

RECONVERSIÓN CON RESULTADOS

Grupo Del Plata creó al comienzo de la cuarentena Del Plata Express, un *call center* con 14 personas para asesorar clientes y vender por *delivery* o retiro en tienda. Ya decidieron su continuidad y hasta incorporaron un sistema CRM (Customer Relationship Manager) para seguimiento y análisis de satisfacción de los clientes.

PÁG. 3





SEGURIDAD PARA TU EMPRESA

Ofrecemos soluciones para **proteger la información e infraestructura** de tu negocio, y que nadie más que vos pueda acceder a los datos vitales de tu empresa.

- Consultoría en ciberseguridad
- Protección de usuarios
- Seguridad en la nube
- Seguridad perimetral

CONOCÉ MÁS EN
FIBERCORPTELECOM.COM.AR

FiberCorp

TELECOM

Matías Benegas

Gerente comercial GDP (Grupo Del Plata)

“Con la pandemia armamos DEL PLATA EXPRESS, y esa solución YA FACTURA LO MISMO que una de nuestras sucursales”

Matías Benegas es Gerente Comercial de GDP (Grupo del Plata), encargado de la gestión de productos de la Red de Farmacias compuesta por Farmacias Del Plata, Econofarma y Farmacias La Jirafa.



-¿En qué consiste su servicio Del Plata Express? ¿Cómo surgió?

-Cuando comenzó la cuarentena nos pusimos a analizar cómo podíamos adaptarnos a la nueva situación, y armamos Del Plata Express, un servicio a través del cual nuestros clientes puede comprar cualquier producto de farmacia de forma telefónica y con envío a domicilio. Para implementarlo armamos un call center con un equipo de 14 personas, entre los que se encuentran farmacéuticos, para asesorar a los clientes en sus consultas y asistirlos. Hoy, esa solución que surgió a partir de la necesidad de adaptarnos a una situación inédita, ya factura lo mismo que alguna sucursal de nuestra Red.

-¿Cómo funciona?

-El sistema funciona así: el cliente llama por teléfono, es asesorado por nuestros especialistas y hace su pe-

dido. Luego verificamos los datos de receta y de obra social en los casos necesarios, derivamos los pedidos a las farmacias según la ubicación del comprador, y ellos procesan el pedido y lo envían a domicilio. Nos pueden llamar al 0800 266 4220, escribir por WhatsApp al +5492613256501, o hacer consultas y pedidos a través del chat de nuestro sitio web (www.farmaciasdelplata.com).

-¿Cuál es la logística?

-Tenemos un sistema propio para el delivery, que tiene un costo muy accesible y está disponible todos los días de 8 a 22 horas. Si no, también ofrecemos la opción de realizar “retiro en tienda” por alguna de nuestras farmacias. Los pedidos se entregan en el mismo día, con un plazo máximo de entrega de 24 horas según la zona u horario en que éste se realiza. Actualmente, tenemos co-

bertura en el Gran Mendoza, Luján de Cuyo y hace una semana incorporamos cobertura en San Martín con una empresa local.

-¿Qué tipo de productos se pueden comprar con este servicio?

-Productos de cuidado personal, alimentos, belleza, cosmética y todo lo que ofrecemos en nuestras sucursales; ya que buscamos resolver las necesidades de las personas que no pueden trasladarse o les resulta inconveniente acercarse físicamente a una sucursal.

-¿Qué formas de pago reciben?

-Tenemos la opción de pago en efectivo, pago con tarjetas con posnet inalámbrico en el domicilio, y Mercado Pago. Por una cuestión de salud, siempre recomendamos que efectúen los pagos a través de este último método, ya que es el más

seguro tanto para los clientes como para nuestro personal, en el marco de la pandemia.

Además, ofrecemos pagos en cuotas con Ahora 3, Ahora 6 y Ahora 12 en electro y perfumería (en productos seleccionados), y 10% de descuento en categorías de bienestar con Los Andes Pass.

-¿Van a continuar con esta unidad de negocios pasada la pandemia?

-Sí, de hecho estamos tomando medidas para seguir mejorándolo. Ahora incorporamos un sistema CRM (Customer Relationship Manager) que nos permite no sólo hacer un seguimiento de cada pedido, sino que además envía encuestas de satisfacción para saber qué opinan los clientes. Esto nos permite medir y mejorar la calidad de nuestro servicio y seguir desarrollando esta unidad de negocios.

