

Unidad 1 - Supply Chain Management; conceptos, procesos, enfoques. (MAYO 2017)

*Ángela Cristina Botero - Patricia Escobar Otero - Reinaldo Núñez Ñañez - Giovanni
Andrés Caro - Alex Nieva Albornoz*

Abstract— this document is focused on unit 1 of the supply chain management and logistics course, in which concepts, processes and approaches will be analyzed.

We can identify it as a strategy and an alternative that companies are implementing with the objective of remaining in the markets and improving competitiveness levels. Modernizing processes is the great challenge of the current companies where it seeks to reduce costs, increase quality and streamline operations.

Supply Chain Management is the integration of key business processes from end users through primary suppliers that provide products, services and information that add value for customers and others involved. In order for companies to survive and thrive they will have to operate their supply chain as extended companies with relationships that span business processes from material extraction to consumption.

Palabras claves: *supply chain, logística, clientes, proveedores, centro de distribución, transporte, comunicación, servicio, niveles.*

1. INTRODUCCION

Este documento está enfocado en la unidad 1 del curso supply chain management y logística, en la cual se analizarán conceptos, procesos y enfoques.

Podemos identificarla como una estrategia y una alternativa que las empresas están implementando con el objetivo de permanecer en los mercados y mejorar los niveles de competitividad. Modernizar procesos, es el gran reto de las actuales compañías en donde se busca reducir costos, incrementar la calidad y agilizar las operaciones.

Supply Chain Management es la integración de los procesos clave de negocio desde los usuarios finales a través de los proveedores primarios que suministran productos, servicios e información que agrega valor para los clientes y otros involucrados. Para que las empresas puedan sobrevivir y prosperar tendrán que operar su supply chain como empresas extendidas con relaciones que abarcan los procesos de negocio desde la extracción de material hasta el consumo.

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar las características, objetivos, alcances, estructura y ventajas de la implementación del proceso de administración de cadenas de suministro “SCM” en una organización productora, con el fin de brindar valor.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Identificar los tres principales flujos en que se divide la SCM con sus respectivas características, cualidades, ventajas, aportes y componentes.

-Brindar las herramientas y conocimientos que permitan la inserción eficaz de los conceptos y criterios logísticos dentro de la Cadena de Abastecimiento.

-La estructura del programa está orientada al planteo y utilización eficaz de las actuales herramientas de gestión y operación, sincronizando e integrando desarrollos y aplicaciones que permitan mejorar el desempeño logístico integral del sistema, siendo abarcativo su contenido y alcance a empresas manufactureras, comerciales y de servicio.

-Se brindarán conocimientos que permitirán definir y ejecutar políticas y estrategias diseñando, evaluando, seleccionando y dirigiendo las operaciones, asegurando la solución más confiable, económica y viable.

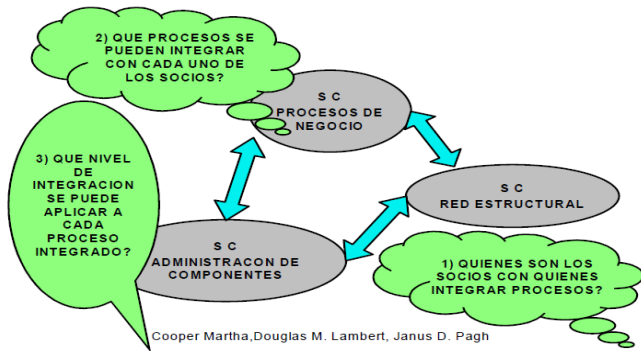
3. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

En todos los procesos productivos se presentan problemas logísticos, tanto en el transporte físico como en el flujo de información que se establecen para obtener una comunicación con los proveedores, fabricantes, centros logísticos, puntos de venta y clientes, es así que se logra satisfacer las necesidades tanto de los clientes internos como externos. Estos problemas son identificados en los tres segmentos principales de la cadena de producción como son el suministro, la fabricación y la

distribución, que a su vez implican procesos de apoyo como son los financieros, los informáticos, de mantenimiento, de calidad, de salud y seguridad, que requieren una coordinación e integración, que de no realizarse a un nivel de perfección adecuada, lleva a la empresa o al proceso a un posible incumplimiento de su misión, visión y objetivos que lo llevaría al fracaso de no dar una solución.

