

CASOS DE EXITO





JUMBALAY

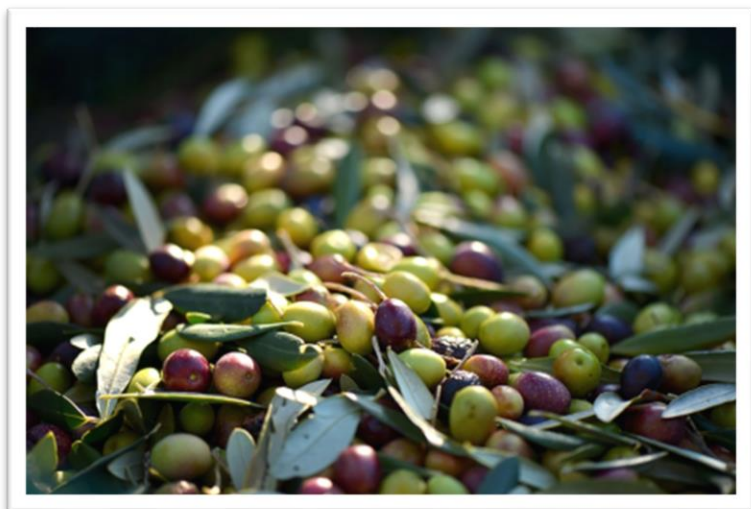
ALIMENTOS

¿Se puede crecer en un contexto de crisis? Los que responden que sí son los que entienden el valor del concepto de REINVENTARSE. Y un ejemplo de ello es la **PyME** argentina **Jumbalay**, distribuidora de alimentos que previo a la pandemia trabajaba casi exclusivamente para el sector gastronómico, como proveedores de una gran variedad de productos. Hoy, sumergidos de lleno en un nuevo contexto socio-económico, el equipo de **Jumbalay** decidió desarrollar una estrategia centrada en el público consumidor final a través del servicio de delivery.



Aceites, aderezos, fiambres y quesos pasaron a ser algunas de las “estrellas” de la temporada pandemia 2020 y eso les permite mantenerse activos. “Atendemos a particulares, comercios, cadenas gastronómicas, y hacemos envíos al interior del país”, detalla Maximiliano Aguirre, uno de sus dueños y recuerda que “la primera pata del negocio fue el sector gastronómico, especialmente las pizzerías, y hoy se fue diversificando gracias a la logística propia y tercerizada que implementan para AMBA”.

**“Comenzamos siendo 10 personas, y ahora en el equipo somos 20.
Tenemos a dos empleados tomando pedidos y facturando todo el día, y
utilizando TACTICA CRM & ERP para hacer remito, pedidos y facturas”.**



EL DESAFÍO: REORGANIZARSE PARA SER MÁS EFICIENTES

Antes de **TACTICA CRM & ERP** la empresa tenía un sistema a medida que no les daba soporte, se habían quedado mucho en el tiempo y ya no les servía. Conocieron a **TACTICA CRM& ERP** a través de otra empresa que ya lo utilizaba y pudieron constatar que servía. “Nosotros hacemos unas 100 facturas por día, con lo cual necesitábamos poder trabajar con ritmo. Y lo que hicimos fue contratar a una consultora externa, Marcela Grosso, que fue la encargada de ayudarnos a ponerlo en marcha. Comenzamos en noviembre del 2017 y el 1° de mayo de 2018 hice la primera facturación. Tuve 3 o 4 meses de implementación, para ir estudiando el cambio”, detalla Maximiliano.



¡Gracias a TACTICA CRM & ERP... que me ha dado tanto!

La empresa utiliza los módulos de compras, ventas, pedidos, facturación, remito y cargo de los pagos. Tanto para vender como para comprar. “El stock estoy terminando de implementarlo ahora, porque seguimos aprendiendo. El primer año fue todo pedido facturación y logramos tener bien ingresados todos los datos de nuestros clientes, que nos permite también un buen manejo de cuenta corriente”, explica Maximiliano y resume: “En la medida en que el negocio evoluciona, vamos agregando funcionalidades”.

2020: UN AÑO PARA RELEVAR INFORMACIÓN

Este año la empresa comenzó a buscar más información, de la mano de su consultora pudieron enfocarse en el tema de generación de reportes, para poder realizar buenos análisis, segmentar por región, definir zonas de logística, organizar mejor los pedidos y tener mayor conocimiento y seguimiento de los clientes en cada zona. “Analizamos también a los clientes que dejaron de comprar y lo que nos gustaría en el futuro es poder armar más reportes, ranking de clientes y de artículos, cosas que técnicamente sé que están, pero necesitamos enfocarnos y dedicarnos a eso”, detalla Maximiliano Aguirre.

RESULTADOS: Beneficios tangibles

“**TACTICA CRM& ERP** nos ayuda en la administración del negocio. El sistema de gestión funciona perfecto y nos permitió dinamizar y, por ende, aumentar el número de ventas. Sí o sí necesitás hoy en día un sistema de gestión que te genere datos. Particularmente en Jumbalay, cuando comenzamos en 2018 a utilizar **TACTICA CRM & ERP**, no teníamos cámara de frío, algo que ahora valoramos porque nos dio más ventas con los fiambres y quesos. Antes estábamos en un depósito más chico y éramos la mitad de empleados que ahora.

Acerca de Jumbalay

La empresa es una distribuidora de alimentos regionales con centro de distribución ubicado en Vicente López, Buenos Aires. Distribuye a todo el país una amplia gama de productos que van desde aceites, aceitunas, encurtidos, frutos secos, especias, semillas, alimentos en conservas, enlatados, harinas, hasta la incorporación constante de nuevas tendencias gastronómicas. Se definen como una pyme en crecimiento, que desde que nació se mantiene en constante avance y enfrenta todos los desafíos con estrategias que le permitan seguir sumando.