VENDÍA 1.500 VIANDAS DIARIAS, CAYÓ A 40, y ahora lanzó nuevos productos y planea abrir locales: ASÍ SE REINVENTÓ CHEF EXPRESS

Por Carlos Lagos

Entre sus clientes están Cartellone, Siemens, CEOSA, Andesmar, El Rápido Internacional, Andesmar Carga y el Instituto Universitario de Seguridad Pública. Pero la pandemia obligó a reconfigurar el negocio con precongelados listos para hornear.

La pandemia castigó a muchos sectores de Mendoza y uno de los más afectados fue la gastronomía. Algunos se quedaron en el camino y otros optaron por reinventarse para sobrevivir y, por qué no, generar nuevos negocios. En este contexto **Punto a Punto** entrevistó a Gustavo Rodríguez, propietario de la empresa mendocina Chef Express. El emprendedor contó cómo pasó de proveer unas 1.500 viandas diarias a grandes firmas a sólo 40 y a repensar su actividad visualizando nuevas necesidades y formas de consumo.

-¿Que hacían antes de la pandemia?

-Teníamos tres unidades de negocio: viandas para empresas e instituciones, viandas para transporte de pasajeros y servicio de Bufete & Café, locales propios, Híper Libertad y Parque Cívico de Luján de Cuyo. Actualmente contamos con Normas ISO 9001:15 certificada por Bureau Veritas con el alcance de elaboración y distribución de viandas para empresas e instituciones.

-¿Qué volúmenes manejaban?

-Producciones diarias de 1.000 a 1500 viandas diarias. Entre nuestros clientes estaban Cartellone, Si-



emens, CEOSA, Andesmar, El Rápido Internacional, Andesmar Carga, el Instituto Universitario de Seguridad Pública y otros.

-Frente a la pandemia, ¿cómo reconfiguraron el negocio?

-Con la pandemia la venta cayó a 40 viandas por día. Desde un inicio se visualizó el proyecto con claras intenciones de mediano y largo plazo, y no con sentido estrictamente económico para paliar la difícil situación actual, a pesar de la necesidad de ventas para la empresa. A los proyectos hay que darles tiempo de maduración y estar atentos a todas las correcciones que se requieren sin perjudicar al cliente. En este sentido es preferible vender menos al inicio, mejorar rápidamente y posicionarse en el mediano y largo plazo. Lo importante es tener una identidad definida que se

resume en nuestra marca: "Chef Express", sabor casero propio de un chef, fácil y rápido, listo para hornear en el momento que se desee comiendo rico, fresco y natural. Sólo se requiere de un freezer para almacenar. El desafío está en el desarrollo de los canales de comercialización, fundamentalmente del consumidor final o su almacén de cercanía.

-¿Qué productos ofrecen?

-Finalmente el desarrollo, al menos el inicial, alcanzó una línea completa de productos congelados listos para hornear con sabor casero: variedad de empanadas, tartas, sorrentinos, canelones, lasaña, pasteles, canastitas de mozzarella, de pollo y de vegetales. Todo con un sentido Chef Express, o sea, sabor casero, fácil y rápido, listo para hornear, fresco cuando se lo desee.

-¿Cómo está respondien-

do la clientela?

-Los comentarios han sido muy buenos, y esto nos permite proyectar una nueva unidad de negocios, independiente, que facilite recuperar las actuales pérdidas económicas, una vez que se vaya recuperando el mercado al tiempo que logramos mantener el empleo.

-¿Área de cobertura?

-Gran Mendoza, Zona Este, Luján de Cuyo y Maipú.

-¿Qué otro negocio estás experimentando?

-Para el mediano y largo plazo tenemos el objetivo de instalar Café & Rotiserías de cercanía en zonas y barrios estratégicos, comercializando y utilizando mercadería de nuestra propia elaboración.

-¿Cuáles son tus perspectivas?

-Lamentablemente tenemos un panorama muy duro para el resto del año. Pero a su vez tenemos muchas expectativas para el año que viene, vemos una verdadera oportunidad, sumando la línea de congelados con sabores caseros y un modelo de comercialización por confianza y cercanía. El desafío es saber sortear la turbulencia del momento y creemos que la forma es hacer lo que uno sabe emprender.