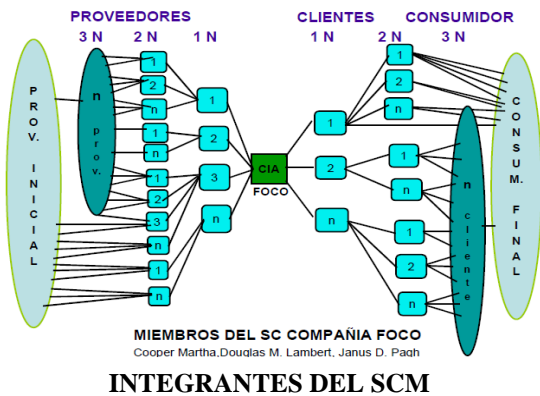
4. CONCEPTO

Es mucho más fácil escribir una definición de supply chain o logística de lo que es implementar esa definición, imaginemos administrar todos los niveles de proveedores desde el punto de origen y todos los niveles de clientes hasta el punto de consumo seguramente serán una tarea muy compleja y un gran desafío.



En el marco conceptual tenemos un punto tres elementos muy importantes: La estructura, los procesos de negocios y los componentes los cuales agrupados conforman la red de supply chain management.

5. ESTRUCTURA DE LA RED DE SUPPLY CHAIN



En este caso son todas las compañías u organizaciones con las que la empresa interactúa ya sea directa o indirectamente

atravez de proveedores y clientes, desde el punto de origen hasta el punto de destino.

Esto a su vez para un mayor control se distingue entre participantes primarios (compañías autónomas o unidades estratégicas) y secundarios (solo proveen recursos, conocimiento, servicios y bienes).

DIMENSIONES DE LA RED

- Estructura horizontal (cantidad de niveles)
- Estructura vertical (número de proveedores o clientes)
- Posición horizontal (posición de la compañía)

COMPONENTES DE MANAGEMENT DEL SCM

- Gestión de componentes físicos y componentes
 - ✓ Métodos de planeamiento de control
 - ✓ Flujo de trabajo / estructura de la actividad
 - ✓ Estructura de la organización
 - ✓ Estructura para la comunicación y flujo de información
 - ✓ Estructura para el flujo de producto
- Componentes de gestión y comportamiento
 - ✓ Métodos de gestión
 - ✓ Estructura de poder y liderazgo
 - ✓ Estructuras de riesgos y recompensas
 - ✓ Cultura y actitud

Este grupo está formado por componentes de comportamiento y gestión. Estos son menos tangibles y visibles y por lo tanto son más difíciles de alcanzar y modificar. Estos componentes definen el comportamiento organizacional y tienen influencia en la forma en que se implementan los componentes físicos y técnicos de management. Si estos componentes no están alineados para facilitar un comportamiento organizacional que apoye la operación y los objetivos de la Supply chain, seguramente esta será menos competitiva y rentable. Si se cambia uno o más componentes del grupo físico y técnico, se deberán realizar los ajustes en el grupo de gestión y comportamiento

6. PRINCIPIOS DEL SCM

Principios fundamentales que rigen la administración del SCM

- ENFOQUE AL CLIENTE

El paso de mercado push a mercados pull ha hecho que el consumidor final determine las condiciones para la gestión de las redes en SCM, con esto se decide que las estrategias deben ser enfocadas. Es sumamente importante hacer esta labor hacia atrás con proveedores y hacia adelante con clientes.

- ENFOQUE HACIA PROCESOS

Adicionan valor a los clientes, se debe conocer además de sus tareas los procesos para que todo fluya de manera efectiva y de esta manera optimizar los mismos con proactividad y trabajo en equipos.

- VELOCIDAD

Se debe implementar una permanente educación en estrategias y tácticas, un permanente entrenamiento en el uso de modelos y sistemas de información para dar

- UNIDADES METRICAS

Se debe tener en cuenta métricas de velocidad, costos, calidad, servicios y de incidencia del valor agregado de los activos.

- COOPERACION

Se refiere a un alto nivel de confianza, compartir objetivos, planes, pronósticos, métricas, recursos, educación, entrenamiento, información y ganancias con todos los integrantes de la red

- PLANEACION EN CADENA

Esta es la planeación tradicional de ventas y operaciones, pero la idea es que se realice en equipo con clientes y proveedores claves

- TECNOLOGIA PARA AGREGAR VALOR

La tecnología es un beneficio que le brinda grandes beneficios o significativos costos a una red, los procesos describen exactamente lo que cada uno necesita.



