

TRABAJO EN EQUIPO I

DISTRIBUCION CON BRILLO

Tipo de clientes
 Clientes finales 700
 Mayoristas 120
 Hipermercados 40
 Fuente: Ryder y TVB

<p>Cuidado del cabello Plusbelle</p>	<p>Detergente en polvo para la ropa Zorro Erzimax Limzul</p>	<p>Jabones de tocador Plusbelle Limol</p>	<p>Jabones para lavar Gran Federal</p>	<p>Jabones lavavajillas Cristal</p>	<p>Viejos mensuales 780 Camiones diarios 40</p>
---	---	---	---	--	--

Unidades distribuidas: 9.500.000 Pedidos mensuales: 12.000

Una alianza para la distribución

The Value Brand Company y Ryder abastecen al mercado de consumo masivo y salen fortalecidos con el trabajo conjunto

Por Federico Bosch

Para LA NACION

La relación entre las empresas fabricantes de productos y sus operadores logísticos excede a la que se da normalmente con otros proveedores.

De hecho, algunas compañías industriales hablan de una "alianza estratégica" con las firmas de logística que les permite a cada una de las partes enfocarse en lo que sabe hacer mejor.

Así se podría definir al vínculo comercial que une a la firma de logística Ryder Argentina con The Value Brand Company (TVB), empresa elaboradora de productos para la limpieza del hogar y la higiene personal.

"Ryder comenzó a trabajar con TVB hace poco más de cinco años y desde entonces buscamos aportar flexibilidad y acompañarnos en su negocio. Nosotros ponemos foco en ofrecerle un precio

competitivo y una alta calidad de servicio para que los clientes de TVB cuenten con sus productos en el momento que lo necesiten", explicó José Luis Losada, vicepresidente y director de Soluciones al Cliente de Ryder Argentina.

El modelo logístico de Ryder, conocido como *milk run*, consiste en una recolección de productos para garantizar entregas justo a tiempo. Esto supone la coordinación del retiro de insumos o bienes terminados de los proveedores y la entrega en la línea de producción o en los puntos de venta a medida que son requeridos.

El directivo de Ryder definió la prestación como una operación de logística integral en la que su empresa se queda a cargo de los bienes de TVB en el momento en que termina su producción.

Luego del envasado, los distintos productos se palletizan. "Enviamos los pallets a nuestro centro de distribución -continuó Losada- y desde ahí preparamos

los pedidos de la empresa y los entregamos donde sea, con modelos de *cross docking*".

Estos modelos consisten en la concentración del stock en un solo punto y la coordinación al milímetro de entregas para evitar los extracostos de acumular inventarios cerca de cada uno de los puntos de venta.

Por su parte, el gerente nacional de Ventas de TVB, Juan Ignacio Accame, expresó que "la distribución comprende aproximadamente unos 120 ítem de mercado doméstico, y otro grupo que corresponde a exportación".

Los productos están divididos en tres grandes categorías: cuidado del cabello, jabones en polvo para la ropa y jabones de tocador. Además, existen otras dos áreas complementarias que comprenden jabones compactos para lavar y detergentes lavavajillas.

En línea

Losada destacó la importancia que tiene la integración informática en la operación logística. Los sistemas se utilizan para recibir los pedidos y para la rendición de entregas, entre otros aspectos. Y actualizan sus datos en forma au-



AGENCIA
 José Luis Losada

de un equipo de trabajo integrado por gente de Ryder y TVB destinado a analizar la operación. Este grupo busca oportunidades de mejora que permitan encontrar mecanismos para aprovechar mejor los pallets o transportar una mayor cantidad en menor espacio. "Hay una relación en donde las partes se confían información y también planes hacia futuro", señaló Losada.

En opinión de Accame, el buen funcionamiento de estos equipos de trabajo quedó demostrado porque "en los últimos dos años no hemos tenido diferencias de inventarios (con Ryder)", aseguró.

Ambos directivos dejaron en claro que el hecho de tercerizar la logística en una empresa especializada no implica que el fabricante de los productos por distribuir se desentienda de la cuestión.

"Si transfiero un problema a Ryder, en dos o tres meses estoy discutiendo con ellos porque no tienen ganancias. Tener una alianza con un socio que no tiene beneficios es una visión muy cortoplacista, esta lejos de la expectativa nuestra. Si hay un problema es de los dos y si hay un éxito, también", concluyó Accame.

BREVES

TRANSPORTE

Lufthansa, de estreno

El 3 de enero próximo, Lufthansa Cargo comenzará a operar desde Buenos Aires un nuevo carguero. Se trata del primero de cinco aviones de pasajeros MD-11F que la empresa alemana está adaptando para el transporte de

merceraderías. "Estas incorporaciones mejorarán nuestra competitividad en un mercado en el que la competencia es muy intensa", señaló Jean Peter Jansen, presidente del directorio de la firma. Entre sus ventajas, estas aeronaves tienen un menor costo de mantenimiento y mayor autonomía para vuelos intercontinentales sin escalas.

EXPANSION

Más vuelos de UPS a China

La compañía de servicios integrales de transporte incorporó recientemente doce nuevos vuelos semanales a Shanghai desde los Estados Unidos y de esta forma triplica su oferta de servicios en el país asiático.

Tenemos un lugar para su Producto.



Soluciones logísticas integrales.

Av. Eva Perón 6980 (C1439BTU), Buenos Aires
 Tel/Fax: (54-11) 4686-2411 www.dnmetrop.com.ar

Expeditors

You'd be surprised how far we'll go for you.

www.expeditors.com

Lima 355 Piso 1° "A"
 C1073AAG Buenos Aires, Argentina
 Tel: 4384-0161/63 / Fax: 4382-0952