

DISEÑO REGIONAL

Una operación logística que termina en brindis

Estacionalidad y costos, algunas de las trabas que condicionan la distribución de los espumantes; por qué Moët Hennessy Argentina eligió un modelo de tercerización

Eduardo Pérez
REDACCIÓN EKSPOTRADE

El champagne ha sido vinculado con las festividades durante más de 300 años y desde que el benedictino Dom Pérignon perfeccionara su método de elaboración, su fama se extendió por el mundo e impulsó la aparición de otros vinos espumosos de similar factura que invadieron las ceremonias de todo tipo acompañando tanto exquisitos como comidas más populares.

La producción de espumosos en la Argentina es menor que la de otros tipos de vinos, pero conlleva cierta importancia dada la alta demanda que se genera especialmente entre noviembre y diciembre de cada año. "El pico de estacionalidad es muy marcado, comienza en octubre, cuando los volúmenes de demanda aumentan considerablemente", explicó Ezequiel Patricola, gerente de Logística y Administración de Ventas de Moët Hennessy Argentina, empresa responsable de la administración de más de una decena de marcas tradicionales de la industria de las bebidas alcohólicas, que se instaló en el país hace 57 años, pero que tiene presencia mundial desde hace 250 años.

El directivo destacó que "la empresa trabaja totalmente *outsourcing*, con operadores logísticos tercerizados", por lo que en esas épocas del año "escuchando nuestros operadores se suman a nuestro proceso de estacionalidad aumentando la curva de recursos, ya sea desde el transporte, el personal y el estacionamiento".

La empresa realiza el 63% de la distribución de sus vinos en la ciudad de Buenos Aires y desde allí hacia el sur del país, aunque dispone de otros centros ubicados en Mendoza, Córdoba, Tucumán, Rosario y Bariloche. En todos los casos la operación logística de los productos vitivinícolas se inicia desde la bodega en Luján de Cuyo, con el producto terminado, luego del proceso de elaboración que se inició con la vendimia.

Al reseñar la operación, Patricola indicó que "una vez que se recibe en el *warehouse* principal, en Mendoza, cuando ya tiene el tiempo de botella establecido para la distribución, el producto sale hacia los siete depósitos en distintos puntos del país y luego se hace la distribución en base a la demanda de los clientes". En cuanto a los inconvenientes que se presentan a la hora de la operación, reconoció que cada localidad y depósito tiene sus complicaciones propias.

A pesar de esa dispersión en las



Uno de los depósitos de Transporte Andreu

ANDREU

características de cada establecimiento, Patricola aseguró que "al de la Capital podríamos ponerlo como ejemplo, porque es el que tiene todas las problemáticas, dado que tiene montones de barreras para el ingreso a la ciudad, ya sean los peajes o el tránsito".

A esas contingencias propias de la tarea en cada sede, agregó que "la realidad es que los tiempos de distribución se han achicado mucho, las necesidades de entregas son más ágiles, se necesita disponer de la mercadería más rápido y se hace mucho más difícil. Uno de los problemas que uno encuentra es que la necesidad de los clientes es mucho más alta que la frecuencia de entrega".

Al abordar la cuestión de los costos logísticos, Patricola aceptó que "son temas delicados tanto para el operador como para el dador de la carga. En nuestro caso tienen un impacto fuerte en la operación porque somos muy ad hoc nuestro servicio, somos exigentes en muchas cosas, lo que nos encarece ese costo".

"La realidad es que el costo logístico en cualquier operación es caro, no por el operador, sino por las circunstancias y tiene un impacto negativo para ambos lados, porque tanto el dador tiene que ceder como, a veces, el operador cede y eso genera un perjuicio, va socavando ese margen para un lado y para otro. Es el contexto el que va generando esto, no es atribuible al operador ni

NUEVA HERRAMIENTA

RESERVA ONLINE

La firma mendocina Andreu lanzó su plataforma en internet de consolidados, como una herramienta para el transporte de cargas palletizadas en el tramo Mendoza-Buenos Aires y Buenos Aires-Mendoza. La misma permite reservar y reservar espacio en el camión que ofrece la empresa para el servicio. El espacio mínimo a reservar es el de un pallet, cuyas dimensiones estándar son de algo más de un metro cúbico y un máximo de 1000 kg cada uno.

"Desarrollamos la plataforma pensando en disminuir los costos logísticos de los clientes con un volumen de carga menor al de un camión. Así, y a partir de la aplicación de tecnología e innovación logramos que sus costos se asimilen a dadores de carga con mayor volumen", dijo Fabián Andreu, director de la empresa.

al dador. El costo logístico no es el mejor amigo de la operación", enfatizó el directivo.

La tercerización

Al hacer precisiones sobre el desarrollo de la operación de distribución hasta los clientes, afirmó: "Trabajamos con varios tipos de operadores. Tenemos el que hace el interdepósito, el *warehouse* principal entre los distintos depósitos; los que hace distribución en las distintas zonas" y relató que a partir de 2000, por decisión de la propia compañía se tercerizó el proceso. "A partir de ese momento asumimos esa decisión sabiendo que el que conoce el trabajo logístico es el operador. Somos productores de vino, no logistas. Es la posibilidad de que el operador nos dé un mejor servicio que el que podíamos desarrollar".

Más allá de las diferencias entre los tramos de las operaciones, los requisitos para encarar el trabajo junto a Moët, Patricola hizo hincapié en que al momento de elegir "es muy importante la estructura, también la forma en que puede responder ante determinadas situaciones propias del sector. Es muy importante la capacidad de manejo que tiene de la distribución, del *warehouse*, la informática es un pilar hoy destacado dentro del área logística, ya que el área de administración de ventas está muy vinculada con el área logística. Fundamentalmente,

algo muy importante es la confianza, la comunicación y el tirar hacia el mismo lado".

Una de las empresas dedicadas a la operación de Moët, es Transportes Andreu. Su director, Fabián Andreu, explicó que "la operación más típica es la de transporte completo de un solo cliente. En el caso de Chandon, vamos a cargar a bodega o en nuestro depósito con producto que ya está en guarda, se carga y se envía hacia su destino en Buenos Aires, que puede ser un supermercado directo o su distribuidor en Capital y Gran Buenos Aires".

En consonancia con el resto del sector vitivinícola, los volúmenes de la empresa han descendido, según reconoció Andreu, quien explicó que a pesar de eso "es una empresa que tiene planificaciones a muy largos plazos. Tenemos una planificación de acompañamiento hasta 2020, en cuanto a operaciones logísticas y, luego, se van ajustando año a año, en función de los proyectos que van habilitando desde Francia".

En esa línea, agregó que "se cumplieron las expectativas en cuanto a este producto en el cierre del año pasado. Se esperaba un poquito más de ventas, quedó algo sin vender. Normalmente es un producto que se trabaja sobre temporada, pero fue como el resto de la actividad económica y el resto de la industria".

447.993

HECTOLITROS

Es la cantidad de vinos espumosos que se comercializaron en el país el año pasado

14

POR CIENTO

Fue lo que cayeron las ventas en el mercado interno en 2016

LÍDER

MENDOZA

En esa provincia cuyana se produce casi todo el espumante del país

Toribio Achával

INMUEBLES INDUSTRIALES & LOGÍSTICOS

industria@toribioachaval.com

4819-4040