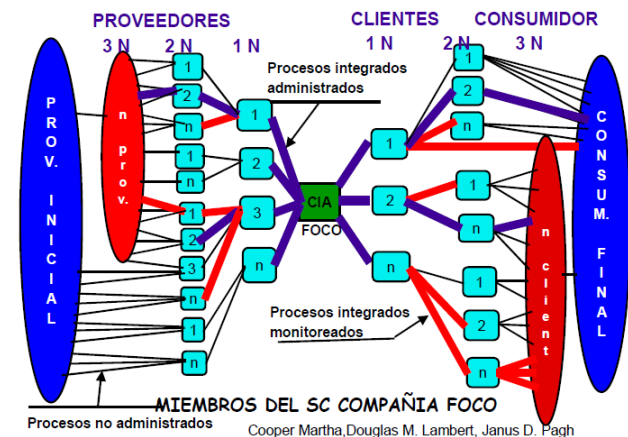
7. LOS PROCESOS EN SCM

Iniciamos con la definición la cual no es más que una serie de actividades que toma materia prima y la transforma en un producto más útil y efectivo para el consumidor o receptor.

Para dominar el mercado actual las empresas deben reinventar sus operaciones, orientarlas hacia los procesos, recortando sus costos sin necesidad de tomar decisiones arbitrarias. Existen vínculos de procesos de negocios:

- Administrados: integra un proceso con uno o varios clientes y proveedores
- Monitoreados: monitorea y audita el vínculo
- No administrados: la compañía objetivo no está involucrada activamente
- No participantes

VINCULOS DE PROCESOS DE NEGOCIO INTEGRADOS INTER COMPAÑIAS



INTEGRACION EN SUPPLY CHAIN Y MANGEMENT

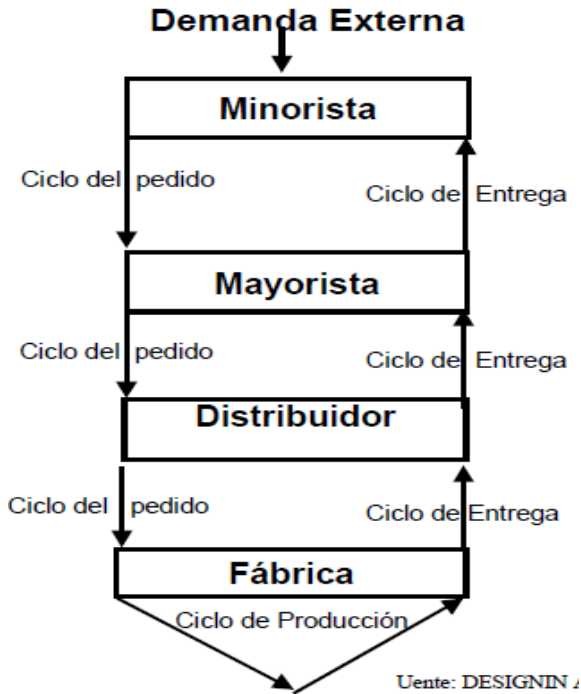
Decimos que es el conjunto de recursos y enlaces los cuales adicionan valor a un producto o servicio desde la fuente hasta quien lo consume. Pero hoy en día se ha incrementado la presión de la competencia global en todas las empresas, la manera de asumir esta situación es consolidando una red entre proveedores, empresa y clientes para mejorar la relación costo servicio.

TIPOS DE INTEGRACION

- Integración funcional (actividades de compra, manufactura, transporte)
- Integración funcional (proveedores, fabricas, clientes)
- Integración intertemporal (planeación estratégica, táctica y operativa)
- Integración empresarial

EL EFECTO LATIGO

Se denomina así a las fluctuaciones de las órdenes de los distribuidores enviadas a fábrica las cuales son mayores que las ventas, estos incrementos de la variabilidad causan fluctuación en los precios, actualización de las proyecciones de demanda, problemas de racionamiento y escasez, procesamiento de pedidos por lote.