SERÁ UNA EDICIÓN DE 2.000 BOTELLAS. LAS UVAS PROVIENEN DE UN VIÑEDO PROPIO EN THE VINES OF MENDOZA, EN EL VALLE DE UCO.



GABRIEL FIDEL LANZA SU PROPIO VINO, "PAISANO", ELABORADO JUNTO A JUAN PABLO MICHELINI

Gabriel Fidel, hombre ligado desde hace décadas al vino y creador, entre otras cosas, del ciclo "Música Clásica por los Caminos del Vino", presentará la semana próxima su propia etiqueta, "Paisano", elaborado con uvas de un terreno propio del Valle de Uco con el expertise enológico de Juan Pablo Michelini.

Fidel es considerado uno de los "padres" del Enotu-

rismo en Mendoza y en Argentina, y es el autor del libro "Turismo del vino: la experiencia argentina". Su trayectoria incluye la titularidad de la cátedra de Economía Política en la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo), diversos cargos en el Gobierno provincial en áreas de Economía y Turismo, y haber sido ejecutivo de bodegas como O. Fournier,

Tittarelli, y Piatelli Vineyards.

"Paisano Malbec es un homenaje al trabajador de la viña, al productor, a quienes representan nuestra identidad del vino, a nuestros paisanos. El vino interpreta lo que alguna vez hablamos con Juampi Michelini, cuando en una cata de sus vinos le conté cuál es el estilo que más me gusta y él me prometió que me iba a ayudar a cumplir este sueño. De allí salió este vino de mucha elegancia, con un gran respeto a la identidad de las uvas de Chacayes en el Valle de Uco, sin extremos, sin exuberancia y con una acidez equilibrada", asegura Fidel.



verallia

ENVASES DE VIDRIO

ecova attitude

verallia

Carril Nacional 6070 (CP 5525)
Rodeo de la Cruz, Mendoza, Argentina.
Tel/Fax: 54 (0261) 4130200
www.ar.verallia.com

PAP

SUSCRIPCIONES
156056137

TERRAZAS DE LOS ANDES: una experiencia gastronómica HIGH CLASS en tiempos del coronavirus

Por Mauricio Llaver

Las salidas a comer ya no son lo que eran: ahora no sólo se juzga lo gastronómico sino también lo relacionado con la higiene y la prevención. En este caso, ambos son excepcionales.

Las salidas a comer ya no son lo que eran.

Hasta hace poco, se juzgaba principalmente el aspecto gastronómico, pero hoy la experiencia ha pasado a ser más abarcadora: con la pandemia, se juzgan más que nunca la higiene y la prevención. Así que no solo tenemos que hablar de la comida y el servicio, sino también de cuán seguros nos sentimos en el lugar.

La reapertura del restaurante de Terrazas de los Andes me da pie para contar la experiencia completa. Y para decir que las medidas de higiene son tranquilizantemente exageradas, como para poder preocuparse sólo por los platos y los vinos.

A la llegada, se toma la temperatura de cada uno, se le rocían las manos con alcohol y se le hace pasar por un túnel sanitizante, con una alfombra en la que se limpian las suelas del calzado.

Después, en otra sala, la persona que hizo la reserva debe llenar el formulario correspondiente de declaración jurada, mientras a todos se les entrega un pequeño envase de alcohol en gel. De ahí, personal

del restaurante acompaña al grupo hasta la puerta de los baños, para lavarse las manos. Y finalmente se ingresa al restaurante, donde las mesas tienen una separación más que suficiente.

Pero no todo termina allí, ya que el personal de atención usa barbijos que también les cubren la nariz (atentos a ese dato, restaurantes restantes), nunca hay contacto a la hora de depositar o retirar los platos, y las botellas de agua mineral se depositan en la mesa con la advertencia: "Las tienen que abrir ustedes para que nosotros no toquemos la tapa". La sommelier sirve los vinos directamente en las copas (el comensal no toca la botella), y ya está: a concentrarse en la comida.

Gastronomía pura

El menú de tres pasos, a \$1.590, incluye la elección entre tres entradas, tres principales y tres postres, con Terrazas Reserva Semillón, Reserva Malbec y un potencialmente adictivo cóctel de Reserva Torrontés, que incluye vodka Belvedere.

