

para satisfacer la demanda de los clientes".

Morena destacó que en lo que va de la temporada "la zona de Villa Carlos Paz aumentó más que el promedio, sobre todo en lo que respecta a combustible, mientras que en la costa, se percibe un incremento en la venta de bebidas". Como dato testigo del incremento de la actividad explicó que "no sólo los cajeros que están instalados en los puntos turísticos triplican o cuadruplican la recarga diaria sino que además, muchos bancos instalan nuevas unidades para dar respuesta al incremento temporario de la población".

Pico estacionario

"La temporada fuerte se inicia a partir de las primeras semanas de enero hasta fines de febrero, cuando comienza el período de la vuelta al colegio. La temporada de verano es la continuación de la temporada de Navidad que comienza a principios de noviembre", afirmó el vocero de Walmart. El mismo cronograma planearon en Coca-Cola aunque "en 2014 hubo una demanda elevada hacia fines de diciembre, a partir del calendario de feriados generó un parate y, en consecuencia, la gente se trasladó a la costa atlántica".

Por otro lado, Beltrán Simo indicó que "el período vacacional de la gente se fue acortando respecto de la tradicional quincena, pasando a ser sólo algunos días o una semana, pero con una frecuencia mayor de viajes al año". De todas maneras consideró que en general "la prolongación de la temporada no ha sufrido mayores variaciones en estos últimos años", y opinó que "si bien el aumento de los feriados en el año es muy favorable para el consumo, afecta el abastecimiento, ya que en esos días no tenemos distribución a los clientes, y esto genera una complejidad adicional en las entregas de esta región".

En el caso de la cerveza que produce CCU, Caspani planteó que en los 90 se consolidó "como la bebida con alcohol más compartida por los argentinos en momentos sociales: fácil de tomar, poca graduación alcohólica. Esa preferencia permitió que la estacionalidad del consumo se modifique: sin llegar a equiparar los meses de invierno y verano, la curva ya no es tan pronunciada. Hoy, entre los meses de septiembre y enero se concentra el 50% de las ventas. Mientras junio es el mes de menores volúmenes, diciembre y enero se disputan el mayor consumo".

"Este año en la costa atlántica se adelantó el inicio de la temporada ya que hay una tendencia a pasar las fiestas en lugares turísticos y los feriados favorecerán esta preferencia", confirmó Juan Giménez, de YPF. El consumo "fuerte" de combustible llega hasta el 15 de febrero, aunque estimó que la temporada se extenderá en las principales zonas turísticas (Neuquén, Buenos Aires-costa atlántica, Misiones, Mendoza, San Luis y NOA) gracias a los feriados de carnaval fijados para el 16 y 17 de febrero.

Abastecer en vacaciones de verano genera bemoles; por un lado, crecen las ventas en algunas plazas pero, por el otro, desde un punto de vista logístico significa para los operadores "realizar esfuerzos de coordinación y costos para poder ofrecer un mejor servicio", planteó Constantino Theriano de Carrefour luego de destacar que "la sensibilidad del comportamiento de la demanda, vuelve más delicadas a aquellas variables no controlables. Por ejemplo, los factores climáticos pueden volcar al cliente a acercarse o no al supermercado, y al ser tantos los consumidores en zonas turísticas existe una alerta constante; lo que nos obliga a mantener un contacto diario con las tiendas", concluyó. ■



El grupo CCU quintuplica la cantidad de camiones enviados a la costa



Walmart aprovecha la sinergia de tener locales en todo el país

FOTOS CCU Y WALMART

NUEVAS VARIABLES

UNA PLANIFICACIÓN REVOLUCIONADA POR LA TEMPORADA Y POR LOS FERIADOS PUENTE

Juan Aguilar
PARA LA NACION

Todo resuena a una apacible calma en las grandes ciudades del país y parecen darse las condiciones óptimas para el abastecimiento. Pero la realidad es que el consumo se traslada de las grandes ciudades a los centros de turismo, y con él las operaciones vinculadas con la producción como el transporte, tanto a subdepósitos como a los centros de distribución, bases de crossdocking, distribuidores, concesionarios o almacenes. Nuestro sector se caracterizó históricamente por tener una marcada estacionalidad

que abarca desde mediados del mes de octubre hasta fines de diciembre, con un importante incremento de los volúmenes movidos hacia finales de año. Con el inicio del período vacacional, ferias y recesos, el consumo disminuye significativamente en los grandes centros urbanos y parte de éste se traslada a los centros turísticos, principalmente, hacia la costa atlántica. De esta manera, y para dar respuesta a esta demanda, en los centros turísticos se articulan acciones entre actores de carga y operadores logísticos, que son coordinados dentro de un equilibrio operativo y económico de

manera tal que no se generen distorsiones ni desvíos, tanto en los costos como en la calidad de servicio. En algunos casos puede darse la situación de que se triplique la bodega transportada en los períodos estivales, razón por la cual toda esa planificación se realiza minuciosamente en función de las "expectativas" que genera el mercado, teniendo además como referencia las proyecciones de consumo. El problema es que desde hace varios años las estimaciones son muy volátiles, por diversos factores que no sólo son económicos, sino además se vinculan directamente con la incorporación

de los feriados puente, que han modificado el modo de vacacionar, acortando las estadías tradicionales en los centros turísticos. En consecuencia, la respuesta que se debe dar a la demanda es menor y toda la cadena de abastecimiento, almacenamiento y transporte se ve afectada, alcanzando una retracción en los volúmenes de operación que supera el 20 por ciento en algunas marcas y regiones del país contra el mismo período del año anterior. ■

El autor es presidente de la Cámara Empresaria de Autotransporte de Bebidas