

UNILEVER

ALPLA

Integración en la Cadena de Abastecimiento Alpla - Unilever

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

Alpla es una empresa familiar de origen Austríaco, que inicio sus actividades en la década del '50 en Hard , a la vera del lago Konstanz, donde vive su dueño y fundador Alvin Lehner.

Con sesenta filiales en todo el mundo, en el año 2000 ha logrado un turnover de 1000 millones de Euros, con lo cual es la segunda empresa mas importante de ese país.

Componen el grupo la matriz financiera instalada en Alemania y su propia fábrica de maquinarias en Suiza.

Básicamente dedicada a soplado de envases en HDPE y PP, posee hoy en día la máquina de extrusión soplado alternativa de mayor output del mundo.

Alpla ha mostrado un crecimiento constante desde los años '60, asociado en gran parte a la efectiva relación con sus clientes.

Ha duplicado este crecimiento en la ultima década con la incorporación del streech blow molding, tanto para envases cilíndricos (gaseosas, aceite, aguas, etc) como para diseños especiales (triggers u otros formatos complejos y patentados).

Actualmente se encuentra entre uno de los mayores consumidores de PET (poliethilene tereftalat).

El importante crecimiento de Alpla a nivel mundial se debe principalmente a la búsqueda de la mejora continua, unificando los intereses de nuestros clientes con los propios.

En Latinoamérica, Alpla tiene 13 plantas en México, Puerto Rico, Venezuela, Brasil y Argentina.

En particular en Argentina, la planta principal en Pilar transforma unas 6.000 t/año de HDPE y PP mas unas 10.000 t /año de PET. Siendo Unilever uno de sus principales clientes.

DESCRIPCIÓN DE LA CAUSA

Hasta el año 1998, la planta de elaboración de detergentes líquidos de Avellaneda recibía las botellas plásticas del proveedor ALPLA, situado en Bancalari. Las botellas eran sopladas, embaladas y almacenadas en Bancalari y luego transportadas a través de Buenos Aires de acuerdo a los requerimientos de Unilever - Planta Avellaneda.

La facilidad de ALPLA en Bancalari trabajaba al máximo de su capacidad y necesitaba expandirse para satisfacer la demanda futura de Unilever.

Un profundo análisis reveló que Unilever de Argentina podría lograr un ahorro significativo en el costo de las botellas si ALPLA fuese invitado a operar in-house en Planta Avellaneda. El ahorro anual podría alcanzar aproximadamente la cifra de \$1500000, teniendo en cuenta un volumen estimado de botellas de 82 millones de unidades.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

La propuesta consistió en construir una nueva planta de soplado de botellas en Planta Avellaneda, a través de un joint venture con ALPLA: el edificio y los servicios serían provistos por Unilever de Argentina y el equipamiento y la operación estarían a cargo de ALPLA.

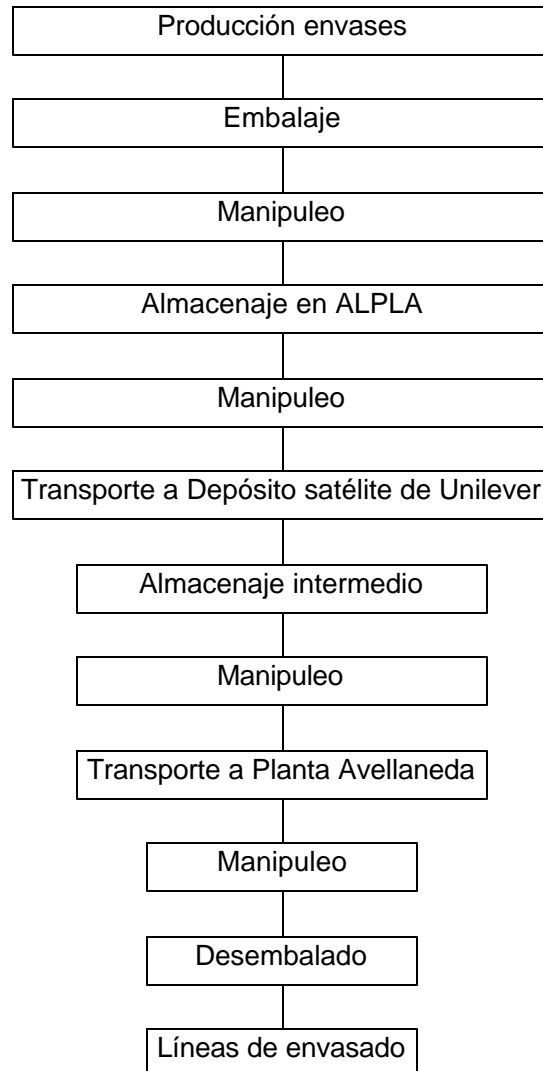
Las máquinas de soplado de botellas de ALPLA trabajarían “en línea” con las líneas de envasado de detergentes líquidos de Unilever de Argentina.

