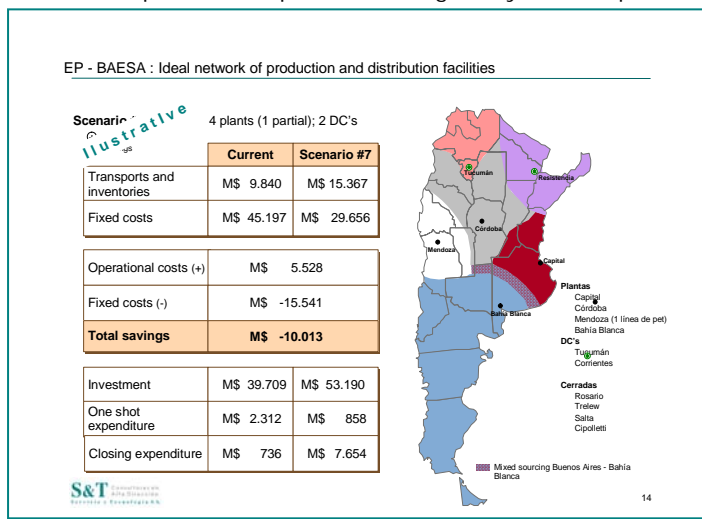


Success story

Administración de los activos fijos con SCM: Gaseosas

El mercado de gaseosas es muy competitivo, compuesto por dos grandes franquicias internacionales como lo son Coca Cola y Pepsi Cola, retadas por marcas locales, especialmente en los segmentos de bajos precios, en los que llegan a los consumidores a través de canales de marketing masivos.

El despliegue de la capacidad es, en el sector de gaseosas, una cuestión muy compleja, debido a la proliferación de productos -típico de la categoría- y los múltiples envases y factores de acondicionamiento



que afectan la forma en que el producto es distribuido y consumido. Botellas retornables de vidrio, PVC, PET, en 8, 10, 12, 20, 24, 32 y 36 onzas, tanques (kegs) pre- mezclados y post-mezclados, para el segmento listo para beber y botellas no retornables, latas y contenedores bag in box de múltiples materiales, tamaños y agrupaciones, hacen del empleo de capacidad de producción y distribución y de su correcta explotación una tarea compleja.

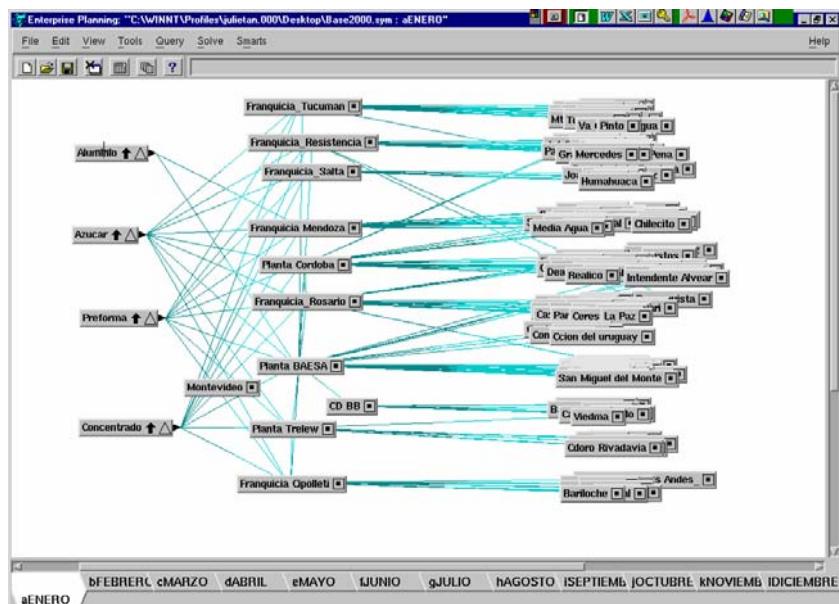
Siendo el ámbito de este producto un factor determinado territorialmente, cambios en el modo en que las ventas están geográficamente segmentadas y organizadas producen diferencias enormes en los costos de envasado y distribución; y en

la distribución de los márgenes entre las franquicias, minoristas y embotelladoras.

Pepsi Cola en Argentina es embotellada y distribuida por BAESA, que cubre todo el país como un solo territorio de venta con 3,5 millones de km² y un par de millones de puntos de venta en todos los segmentos del mercado.

El vasto territorio de BAESA es resultado de la absorción de pequeñas áreas antes explotadas por embotelladoras independientes, cada una de las cuales contaba con una red de instalaciones de embotellamiento y centros de distribución. El valor agregado por cada una de estas instalaciones al territorio nacional consolidado fue valuado mediante un modelo integrado, calculando el costo total de servir al mercado considerando o no la contribución de cada instalación.

El modelo integral de valuación fue realizado por S&T valiéndose de Strategic Network Optimization de Oracle. El modelo debía producir una asignación óptima de demandas a plantas



sin estar limitado a los antiguos territorios de embotellamiento. Además el modelo debía permitir el análisis de escenarios considerando cuestiones estacionales y crecimiento de la demanda en el largo plazo.

El desarrollo del modelo demoró 2,5 meses e inmediatamente produjo resultados valiosos para enfrentar la negociación con embotelladoras independientes y franquicias.

Para saber más acerca de esta aplicación exitosa de software de planeamiento avanzado (SCM) a la utilización óptima de capacidad comunicarse con Raúl Tomé, presidente de S&T y/o Juan Esteban Sorlino.

Raúl Tomé
r.tome@sytsa.com
Tel. 54-11-5217-7710

Juan Esteban Sorlino
j.sorlino@sytsa.com
Tel. 54-11-5217-7710

Sobre S&T

S&T - Servicio y Tecnología S.A., partner de Oracle, es una empresa de consultoría en Alta Dirección, especializada en Gestión de Operaciones.

S&T dirige sus servicios profesionales a empresas industriales, de distribución y servicios, asistiéndolas en la definición de estrategias y en el rediseño de sus procesos clave de negocio para alcanzar y sostener una posición competitiva dominante.

Presidida por profesionales con más de veinte años de sólida trayectoria en el sector, S&T se sitúa entre las empresas argentinas pioneras especializadas en Operaciones.

Para conocer más acerca de S&T visite www.sytsa.com