

OPINIÓN

Lecciones de Philo Remington para la logística de los editores de diarios

Pablo Tanzer
PARA LA NACION

Antes de empezar, creo oportuno decir unas palabras acerca de qué es realmente la logística, ya que buena parte de la gente cree que se trata solamente de una actividad militar. En realidad, sólo se habla desde hace unas pocas décadas de la aplicación de este tema a las empresas. Se podría decir que en 1970, por indicar un año "redondo", sólo se hablaba de la logística de los ejércitos, en 1980 ya algunas empresas habían reconocido su necesidad, de a poquito; en 1990 se aceptó esta materia, sin conocer aún todas sus características y sin que se creara una función dentro del organigrama; por último, en 2000 parece haber sido recibida en el ambiente. ¿De qué se ocupa? De todos los movimientos de los materiales desde que aparece su necesidad, como materia prima, hasta la entrega del producto terminado al cliente (y éste manifiesta su conformidad), así como el camino inverso de los productos defectuosos, no requeridos, entregados en exceso, etc. En sentido contrario hay un movimien-

to de la información desde el mercado comprador, pasando por las áreas de producción, hasta el abastecimiento. Por todo esto, el área de logística debe trabajar de común acuerdo con el de comercialización. ¿A qué viene todo esto, y cómo se relaciona con los diarios? Muy simple: la empresa debe tomar ciertas decisiones respecto de los horarios ideales para la entrega de los ejemplares, consultando los intereses de los lectores. ¿Qué hacer cuando hay un comicio y el gobierno elude la obligación de informar a tiempo los resultados? ¿Se entrega el diario a las 5.30/6, sin los datos de la elección, o se pospone la entrega hasta las 7/7.30? No es el logista quien puede decidir, sino el director de Comercialización. Frente a la disminución de la cantidad de lectores que experimentaron todos los diarios importantes, parece que el buen servicio puede ser crítico. Pero, menos lectores implica menos ejemplares del diario, vehículos de reparto con menos carga, y parece lógico repartir a más diareros en un mismo viaje. Los libros entregados en fascículos representan otro problema. ¿Se conoce

la cantidad de lectores de cada punto de comercialización que están interesados en encuadernarlos? De acuerdo con el principio elemental de la logística, sería imprescindible contar con esos datos porque no hay buena logística sin buena información. Desde el punto de vista de la "fabricación" del libro, parecería esencial que se respete el orden numérico de las entregas y, de aparecer algún problema, se informe al lector, que finalmente es el cliente. Como en cualquier otro mercado, un cliente disconforme deja de interesarse por el producto, o sea, el libro siguiente no lo encuaderna y como consecuencia, no adquiere las tapas que no son provistas sin cargo. Por último, unas palabras acerca de la historia de la logística. La industria automotriz no podría haberse desarrollado si no se hubiera inventado el concepto de intercambiabilidad de componentes, es decir, que cada perno de pistón, por ejemplo, entra sin dificultad en cualquiera de los pistones posibles de un determinado modelo: no hace falta llevar el auto a la planta de armado para efectuar los cambios. Este concepto fue desarrollado por Philo Remington, ingeniero industrial y diseñador y fabricante de armas de fuego. Hacia fines de la Guerra de Secesión de los Estados Unidos fue a ofrecerle la idea del rifle desarmable a su amigo Robert Edward Lee, comandante en jefe de las tropas Confederadas, quien la rechazó con ironía. Remington tomó su caballo, hizo 20 kilómetros hasta el cuartel de los Unionistas, se lo planteó al general Ulysses Simpson Grant, que aceptó la propuesta. Resultado: el ejército del Norte, con menos tropa, menos armas y menos dinero, venció a los confederados, corriéndolos hasta cerca de Atlanta. ■

El autor es ingeniero civil, consultor en logística y profesor universitario

Empresas

BRIDGESTONE

NEUMÁTICOS DE "GUAYULE"

Bridgestone comenzó la fabricación de neumáticos para automóviles fabricados ciento por ciento con componentes de caucho natural derivados del guayule, un arbusto del desierto que crece en regiones áridas. Fabricados en el Centro Técnico de Bridgestone en Japón, estos neumáticos usan como materia prima el caucho natural del guayule, cultivado por Bridgestone en su Centro de Investigación para el Proceso del BioCaucho en Arizona, Estados Unidos. El caucho natural es el principal insumo del neumático.

ZAL, DE VILLA MERCEDES

NUEVAS INVERSIONES

La Zona de Actividades Logísticas (ZAL) de Villa Mercedes, San Luis, recibió una nueva inversión. Se trata del Centro de Asistencia Logística de Producerservice. A partir de la firma del contrato de comodato se dio inicio a la primera etapa del proyecto que contará con una inversión de \$16 millones. Esta inversión se suma al Centro Nacional de Distribución de Ribeiro que invirtió más de \$50 millones en sistemas, por un lado, y a la de Consulting Ferroviario, por el otro, que entregó el séptimo y octavo vagón ferroviario para la formación La Puntana, que une Justo Daract con Buenos Aires.

LOGÍSTICA QUE FUNCIONA



SOLUCIONES LOGÍSTICAS QUE SE ADAPTAN A TUS NECESIDADES.

Cross Docking / Almacenamiento / Depósitos con temperatura controlada / Cámaras de frío
Picking & Packing / Distribución en todo el país / Logística inversa / Tracking online
Operador Logístico de Medicamentos habilitado por ANMAT / Logística para e-Commerce

0800-999-7700
www.oca.com.ar



CONECTANDO EL PAÍS

R.V.P.S.P. Nº 2