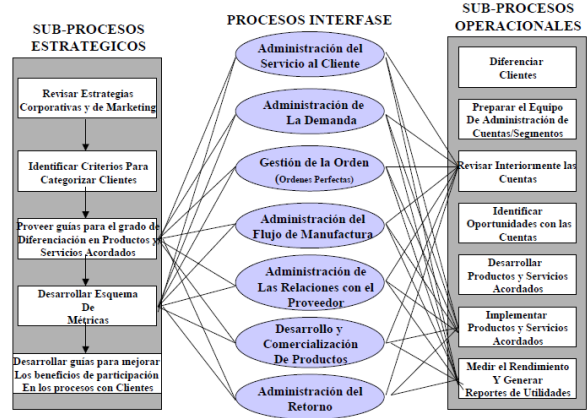
SOLUCIONES AL EFECTO LATIGO

- Evitar ser miope al realizar proyecciones
- Pedidos de cargas combinadas para evitar pedidos por lotes
- Evitar cambios de precios frecuentes
- Distribución de la demanda entre los clientes

ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE

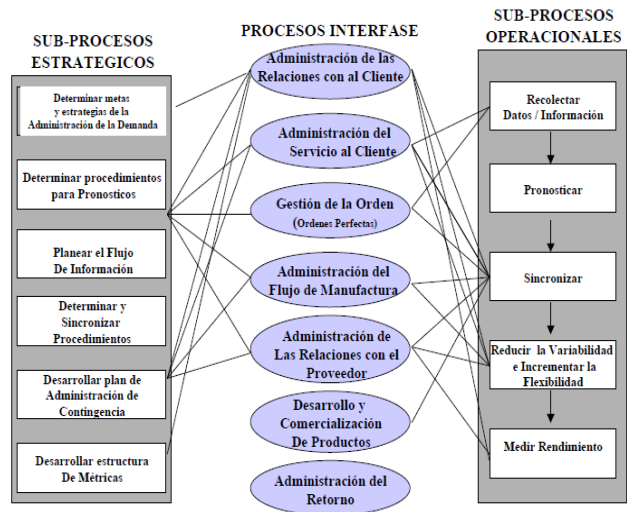
Las empresas identifican los clientes claves y los grupos de clientes objetivo como parte de la misión del negocio de la firma, grupo de clientes que se adaptan de acuerdo al producto y servicio para encontrar las necesidades objetivo y segmentación de otros clientes. Equipos de trabajo con cuentas objetivo para implementar procesos y eliminar la variedad de la demanda y las actividades que no agreguen valor.

ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE



ADMINISTRACION DE LA DEMANDA

Consiste en balancear los requerimientos del cliente con la capacidad de suministro de la firma, incluye pronóstico de la demanda y sincronización de este pronóstico con producción, compras y distribución.



GESTION DE LA ORDEN

Satisfacer los requerimientos en gestión de la orden (órdenes perfectas) esta efectividad requiere de la integración de los planes de manufactura, logística y marketing de una firma, la idea es desarrollar sociedades con los miembros claves del SC, para satisfacer los requerimientos del cliente y reducir el costo total de envió.

ADMINISTRACION DEL FLUJO DE MANUFACTURA

Incluye todas las actividades necesarias para administrar el flujo del producto a través de todas las actividades de manufactura obteniendo, implementando y administrando la flexibilidad.

ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON EL PROVEEDOR

Se debe administrar la relación con el proveedor, fomentarla, reforzarla, para tener un acercamiento en las relaciones con el mismo, se refiere a administrar y definir vínculos.

7 . CONCLUSIONES

Basados en la metodología utilizada, podemos llegar a la conclusión de que los procesos utilizados en una cadena de suministro son de vital importancia para una organización, de estos se basan las empresas para conocer la calidad de prestación de sus servicios y el cómo la empresa está manejando los costos relacionados a los procesos de planeación, producción y transporte de sus mercancías, así como planear la distribución con el fin de obtener mejores resultados económicos.

Esta herramienta le provee a la empresa la capacidad para ser competitiva en el mercado en el cual está actuando, brindándole la posibilidad de conocer a sus clientes, por lo cual estar capacitados genera ventajas y tiene bases sólidas en la Ingeniería Industrial buscando la mejora continua de los procesos visionando principal mente en las necesidades de los Clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Pinzon, B. (2005). Supply Chain Management. Conocimiento Útil I. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/5581>
- Pinzon, B. (2005). Supply Chain Management. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/5646>
- Douglas M. Lambert editor. SUPPLY CHAIN MANGEMENT, processes, partnerships, performance