Esta integración en la cadena de abastecimiento mejoraría y simplificaría la logística en la manufactura de detergentes líquidos y reduciría significativamente los costos de packaging. A la vez que proveería capacidad extra para satisfacer la demanda de Unilever de Argentina.

Paralelamente, se minimizaría la generación de residuos sólidos (scrap; embalajes; pallets de madera; etc.) y el impacto ambiental del transporte terrestre entre proveedor y cliente.

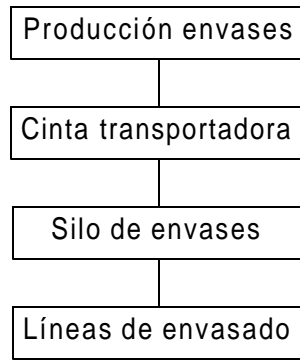
RESULTADOS OBTENIDOS

Antiguamente, con la provisión externa, los envases transitaban la siguiente ruta:



Luego se repetían todos los pasos en forma inversa para el retorno del embalaje reutilizable (cajas y pallets). Con lo cual, se utilizaba al menos parcialmente el viaje de regreso de cada transporte.

Con la producción in-house (in line) este complejo sistema de despacho se transformó en:



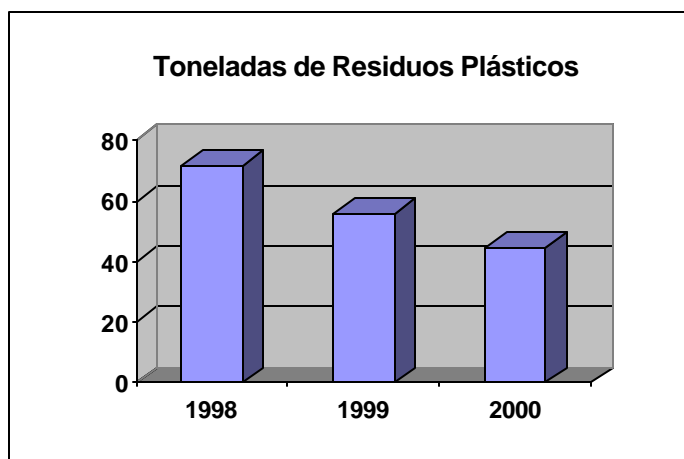
Un pequeño porcentaje es embalado a granel y manipulado a fin de equiparar dos sistemas de producción tan distintos como la tortuga (extrusión soplado) y la liebre (líneas de envasado), para que en el día a día se llegara juntos a la meta.

Debido a la simplificación de la estructura logística y la mejora en el aprovechamiento de espacios, se logró la eliminación de 3 depósitos satélite de 5000 m² c/u.

También se redujeron drásticamente las pérdidas por write off, daño, suciedad y acción del tiempo, tanto en el transporte como en los depósitos intermedios.

Con la producción in-house se ha acordado también el reciclado de la merma (envases limpios sin líquido ni etiqueta), que alcanza aproximadamente el 0,4% de la producción y representa el reciclado interno de 16 ton/año de plástico que antiguamente se enviaba a relleno sanitario o se vendía para ser reciclado externamente.

El siguiente gráfico muestra la reducción en residuos plásticos enviados a disposición externa:



Asimismo, se ha eliminado la necesidad de materiales de embalaje, y por lo tanto la generación de los siguientes residuos:

Cinta adhesiva: 2,1 ton/año

Film: 24 ton/año

Bolsas polietileno: 10,4 ton/año

Cajas de cartón (vida útil 10 viajes): 62,4 ton/año

Pallets de madera (vida útil 20 viajes): 84 ton/año

Por otro lado, se eliminó la necesidad de transportar los envases a lo largo de los 80 km que separaban a proveedor y cliente. Esto implica eliminar más de 2660 viajes+retornos/año, lo que podemos traducir en un ahorro de:

Combustible: 95976 litros/año

Neumáticos: 26 unidades/año

Lubricantes: 285 litros/año

DESAFÍOS FUTUROS

Como objetivo a futuro, se está analizando la posibilidad de implementar el reciclado de la merma sucia (con presencia de líquido o etiquetas), utilizando un proveedor externo para acondicionar el material (clasificación, lavados, etc.) previo a la incorporación al proceso de soplado de envases.