Los platos son uno mejor que el otro y lo puedo decir porque como éramos tres, pedimos todos para poder probar la carta completa.

Entradas: Crocante de queso brie (no es fácil darle esa textura), chutney de peras y manzanas del Valle de Uco; Sopa thai de calabaza y coco con crujiente de cereales y semillas; y Quiche de trucha salmonada con cremoso de arvejas (mi favorito).

Principales: Bondiola marinada con crema de zanahoria e hinojos grillados (la bondiola se separaba sola con el tenedor); Ojo de bife con



croûte de coliflor acompañado de ragout de vegetales (la carne en punto espléndido y la croûte con toque de comino); y Pasta de remolachas rellena de hongos de pino con salsa mojo rojo (la pasta con forma de raviolones).

Postres: Frola especiada con parfait de zapallo y crema helada de piña; Macarrón de queso azul (eso sí que no lo había visto, y lo podría comer también en una entrada), esferas de chocolate blanco e inglesa de yerba mate; y Cremoso de dulce de leche con insert de membrillos y crocante de Algarroba (mi favorito, incluso para alguien a quien no le interesan mucho los postres).

La experiencia completa -gastronomía *high class* en tiempos de coronavirus- es sencillamente excelente.

CÓMO IR

Terrazas de los Andes (Thames y Cochabamba, Perdriel), abre de miércoles a domingos al mediodía, con obligadísima reserva al 2615090952 ó visitor@terrazasdelosandes.com.ar.

LOS RECOMENDADOS DE Máximo Tell

MÁXIMO TELL ES PERIODISTA DE CADENA 3 ARGENTINA (97.7 FM EN MENDOZA) Y FUE UNO DE LOS PRODUCTORES DEL PROGRAMA RADIAL MENDOCINO "INVINOVERITAS".



Series y películas. Si le falta una cuota de drama a tu 2020, te recomiendo "Pequeños fuegos en todas partes (Little Fires Everywhere)", una producción de Amazon Prime que está basada en la exitosa novela homónima de Celeste Ng. Allí, Reese Witherspoon y Kerry Washington son madres que crían a sus hijos entre los conflictos que trae el racismo y la conciencia de clase en Estados Unidos. Gran retrato del desafío que implica ser madre en todos los estratos sociales. Otra es la historia que vemos en "Succession"; donde Logan Roy -encarnado por el gran Brian Cox- debe manipular a sus hijos, que pretenden heredar su fastuoso imperio mediático en Nueva York. Tiene dos enormes temporadas en HBO, para colocar en el podio junto a "House of Cards" y "Billions".

Música. Daniela Spalla nació en Córdoba, vive en México y es un éxito en el mundo, mientras nos ense-

ña a transitar las rupturas amorosas y la esperanza de la reconquista. Su disco en cuarentena es "Puro teatro", en el que se destaca un sencillo exquisito como "Copy Paste". Pero aclaro: si la ruptura sucedió en esta pandemia, te recomiendo también escuchar completo su álbum anterior "Camas separadas". Para salir del pozo, dale volumen a lo nuevo de Parcels. Los australianos la rompen con uno de mis hits pandémicos, "I know how I feel".

Libros. Puede que se te haya pasado uno de los grandes títulos de 2019, y como este año Covid19 no contará, "Las malas" de Camila Sosa Villada sigue siendo el libro del año. La cordobesa da luz a un manifiesto indispensable para que reconstruyas tu empatía, en una crónica que narra un cuento de hadas y de terror al mismo tiempo. Si lo que buscás es aire fresco en medio de tanto encierro, te reco-

miendo "Open", de Andre Agassi, a quien si disfrutaste como deportista, sin dudas te sorprenderá con lo que genera al escribir. Spoiler alert: toda la vida odió el tenis y nunca pudo escapar de su éxito.

Cocktails y vinos. En estos 100 días me la pasé experimentando con "Chicas barra", el *newsletter* de la mejor bartender de Córdoba, que te enseñará a descubrir mucho más detrás del mundo de los cócteles. Mi ingrediente estrella: Gin Alquimista. Un gin cordobés con estilo inglés, ideal para los amantes de los destilados con notas de enebro y coriandro de carácter fresco y el típico perfume del cardamomo. Para cambiarle el tono al Martini, hacer más divertido el Gin Tonic o animarse al Espresso Martini. ¿Un vino? El Blend de Tintas 30/08 de Bodega Vista Grande del Valle de Calamuchita en Córdoba, que James Suckling marcó con 91 puntos pero yo disfruté al 100.

STAFF

Punto a Punto

Montevideo 251, 2° piso
(5500) Mendoza

Suscripciones

abiondo@pap.com.ar
Tel.: 156056137

Recepción de avisos
nnardella@pap.com.ar

Presidente

Agustín de la Reta

Director General

Adolfo de la Reta
adolfo@pap.com.ar

Director Periodístico

Mauricio Llaver
mllaver@pap.com.ar

Directora de Eventos

Rosana Moretta

Redacción

Carlos Lagos
clagos@pap.com.ar

Ludmila Llaver
ludmilallaver@pap.com.ar

Alicia Sisteró
asistero@pap.com.ar

Jefe Comercial

Néstor Nardella
nnardella@pap.com.ar

Área Comercial y Sociales

Valentina Mussuto
vmussuto@pap.com.ar

Área Comercial

Laura Puy
lpuy@pap.com.ar

Administración

Analia Biondo
abiondo@pap.com.ar

Arte y Maquetación

Fabían Molino

Fotografía

TRES Fotografía

Se prohíbe la reproducción total o parcial del material de **Punto a Punto** sin citar fuente. Registro de la Propiedad Intelectual N° 186705

Lorena Cepparo

Site Events & Wine Communication Manager

Chandon

“CUANDO LOGRAMOS EMOCIONAR A LA GENTE, TODO LO DEMÁS VIENE SOLO”



-¿Cuáles fueron las primeras medidas que tomaron ante la pandemia?

-En primer lugar, cerramos ambos centros de visitas y restaurantes por prevención. Fueron momentos de mucha preocupación e incertidumbre, pero inmediatamente nos pusimos a pensar en alternativas para generar ingresos estando cerrados. Para nosotros lo más factible era hacerlo por el lado de la gastronomía, y de allí surgió la experiencia “Chez Toi”. Quisimos diferenciarnos de un delivery tradicional proponiendo a la gente recibir en su casa una verdadera experiencia, más que sólo una comida. Con eso mente, pensamos en maneras de hacerles llegar

toda esa ceremonia del maridaje y la parte lúdica de armar platos gourmet en casa.

-¿Cómo se prepararon para la reapertura del restaurante de Terrazas? ¿Tienen planes de reabrir el de Chandon?

-Nos preparamos, por un lado, estudiando mucho todos los protocolos de Argentina y de otros países, y trabajando junto con el equipo de Seguridad de Higiene de la bodega para asegurar condiciones óptimas para staff y visitantes. Por otro lado, pensamos experiencias atractivas para el público local. Siempre bajo la premisa de ofrecer un menú con la calidad y el estilo de siempre a un precio competitivo, nuestra chef Noelia Scquizziatto creó

un menú de tres pasos que, además, ofreciese al comensal la posibilidad de elegir entre tres opciones para cada paso, acompañado con un maridaje excelente. Estamos muy contentos con el resultado, el primer fin de semana fue un éxito. Chandon también abrirá, pero luego de algunos trabajos que estamos haciendo.

-¿Qué tipo de medidas están tomando?

-Por el momento, mucho entrenamiento a nuestro staff, trabajando con elementos de protección y aplicando todos los protocolos requeridos. Por el lado de nuestra oferta, seguiremos presentando alternativas creativas para sorprender a nuestros clientes, no sólo con gastronomía y vinos, sino

también con un servicio de excelencia.

-¿Van a continuar con el servicio de delivery de Chandon y Terrazas?

-La Experiencia Chez Toi continuará. Seguimos teniendo pedidos de manera sostenida y creemos que puede ser algo que llegó para quedarse. En el camino han ido surgiendo cosas muy lindas, como gente que lo utiliza para una reunión familiar, para celebrar un cumpleaños, o como un súper regalo. El *feedback* que hemos tenido es muy lindo, en muchos casos incluso emocionante, y para los que amamos la hospitalidad no hay mejor indicador que ése. Cuando logramos emocionar a la gente, todo lo demás viene solo.